

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ ІННОВАЦІЙНОЇ ОСВІТИ
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ**

**До 90 річчя Київського національного
університету будівництва та
архітектури**



**КАФЕДРА
ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

КРУГЛИЙ СТІЛ

**«Актуальні проблеми будівельної
галузі України»**

Київ 2020

**КРУГЛИЙ СТИЛ «Актуальні проблеми будівельної галузі
України» К.: ВСП «ІНО КНУБА», 2020. 54 с.**

У збірнику наведено матеріали круглого столу «Актуальні проблеми будівельної галузі України». Представлено теоретичні та практичні результати наукових досліджень і розробок вчених щодо проблем економічного розвитку, циклічної динаміки соціально-економічних процесів, модернізації системи освіти, соціального розвитку суспільства, використання сучасних інформаційних технологій в управлінні системами, моделювання бізнес-процесів.

Матеріали подаються в авторській редакції

Зміст

Баранчук Д.Б.	
Роль маркетингу в діяльності сучасного підприємства.....	5
Бенедик С. Б., Мельничук О. В.	
Теоретичні аспекти планування стратегії бренду.....	7
Бслова А.І.	
Теоретичні аспекти взаємозалежності інвестиційних ресурсів житлового будівництва і економічного зростання.....	10
Білоус В.В., Кузнецова А.Д., Яланецький В.О.	
Шляхи забезпечення ефективності кадрового менеджменту підприємства.....	12
Вовк А.П.	
Формування земельної ділянки для розміщення та будівництва об'єктів енергогенеруючих підприємств.....	15
Гаєвський І.Ю	
Системні підходи до управління якістю продукції підприємства..	17
Єрмолаєва Н.В.	
Управління прибутком підприємства на основі плану інвестиційного розвитку.....	20
Журавська Н.Є.	
Науково-прикладні питання екоменеджменту: енергозберігаюча, економо-технологічна концепція використання теплоенергетичних об'єктів будівельної галузі.....	21
Кабиш Л.Б.	
Упровадження сучасних технологій управління персоналом на підприємстві.....	23
Коляденко Ю.П.	
Теоретичні підходи до забезпечення стратегії фінансової безпеки підприємства.....	26

Кормушкіна О.В.

Бізнес-консалтинг як інструмент ефективного функціонування підприємства.....28

Марушак В.О.

Методичні підходи щодо оцінки управлінської діяльності персоналу.....31

Мегедь І.М.

Система управління персалом як складова процесу управління підприємством.....34

Невмержицький І.

Методи оцінки ефективності інвестиційних проєктів.....36

Нечипорчук А.П., Олійник О.О.

Напрями адаптації підприємств до умов конкурентного середовища.....38

Тільний В.

Управління конфліктами в трудовому колективі.....41

Тільний В.

Інновації як джерело конкурентної переваги підприємства.....43

Тільна С.

Роль економічного аналізу у прийнятті управлінських рішень.....45

Філаткіна І.М.

Взаємозв'язок організаційної культури із стратегією підприємства в умовах мінливого середовища.....46

Шкуратов О.І., Чудовська В.А.

Модель фінансування реконструкції житлового Фонду в Україні.....50

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах стрімкого розвитку науки, техніки і технологій, посилення конкуренції успіху може досягти тільки таке підприємство, яке творчо застосовує маркетинговий менеджмент у своїй діяльності, постійно вишукуючи нові методи адаптації до мінливих ринкових умов господарювання.

В умовах упровадження ринкових відносин в Україні постає потреба в новій культурі бізнесу, одним із носіїв якої є маркетинг. Зростаюча конкуренція вимагає від підприємця такої організації господарської діяльності, за якої найвищі результати досягаються за найменших затрат.

Здійснення маркетингової діяльності є об'єктивною необхідністю орієнтації науково-технічної, виробничої та збутової діяльності підприємства з урахуванням ринкового попиту, потреб і вимог споживачів. Тут відображається і постійно посилюється тенденція до планомірної організації виробництва для підвищення ефективності функціонування підприємства загалом та його господарських підрозділів зокрема.

Маркетингова діяльність підприємства спрямована на те, щоб досить обґрунтовано, враховуючи попит ринку, встановлювати поточні і стратегічні цілі, шляхи їх досягнення та реальні джерела ресурсів господарської діяльності, визначати асортимент і якість продукції, її пріоритети, оптимальну структуру виробництва і бажаний прибуток.

Управління маркетинговою діяльністю на підприємстві здійснюється у трьох напрямках: формування маркетинг-міксу, управління службою маркетингу та внутрішній маркетинг.

Основне завдання управління маркетингом полягає у тому, щоб синхронізувати процес управління елементами комплексу маркетингу так, щоб кожен із них, виконуючи своє функціональне призначення, одночасно сприяв підвищенню ефективності решти елементів і тим самим підвищував синергійний ефект.

Маркетинг як базова функція управління підприємством пропонує керівнику перевірені практикою рецепти досягнення позитивних результатів господарської діяльності в ринкових сегментах із мінімальним ризиком. Це насамперед певна послідовність здійснення аналітичної роботи;

вихід на найсприятливіші цільові ринки-сегменти; формування в інтересах підприємства змінних факторів зовнішнього середовища, у тому числі поведінки споживачів; утруднення дозволеними методами діяльності конкурентів; створення для громадськості сприятливого образу підприємства й усієї його діяльності тощо.

У концепціях управління маркетингом домінує процес, що включає:

- аналіз маркетингових можливостей;
- розробка маркетингових стратегій;
- планування маркетингових програм;
- організація виконання;
- контроль за реалізацією маркетингових цілей.

Сучасне підприємництво функціонує в умовах швидкої інформативності, і управління маркетингом має орієнтуватись на оптимізацію внутрішніх інформаційних потоків, що пов'язані зі збором, обробкою, зберіганням та використанням маркетингової інформації, що здійснюється за допомогою інформаційних технологій. Тобто, комунікаційний підхід, який передбачає формування інформаційного потоку, орієнтованого на встановлення постійного зворотного зв'язку з ринком у режимі реального часу, сприятиме виокремленню та узгодженню завдань і бізнес-процесів управління маркетинговою діяльністю, а також реалізації пріоритетних завдань із урахуванням особливостей діяльності конкретних підприємств.

Отже, під удосконаленням маркетингу розуміється підвищення його якості, ефективності, конкурентоспроможності та стійке позиціонування його товарів на ринку та у конкретному середовищі.

Підприємство, у свою чергу, повинно мати таку маркетингову систему, яка б давала йому змогу максимально точно планувати свою маркетингову діяльність, правильно організовувати роботу відділу маркетингу та контролювати ці процеси, а всі напрями вдосконалення маркетингу повинні реалізовуватися системно та комплексно.

Список використаних джерел

1. Грабовецький Б.Е. Економічне планування та прогнозування / Б.Е. Грабовецький. – Київ: 2003. – 630 с.
2. Іванов Ю.Б. Ефективність маркетингової діяльності підприємств у сучасних умовах підвищеної динамічності та ризикованості підприємництва / Ю.Б. Іванов // Економіка: реалії часу. – 2014. – №. 1 (11).
3. Ілляшенко С.М. Маркетингова діяльність на підприємстві / С.М. Ілляшенко // Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д. е. н., проф. Л.Г. Мельника. – Суми : Університетська книга, 2012. – С. 528–559.

Бенедик С. Б.
Мельничук О. В.
Інститут інноваційної освіти
Київський національний університет
будівництва і архітектури
м. Київ

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПЛАНУВАННЯ СТРАТЕГІЇ БРЕНДУ

Сучасне середовище характеризується загостренням конкуренції серед суб'єктів господарювання, що вимагає від них постійного зміцнення конкурентних позицій та пошуків нових підходів до формування стійких переваг, які, зокрема, можуть бути досягнені за допомогою впровадження стратегії бренду на підприємствах. З кожним роком споживачам все важче орієнтуватися на ринку товарів, що призводить до складнощів в прийнятті рішень про покупку, тому вони все більше надають значення товарам, прихильність до яких формується завдяки сучасним методам просування.

Формування стратегії бренду зумовлено тим, що бренд – це важлива умова стабільного функціонування підприємства, що забезпечує збільшення лояльних споживачів, зміцненню ринкових позицій та зростанню грошових потоків. Сьогодні бренди не тільки відокремлюють товар від товарів конкурентів, а мають відносини зі споживачем. Усвідомлення поняття бренду дає змогу побудувати конкурентну стратегію. Водночас, не зважаючи на велику кількість дефініцій поняття “бренд”, слід відмітити, що на сьогодні майже відсутня практично значуща інформація щодо створення та управління брендом.

Розглянувши питання бренду можна зробити висновок, що існують підхід, що обумовлює бренд як важливий чинник конкурентоспроможності та механізм впливу на задоволення потреб споживачів. Сьогодні в роботах вчених, окрім складових бренду підкреслюються також і емоційні складові, що впливають на настрій споживачів та формують певні психологічні відчуття від користування брендом [1]. Враховуючи сучасні тенденції формування бренду, дослідження сутності та складових функцій, моделювання бренду за допомогою порівняння бренду з людиною все більше набуває наукової значимості, що дає змогу відносити бренд до суб'єкта комунікацій, який “спілкується” до своїх споживачів. Отже, бренд – це нематеріальний ресурс підприємства, що впливає на сприйняття товару та формує емоційний зв'язок між виробником та споживачем.

Для визначення стратегії бренду необхідно також розглянути поняття “стратегія”. Сучасні умови розвитку світового господарства визначають об’єктивну необхідність змін традиційних методів управління підприємством. Оптимальним процесом, який направлений на виживання та стабільне функціонування підприємства є формування відповідної до умов ефективної стратегії.

Процес створення довгострокової переваги цільової аудиторії товарам бренду має супроводжуватися формуванням у свідомості споживачів стійких асоціацій та вражень. Це неможливо досягти без комунікаційної складової бренду. Тобто треба не тільки будувати бренд, що комунікує, а й розробляти стратегію комунікацій зі споживачем.

Враховуючи це, стратегія бренду має постійно підвищувати обізнаність про бренд завдяки емоційному та духовному зв’язку зі споживачами. Для цього треба більш детально розглянути складові позиціонування успішного бренду: цінності – формування уявлень та вигоди, цінних для споживачі, що призводить до високого ступеню взаємодовіри і довіри; унікальність – розробка відмінностей від конкурентів, що дає змогу споживачу впізнавати бренд за будь яких умов; достовірність – очікування споживачів мають бути відображені в фактичному стані речей; стихійність – бренд має зайняти місце в свідомості споживачів та максимальний час зберігати свої позиції; придатність – спроба використовувати сильні сторони існуючого портрету бренду.

Отже, стратегія бренду – це також найбільш ефективний з точки зору витрачених ресурсів спосіб домогтися наміченого позиціонування бренду в свідомості споживачів. Також можна наголосити на тому, що стратегія бренду буде не ефективною, якщо позиціонування невдало продумане [3]. Головною особливістю вдалого позиціонування є те, що компанії можуть встановлювати більш високі ціни на свої товари, і це є та додана вартість, що народжується з особистих асоціацій споживача, яку “призначає” бренд. В очах лояльного споживача, задоволеного продуктом бренду, він коштує цих грошей. Підприємство досягає успіху за умови ефективного використання власного потенціалу для досягнення довгострокової прихильності цільової аудиторії, що забезпечується використанням інструментів стратегії бренду [2].

Фактори успіху стратегії бренду залежать від: виробництва – висока якість продукції, ефективне використання виробничих потужностей; людські активи- кваліфікована робоча сила, висока продуктивність праці; технології – впровадження інновацій в виробничий процес, високий рівень оволодіння сучасними технологіями, розробка нових товарів; реалізація продукції – широка мережа оптових і роздріб-

них точок торгівлі; маркетинг – висока кваліфікація маркетологів та менеджерів з продажу, сучасні техніки продаж, сучасні методи проведення маркетингових досліджень; професійні навички – особливий хист, провадження нових тенденцій в галузі контролю якості, компетентність у дизайні, здатність створювати ефективну рекламу та інформаційні повідомлення для всіх каналів комунікації; організаційні здібності – здатність швидко реагувати на змінні умови, досвід та ноу-хау в галузі менеджменту; інші фактори – сприятливий імідж, сприятливе положення, приємність у спілкуванні, наявність патентів. Ефективна стратегія бренду має велике значення для успішного функціонування підприємства. Вона будує успішний бренд та формує новий рівень взаємовідносин зі своїм споживачем [5].

Стратегія допомагає підприємству вибрати свій раціональний шлях розвитку і створити найважливіші переваги у його функціонуванні: готує його до змін у зовнішньому середовищі; пов'язує його ресурси зі змінами зовнішнього середовища; координує роботу різних структурних підрозділів; покращує контроль на підприємстві. Для забезпечення ефективного функціонування підприємств виникає необхідність формувати стратегію бренда, під якою розуміють набір реальних дій, здатних привести до створення реальної конкурентної переваги, що зберігається тривалий час. Тому керівникам підприємств необхідно приділяти значну увагу плануванню стратегії бренду, враховуючі всі елементи побудови бренду та фактори, що впливають на подальшу успішну реалізацію стратегії.

Список використаних джерел

1. Д. Аакер, “Создание сильных брендов”, Москва: “Гребеников”, 2003.
2. Л. В. Балабанова, “Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств”, Київ: Професіонал, 2006.
3. О. І. Гончар “Брендинг, як інструмент забезпечення результативності господарської діяльності сучасного підприємства”. Вісник Херсонського національного технічного університету, №14 (3), с.53-56, 2016.
4. И. А. Захарова “Брендинг как метод позиционирования компании в конкурентной среде (2003)”, [Електронний ресурс]. Доступно: www.pressclub.host.ru. Дата звернення: 01.03.2018.
5. К. Келлер “Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом”, Москва, Россия: “Вильямс”, 2005.

Белова А.І.
*д.е.н., доцент, проф. кафедри економіки
та менеджменту
Інститут інноваційної освіти
Київський національний університет
будівництва і архітектури
м. Київ*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВЗАЄМОЗАЛЕЖНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА І ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Рівень розвитку житлової сфери та її впливу на економічне зростання країни і регіонів є важливим фактором формування економічної та соціальної сучасної державної політики. Вкладення фінансових інвестиційних ресурсів у житлове будівництво і реновацію житлових будинків формують житлові інвестиції, які є частиною інвестиційних вкладень в економіку сучасної України. В той же час доцільним є нагадати, розвиток житлового будівництва збільшує вироблений валовий продукт, створює попит на продукцію суміжних галузей промислового і транспортного сектору, впливає на мобільність та ефективність людського капіталу.

Наразі, спірним залишається питання який саме процес є переважаючим: житлові інвестиції можуть збільшувати ВВП, чи зростання ВВП призведе до зростання житлових інвестицій.

Варто нагадати, до житлових інвестицій відносять не тільки вкладення у будівництво будинків, а і вкладення в ремонт, реновацію існуючого житла, але все ж акцент приділяється сегменту інвестицій, саме, у житлове будівництво.

Багато економістів, досліджуючи дану тематику стверджують, що будівельна галузь може стимулювати економічне зростання на короткостроковий період, водночас вона може створювати загрозу економіці за рахунок інтенсивного розвитку будівництва, а розвиток будівництва може бути лише наслідком економічного зростання.

В той же час доцільним є відмітити, що житлові інвестиції в Україні здебільшого мають споживчий, а не виробничий бізнес-цикл, і їх внесок у ВВП залежить від очікувань та вподобань споживачів і можуть мати випадковий характер впливу на економічне зростання.

Слабкий житловий сектор в Україні збільшує загрози для економічного зростання, особливо в кризові і рецесійні періоди розвитку

економіки, та військово-економічні загрози, які, наразі, мають місце в державі .

Можна стверджувати, що зростання ВВП є стимулом зростання житлових інвестицій, а житлові інвестиції як такі, можуть бути мультиплікатором економічного зростання.

Досвід розвинених країн, де вільний житловий ринок існує довгий час, свідчить про взаємозв'язок житлових інвестицій, житлового ринку та економічного зростання, про те, різняться за характером впливу.

Доцільно виокремити основні характеристики ринку житла і житлового будівництва в США, це:

- переважання приватного сектору на житловому ринку;
- високий рівень конкуренції;
- низькі адміністративні бар'єри;
- контроль виконання будівельних норм та правил;
- достатні земельні ресурси;
- висока доступність іпотечних кредитів для населення;
- субсидування штатами житлового будівництва.

Варто також нагадати, що широка доступність кредитів і повільного зростання пропозиції на ринку житла може суттєво послабити макроекономічну стабільність за рахунок впливу житлових інвестицій на макроекономічну ситуацію.

Варто звернути увагу впливу житлового будівництва на економічне зростання в Китаї, який останніми роками характеризується бурхливим розвитком, зростанням ВВП і зростанням житлових інвестицій. Про те, китайські вчені стверджують про неможливість оцінки взаємовпливу ВВП та житлових інвестицій, так як з моменту появи приватного ринку житла зростання інвестицій в нерухомість в два рази випереджав зростання ВВП країни.

Доцільним є стверджувати і наступне, досвід розвинутих країн свідчить , що вплив житлових інвестицій на економічне зростання є значним і неординарним: у короткостроковому періоді житлові інвестиції дозволяють прискорити економічне зростання незалежно від етапу економічного циклу, а зростання житлових інвестицій забезпечується проведенням ліберальної економічної політики і зняттям адміністративних бар'єрів на земельному ринку. Щодо середньострокового і довгострокового - житлові інвестиції на економічне зростання можуть впливати як опосередковано так і безпосередньо, тобто за рахунок формування попиту на продукцію суміжних виробництв, а суттєву роль у формуванні обсягів житлових інвестицій має відігравати саме економічна політика держави.

З вищенаведеного, можна стверджувати, роль житлових інвестицій в економічному розвитку економіки України та їх вплив на структурну перебудову житлового ринку потребує детального дослідження з урахуванням досвіду країн світових лідерів із розробкою механізмів активізації інвестиційної політики держави.

Список використаних джерел

1. Economics for Modern Built Economy/ ed. by Less Ruddock. - New-York, 2009. - 90 p.
2. Leamer E. Housing is the business cycle // NBER Working Paper No. 13428, September 2007.
3. Kim, M-S. A Comparative Study on Residential Investment and Nonresidential Investment in GDP Fluctuation//Korea Research Institute for Human Settlement, Kyunggi-Do, Korea, 2002. - p. 18.
4. Lewis T.M., Hosein R. Quantifying the relationship between aggregate GDP and construction value added in a small petroleum rich economy// Construction Management and Economics, 2004, № 22, pp. 185 -197.

Білоус В.В.

Кузнецова А.Д.

Яланецький В.О.

*Інститут інноваційної освіти
Київський національний університет
будівництва і архітектури
м. Київ*

ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні процеси, що відбуваються в Україні, супроводжуються поширенням соціально орієнтованого управління, виникненням передумов поширення економіки знань, зміною пріоритетів в накопиченні та ефективному використанні людського, інтелектуального і соціального капіталу. Бачення працівника як носія капіталу обумовлює необхідність розгляду його як основного фактора, що ініціює розвиток суспільного виробництва та вдосконалення економічних та соціальних відносин, що можливо при реалізації ефективного кадрового менеджменту на підприємстві. Таким чином, соціально-економічний розвиток багато в чому визначається місцем та роллю людини в суспільному виробництві, що підтверджується результатами досліджень теоретиків

і практиків, які розробляють такі наукові напрямки як менеджмент персоналу, управління персоналом, кадровий менеджмент. Таким чином, вищевикладене обумовлює актуальність питань, що стосуються кадрового менеджменту, його ефективності, особливостей здійснення.

Кадровий менеджмент – економічна категорія, яку помилково ототожнюють з менеджментом персоналу, незважаючи на існуючі відмінності за ступенем охоплення і категоріальним ознаками.

У літературі можна зустріти приклади різного тлумачення поняття "кадровий менеджмент". Одні автори у визначенні оперують метою і методами, за допомогою яких можна цю мету досягти, тобто акцентують увагу на організаційну сторону управління. Інші автори наголошують на змістовну частину, що відображає функціональну сторону управління.

Типовим прикладом першого підходу може служити визначення, дане В. П. Галенко: "Кадровий менеджмент – це комплекс взаємопов'язаних економічних, організаційних і соціально- психологічних методів, які забезпечують ефективність трудової діяльності

та конкурентоспроможність підприємств" [1]. Інший підхід відображений у визначенні управління персоналом, прийнятому в німецькій школі менеджменту: "Кадровий менеджмент – область діяльності, найважливішими елементами якої є визначення потреби в персоналі, залучення персоналу, розвиток, контроль персоналу, а також структуризація робіт, політика винагород та соціальних послуг, політика участі в успіху, управління витратами на персонал і керівництво співробітниками".

Ефективність кадрового менеджменту забезпечується високим рівнем наступних показників: документальне забезпечення діяльності персоналу, оцінка і навчання персоналу, мотивація при створенні об'єктів інтелектуальної власності, науково-технічний прогрес, інвестиції в інтелектуальний потенціал працівників, соціальна забезпеченість працівників, розвиток комунікацій, довіру і наявність спільної мети. Сукупність зазначених показників та високий ступінь їх розвитку забезпечує ефективність кадрового менеджменту підприємства.

В даний час зростає роль створення кадрових документів, що регламентують виробничі повноваження кожної посади і містять вимоги до працівника, що займає цю посаду. У кадрових документах повинні описуватися прямі обов'язки працівника, сфера його компетентності і відповідальності, критерії оцінки ефективності його роботи, управлінська структура, що має відношення до працівника. І якщо все це в них відображено, і, більш того, відповідає дійсності, то підприєм-

ство отримує в руки інструмент кадрового менеджменту, що значно полегшує вирішення багатьох проблем.

Працювати ефективно – означає домагатися більших результатів від діяльності персоналу. А для того, щоб судити, наскільки кадровий менеджмент є ефективним, необхідно проводити оцінку персоналу, що дозволяє визначити потенціал співробітників підприємства.

При цьому оцінці повинні піддаватися не просто потенційні можливості працівника, його професійна компетентність, а й реалізація цих можливостей в процесі виконання доручених обов'язків. Отримані результати оцінювання дають можливість визначити достатність професійно-кваліфікаційного рівня працівників для виконання обов'язків, відповідність психофізіологічних характеристик, адаптаційні пріоритети та інші особливості з формуванням напрямків їх розвитку.

Розвиток персоналу підприємства передбачає цілеспрямований процес формування у працівників підприємства професійних теоретичних знань, умінь і практичних навичок за допомогою спеціальних форм і методів, необхідних працівникам підприємства.

Формування умов для соціального забезпечення працівників і здійснення його на належному рівні сприятиме підвищенню продуктивності, розвитку сприятливого морально-психологічного клімату, формуванню позитивного трудового настрою співробітників, забезпеченню задоволеності від діяльності в даному колективі, що, в свою чергу, забезпечить ефективність кадрового менеджменту.

Вирішальним фактором результативності інтелектуальної діяльності працівників є їх мотивація, тобто бажання створювати об'єкти інтелектуальної власності. Позитивна мотивація активізує здібності людини, звільняє його потенціал, негативна мотивація гальмує прояв здібностей, перешкоджає досягненню цілей інтелектуальної діяльності. Більшість прогресивних нововведень знаходять реальне втілення в створенні наукомісткої і конкурентоспроможної продукції, що є одним з важливих результатів інноваційної діяльності.

При забезпеченні ефективності кадрового менеджменту неможливо переоцінювати важливість комунікацій. Ледь не всі, що робить персонал, для досягнення цілей підприємства, вимагає ефективного обміну інформацією. Якщо люди не зможуть обмінюватися інформацією, ясно, що вони не зможуть працювати разом, формулювати цілі і досягати їх. Для досягнення ефективності підприємству потрібна своєчасна і достовірна інформація про стан зовнішнього оточення, оскільки на діяльність підприємства впливають різноманітні фактори зовнішнього середовища.

Таким чином, ефективність кадрового менеджменту формується з ефективності складових, серед яких виділяють документальне забезпечення діяльності персоналу, оцінку і навчання персоналу, мотивацію при створенні об'єктів інтелектуальної власності, науково-технічний прогрес, інвестиції в інтелектуальний потенціал працівників, соціальну забезпеченість працівників, розвиток комунікацій, довіру і наявність спільної мети. Розробка і впровадження рекомендацій щодо підвищення вагомості виділених показників дозволить не тільки забезпечити продуктивний процес праці, а й сприяти досягненню ключової мети кадрового менеджменту – забезпечення ефективності.

Вовк А.П.

*Інститут інноваційної освіти
Київський національний університет
будівництва і архітектури
м. Київ*

ФОРМУВАННЯ ЗЕМЕЛЬНОЇ ДІЛЯНКИ ДЛЯ РОЗМІЩЕННЯ ТА БУДІВНИЦТВА ОБ'ЄКТІВ ЕНЕРГОГЕНЕРУЮЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

Останнім часом у світі спостерігається процес формування нової енергетичної парадигми, найважливішою рисою якої є зміна структури балансів виробництва і споживання енергії на основі збільшення частки альтернативних джерел енергії. Швидка і якісна оцінка земельних ресурсів шляхом комплексного аналізу наявних просторових даних, законодавчої бази допоможе прискорити процес пошуку придатних земель для наземних сонячних електростанцій, забезпечить планувальників достовірною інформацією про те, де потенційно очікувати нового розвитку сонячної енергетики.

В дослідженні пропонується сконцентруватися на аналізі земельних ресурсів для подальшого їх використання для потреб паливно-енергетичного сектора держави, а саме для об'єктів сонячної енергетики – наземних промислових сонячних електростанцій (СЕС) потужністю від 500 кВт і вище, які виробляють електроенергію за допомогою фотоелектричних панелей.

Проаналізовано сучасний стан використання земельних ресурсів України. Визначено, що на території України є біля 10 % земель, які можуть бути потенційно придатними для розташування на них об'єктів альтернативної енергетики, а саме наземних сонячних фотоелектричних електростанцій. На СЛАЙДІ 5 наведено критерії, що про-

понується вченими для визначення місця розташування наземної сонячної фотоелектричної електростанції (СЕС). Розглядаючи дані атласу енергетичного потенціалу з точки зору частки кожного регіону в сумарних показниках по країні, треба зазначити, що медіанне значення по масиву регіонів складає 4,4% на область. Найбільшу вагу має Одещина та інші південні регіони, де присутнє додатне відхилення від медіани з максимальним показником 6,3% в Одеській області.

Визначені основні кліматичні та просторові особливості розміщення сонячних електростанцій та здійснено оцінку потенціалу сонячної енергії в Україні. Найбільший потенціал для розміщення сонячних електростанцій має Одещина та інші південні регіони.

Здійснено аналіз нормативно-правового забезпечення відведення земельної ділянки для розміщення об'єктів енергогенеруючих підприємств, що включає правові та організаційні засади надання і використання земельних ділянок для розміщення об'єктів енергетики, встановлення та дотримання правового режиму земель спеціальних зон об'єктів енергетики з метою забезпечення безперерйного функціонування цих об'єктів, раціонального використання земель.

Визначено, що відведення земельної ділянки являє собою землевпорядну дію, спрямовану на реалізацію розпорядчих нормативно-правових актів (постанов, розпоряджень, наказів, рішень) компетентних державних органів про встановлення (у разі відведення) або припинення (при вилученні) права власності, землеволодіння або землекористування земельною ділянкою шляхом перенесення і закріплення меж ділянки в натурі (на місцевості).

Відповідно до ст. 50 Закону України «Про землеустрій» при розробленні проекту землеустрою щодо відведення земельної ділянки, в результаті яких формується земельна ділянка, здійснюється комплекс землевпорядних та топографо-геодезичних робіт щодо перенесення меж земельної ділянки в натурі (на місцевості) та встановлення межових знаків. Ці роботи проводяться у відповідності до Інструкції про встановлення меж земельних ділянок в натурі (на місцевості) та їх закріплення межовими знаками.

Для встановлення в натурі меж земельної ділянки та проведення кадастрової зйомки земельної ділянки, вирахування площі та координування об'єктів і контурів місцевості, сертифікованим інженером-геодезистом створюються вихідні точки планової геодезичної основи методом GNSS - спостережень з використанням GNSS-приймача Leica GS08plus з контролером Leica CS10 3,5G та GSM модемом та постійно діючої станції спостережень глобальних навігаційних систем „Київзем-1” (KZI1).

Проаналізовано особливості геодезичного забезпечення та застосування ГІС-технологій в процесі відведення земельної ділянки для зміни їх цільового призначення. Проаналізовано сукупність робіт з точки зору охорони праці, а також заходи з організації безпеки праці при виконанні геодезичних робіт. Охарактеризовано особливості техніки безпеки при камеральних роботах в сфері землеустрою. Проаналізовано стан та можливі ризики для довкілля від реалізації проекту землеустрою.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про землеустрій» від 22 травня 2003 року // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 36. – Ст. 282.
2. Perovych, I., Kazanivska, O., and Kereush, D. (2015). The accuracy of determining of the zones of restricted use of territories along the transmission lines taking into account the magnetic field influence. International Scientific Journal “Baltic Surveying” (Agris, CABI CAB Abstracts), Volume 1, pp.40-44
3. Terrados, J., Almonacid, G., Pérez-Higueras, P. (2009). Proposal for a combined methodology for renewable energy planning. Application to a Spanish region. Renewable and Sustainable Energy Reviews, Volume 13, pp.2022–2030.

Гасєвський І.Ю

*Інститут інноваційної освіти
Київський національний університет
будівництва і архітектури
м. Київ*

СИСТЕМНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Наразі, проблема якості продукції вітчизняних підприємств не є новою, так як вона нерозривно пов’язана з ефективністю виробництва, забезпеченням випуску інноваційних товарів та покращення їх якості, досягнення конкурентоспроможності продукції як на внутрішньому, так і світовому ринку, є надзвичайно актуальним, оскільки вітчизняним товаровиробникам необхідно ретельно підготуватися до завоювання світового ринку та відкриття нових можливостей.

Якість є найголовнішим показником продукції підприємства, що має відповідати очікуванням споживачів, надавати конкурентні

переваги господарюючому суб'єкту, відповідати встановленим державним стандартам і санітарним нормам.

Проблеми якості виникають як на державному так і на рівні господарюючого суб'єкта.

Доцільним виокремити і наступне: державне управління якістю здійснюється на основі нормативних актів і окремих норм, які забезпечують належну якість продукції, робіт, послуг, а також захист прав споживачів. До законодавчих актів щодо якості відносять:

1. законодавство про стандартизацію та сертифікацію;
2. законодавство про метрологію і метрологічну діяльність;
3. законодавство, яке регулює якість продукції, товари, послуг в договорах;

4. законодавство про прийом продукції за якістю, а також про відповідальність підприємств чи їх працівників за належну якість продукції.

З метою піднесення держави на якісно новий рівень з 01.01.2016р. почали діяти міжнародні та європейські стандарти. Органи стандартизації України приймають стандарти ISO як рівнозначні своїм стандартам. Міжнародна організація ISO прийняла у вересні 2015 року нові версії стандартів ISO 9000:2015, який висвітлює фундаментальні поняття, принципи та словник термінів стосовно систем управління якістю та забезпечує основу для інших стандартів системи управління якістю та ISO 9001:2015, який представляє собою зразок управління діяльністю організації.

Турбуючись про екологію Міжнародна організація ISO впровадила стандарти серії ISO 14000. ISO 14001:2015 визначає вимоги для екологічного контролю з метою збільшення підприємством екологічного контролю. Відповідно до екологічної політики підприємства очікуються наступні результати від впровадження системи екологічного контролю:

1. покращення екологічної ефективності;
2. виконання обов'язків дотримання вимог;
3. досягнення екологічних цілей.

Ефективне вирішення проблем якості потребує сучасної, науково-обґрунтованої нормативно-правової бази, яка б задовольняла вимоги держави, підприємств, споживачів та чинила позитивний вплив на навколишнє середовище.

Проблема якості на підприємстві виникає внаслідок небажання керівництва цим займатися. Звичайно, мета будь-якого підприємства — отримання високих прибутків, що можливо за рахунок зниження витрат, при цьому забувають про такий важливий фактор як якість, чи,

можливо, не бажання здійснювати понаднормовані витрати. Саме якість являється показником престижу, класу підприємства, а за рахунок вищенаведеного показника підприємство зможе утримати свої ринкові позиції чи розширити свій сегмент, бути конкурентоздатним, задовільняти потреби споживачів і, відповідно, бути прибутковим. Тому, політика підприємства має бути спрямована на постійне підвищення якості на підприємстві, що призводить до зростання прибутку.

При розробці політики в галузі якості доцільним є врахування: перспектив подальших поліпшень, необхідних для успішної діяльності організації; очікувану ступінь задоволеності споживачів; підвищення кваліфікації персоналу підприємства; ресурси для виходу за рамки вимог МС ІСО серії 9000, а також потенційний внесок постачальників і партнерів.

Отже, проблеми якості завжди будуть існувати, оскільки ми живемо у динамічному середовищі. Держава зі своєї сторони повинна вдосконалювати нормативну базу, вимагати відповідності стандартам, захищати права не тільки споживачів продукції, але і турбуватися про навколишнє середовище. Підприємство задля своєї прибутковості та конкурентості мусить усвідомити необхідність якості: лідерства, політики, стратегії, персоналу, ресурсів, партнерства, процесів та самої продукції, що дозволить підняти підприємство на якісно новий рівень та призведе до задоволення не тільки споживачів продукції, а й персоналу підприємства.

Список використаних джерел

1. ДП «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості». Електронний ресурс: <http://uas.org.ua/ua/>
2. Інтелектуальні ресурси, які функціонують у зовнішньому середовищі / Швиданенко Г. О., Гусева І. Ю. Економіка та управління підприємствам — 2012 - № 4 — с. 181-186
3. Ключові аспекти системи управління якістю продукції на підприємстві на етапах її виробництва / Цимбалюк Г. С. Економіка: реалії часу. №1 (29) 2017
4. Управління якістю продукції та послуг/ Білецький Е. В., Янушкевич Д. А., Шайхлісламов З. Р., Харків. торгов.-економ. інститут КНТЕУ- Х. : ХТЕІ, 2015 – 222 с.

Єрмолаєва Н.В.
Інститут інноваційної освіти
Київський національний університет
будівництва і архітектури
м. Київ

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ПЛАНУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Обмеженість прибутку, як найменш ризикованого для підприємства джерела фінансування, спонукає знаходити оптимальні варіанти інвестиційного розвитку підприємства за допомогою використання економіко-математичних методів..

Процес економіко-математичного моделювання включає такі основні етапи:

- 1) постановка економіко-математичної задачі і обґрунтування критерію оптимальності;
- 2) визначення переліку змінних і обмежень;
- 3) збір інформації і розроблення техніко-економічних коефіцієнтів і констант;
- 4) побудова числової економіко-математичної моделі;
- 5) математичний запис моделі;
- 6) реалізація задачі;
- 7) аналіз результатів розв'язання, коригування моделі.

Формування потенціалу пропозицій подальшого розвитку підприємства – одне з важливих завдань технічних і економічних служб кожного підприємства, які повинні формуватися на основі виявлення технічних і організаційних резервів стабільного поліпшення техніко-економічних показників роботи підприємства.

Наступним етапом управління прибутком підприємства є побудова оптимальної програми розвитку, тобто такого її варіанту, який дозволив би при обмежених ресурсах досягти максимального ефекту. [2]

Перш за все, обмеженими є різного роду ресурси - природні, фінансові, трудові, виробничі, науково-технічні та інші. Тому, як правило, всі можливі заходи не можуть бути впроваджені. Більш того при розгляді одного комплексу заходів, послідовність їх впровадження також впливає на ефективність здійснення всього комплексу, що зумовлює включення в число даних варіантів всі можливі розподіли в часі одного комплексу заходів.

Всі виробничі системи, і підприємство зокрема, пов'язані з іншими системами, наприклад зі споживачами своєї продукції, вимоги яких необхідно враховувати при розробці економіко-математичної моделі інвестиційного розвитку.

Постановка задачі максимізації прибутку за рахунок формування оптимального плану інвестиційного розвитку підприємства полягає в наступному: з масиву, що складається з MM заходів, підготовлених до впровадження, необхідно відібрати для включення в план інвестиційного розвитку J_1 заходів ($J_1 \leq MM$), впровадження яких забезпечить максимальну при даних витратах величину економічного ефекту. [1]

В якості функції цілі (критерію оптимізації) більшість вчених вважає за доцільне максимізувати прибуток, який залишається в розпорядженні підприємства після сплати всіх податків і платежів.

З точки зору власників підприємства в якості функції цілі доцільно максимізувати сукупне збільшення їх добробуту (DV), що означає не тільки максимізацію прибутку, який залишається в розпорядженні підприємства після сплати всіх податків і платежів, а й оптимальний розподіл чистого прибутку, що забезпечить більший сукупний дохід власників бізнесу.

Список використаних джерел

1. <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=579090>
2. <http://www.coolreferat.com>

Журавська Н.Є.

*докторант, к.т.н., доц. кафедри
охорони праці і навколишнього середовища,
Київський національний університет
будівництва і архітектури
м. Київ*

НАУКОВО-ПРИКЛАДНІ ПИТАННЯ ЕКОМЕНЕДЖМЕНТУ: ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧА, ЕКОНОМО-ТЕХНОЛОГІЧНА КОНЦЕПЦІЯ ВИКОРИСТАННЯ ТЕПЛОЕНЕРГЕТИЧНИХ ОБ'ЄКТІВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Основні питання по енергозберігаючій, економіко-технологічній зеленій концепції збалансованого природокористування для оцінюванню стану експлуатаційних приміщень виробничого комплексу, в тому числі будівельної галузі, та впливу гос-

подарської діяльності людини на атмосферне повітря необхідно реалізовувати з допомогою основних аспектів екоменеджменту. Агресивне середовище (специфіка виробництва), яке створює мікроклімат, змінює умови безпеки життєдіяльності обслуговуючого персоналу та негативно впливає на будівельні матеріали (біопшкодження); утворення біообрастання на трубопроводах в системах теплоенергетичних об'єктів, що формує специфічні біоценози.

В Україні з 2015 року для соціально-економічного розвитку позитивними чинниками стали ратифікація Угоди про асоціацію з ЄС і затвердження Стратегії реформ-2020. Це створило певні передумови для формування стратегічно орієнтованої політики довгострокових трансформацій.

Транснаціональні зусилля у вирішенні цих проблем, що наведено у працях відомих вчених Герасимчука І.С., Шкарупи О.В., Голубицької Т.В., Бегуна С.В. та інших, по економіці природокористування та інтенсифікації теплоенергетичних процесів пов'язано, у ряді випадків, із нераціональним споживанням енергії, матеріальних ресурсів (енергоносіїв) внаслідок утворення біообрастання на трубопроводах в системах теплоенергетичних об'єктів (ТЕО), де визначною ланкою біопшкодження бетонних конструкцій є мікроорганізми та екологічні параметри мікроклімату середовища – оптимальні [1-3]. В зазначених наукових публікаціях констатується перспективність та економічна привабливість використання безреагентної підготовки води (БПВ) в електромагнітних полях (ЕМП) систем теплопостачання, запропоновано енергозберігаючі технології для боротьби із біопшкодженнями при застосовуванні бетону, який містить активовану воду. В роботах підкреслюється той факт, що застосування омагніченої води в системах ТЕО гарантує раціональне використання природних ресурсів, технологічних виробничих матеріалів, тощо.

Підтвердженням економічної привабливості використання БПВ в ЕМП систем теплопостачання може бути зниження об'ємів утворення біообрастань вже на довгодіючих виробничих системах ТЕО та виключення їх утворення при застосуванні для підготовки води в ЕМП на нових спорудах, застосування омагніченої води, за рахунок еквівалентності та оптимальності між параметрами отримання омагніченої води та питомими їх показниками матеріальних потоків систем ТЕО. Саме такий підхід здійснення технології БПВ забезпечує константу стану асиміляційного потенціалу атмосфери в районі розташування систем ТЕО.

Нами, на основі зібраних, оброблених даних використання нанотехнології, розроблено практичне використання виробничої технології по БПВ в ЕМП в будівельній галузі та для попередження біопшкоджень ТЕО. Встановлені еколого-виробничі організаційно-управлінські рішення при експлуатації техногенно-зумовлених матеріальних потоків внаслідок застосування БПВ в ЕМП.

Список використаних джерел

1. ДСТУ ISO 14001:2015 Системи екологічного керування. Вимоги та рекомендації стосовно застосування. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://online.budstandart.com/ru/catalog/doc-page?id_doc=64015. – (Дата звернення: 06.02.2020).
2. Патент на корисну модель № 102494. Система приготування омагніченої в електромагнітних полях води та розчинів і сполук на її основі. 26.10.2015. Малкін Е.С., ФуртатІ.Е., Журавська Н.Є.
3. Пехташев Е.Л. Биоповреждения и защита непродовольственных товаров: Учеб. для ст. высш. учеб. зав. / Под ред. А.Н. Неверова. – М.: Мастерство, 2002. – 224 с.

Кабиш Л.Б.

*Інститут інноваційної освіти
Київський національний університет
будівництва і архітектури
м. Київ*

УПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Управління персоналом є однією із найважливіших сфер забезпечення життєдіяльності підприємства, адже воно є рушійною силою у збільшенні його ефективності. Безумовно, персонал є найбільшою цінністю організації.

Швидкий розвиток суспільства, зміни в розвитку продуктивних сил в реаліях сьогодення, де найбільш головним є знання, кваліфікація вимагають від керівництва посиленої уваги до людини і її творчих здібностей.

Рівень розвитку персоналу є ключовим фактором у ефективності функціонування кожної компанії. Звідси, в умовах турбулентності зовнішнього середовища, швидкого зношення теоретичних знань,

умінь та навичок спроможність організації підвищувати рівень професійності своїх працівників є одним із найвагоміших показників забезпечення конкурентоспроможності на її ринку.

Управління персоналом визнається однією з найбільш важливих сфер життя підприємства, здатної багаторазово підвищити її ефективність, а саме поняття «управління персоналом» розглядається в достатньо широкому діапазоні: від економіко-статистичного до філософсько-психологічного.

Система управління персоналом забезпечує безперервне вдосконалювання методів роботи з кадрами й використанням досягнень вітчизняної й закордонної науки, найкращого виробничого досвіду.

Сутність управління персоналом, включаючи найманих робітників, роботодавців і інших власників підприємства полягає у встановленні організаційно-економічних, соціально-психологічних і правових відносин суб'єкта й об'єкта управління. В основі цих відносин лежать принципи, методи й форми впливу на інтереси, поведінку й діяльність працівників з метою максимального використання їх.

Проблеми управління персоналом підприємства та його практичного здійснення всебічно розглянули такі вчені та практики, як: М. Амстронг, І.Р. Бузько, Л.В. Балабанова, Н.Л. Гавкалова, Б.М. Генкин, В.М. Данилюк, П.Г. Перерва, В.А. Савченко Р.А. Фатхутдинов, В.Г. Щербак та багато інших вітчизняних та зарубіжних науковців [1-10]. Тем не менш, тематика розроблення принципів, напрямів та методів управління персоналом, застосування нових методів і систем навчання та підвищення кваліфікації персоналу, розроблення та реалізації стратегії управління персоналом не втрачає своєї актуальності.

Становлення пізньоіндустріального етапу нашої економіки спонукає вчених і практиків до ретельного вивчення досвіду управління фірмами та підприємствами економічно розвинених країн, до пошуку шляхів та засобів, які дали б змогу забезпечити стабільно високий рівень добробуту нашого населення.

Таке вивчення передбачає не сліпе копіювання системи взаємовідносин у процесі виробництва і управління, а відбір вирішальних моментів, що впливають на ефект виробничої та управлінської діяльності.

Фактори впровадження нових інноваційних технологій в галузі управління персоналом наступні: зниження темпів розвитку виробництва, економічний спад, зниження витрат на персонал, падіння вироблення, збільшення плинності кадрів.

Крім того, передумови для впровадження інноваційних технологій в процес управління персоналом - це тенденції розвитку бізнесу і

галузей економіки, необхідність зниження витрат на кадрову систему і підвищення конкурентоспроможності організації.

При впровадженні інноваційних технологій в систему управління людськими ресурсами в організації варто враховувати бар'єри і ризики, які будуть гальмувати цей процес: недолік співробітників з лідерським потенціалом і готовністю взяти на себе відповідальність за результати впровадження інновацій, низький рівень знань, креативності і прагнення до самонавчання і саморозвитку у персоналу, недостатнє фінансування організацією програм навчання і розвитку людських ресурсів, брак часу у співробітників для розробки інноваційних ідей через значне навантаження при виконанні безпосередніх обов'язків.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що управління персоналом у сучасних умовах включає декілька взаємозалежних етапів:

1. Розробка ефективної системи кадрового менеджменту (визначення предмета, задач та утримання даного виду менеджменту, його основних напрямків, принципів і методів для конкретної організації).

2. Формування механізму управління персоналом і відповідною організаційною структурою (розробка оптимальних структур і штатів кадрової служби, визначення структури фахового підготування і структури професійно значимих якостей особистості менеджерів з кадрів, добір, навчання і розставляння фахівців з управління людськими ресурсами).

3. Планування людських ресурсів (упорядкування планів і прогнозів у роботі з персоналом, планування чисельності і складу робітників, створення автоматизованих систем управління людськими ресурсами).

4. Набір персоналу (знання та уміле використання всіх існуючих джерел задоволення кадрової потреби).

5. Профорієнтація та адаптація (уведення прийнятих робітників в організацію, розвиток у них розуміння того, що очікує від співробітників організація та яка праця в ній одержує заслужену оцінку).

6. Формування кадрового потенціалу управління (аналіз якісного складу управлінських кадрів, організація наймання і постійної роботи з молодими спеціалістами, розробка науково-практичних основ добору і розставляння керівних кадрів).

7. Оцінка кадрів та їх діяльності (організація оцінки кадрів управління, розробка принципів і методів роботи з резервом, організація конкурсів спеціалістів, атестація, розробка ефективних методик оцінки).

8. Організація навчання персоналу (розробка і здійснення програм фахового підготування, перепідготовки і підвищення кваліфікації робітників).

9. Управління трудовою дисципліною і плинністю кадрів (розробка структури заробітної плати і пільг із метою притягнення, наймання і зберігання персоналу, розробка процедур підвищення, зниження, перекладу і звільнення робітників), виконання яких забезпечує ефективність використання персоналу організації.

Список використаних джерел

1. Андрушко В. К. Управління персоналом: Політика. Стратегія. Тактика. Мотивація. Розвиток. Атестація. Ефективність : навч.-метод. посіб. / Андрушко В. К., Комар Ю. М., Кома С. Ю. – Хмельницький
2. Балабанова Л. В. Управління персоналом : підруч. [з грифом МОН] / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – К. : ЦУЛ, 2011. – 468 с.
3. Щекин Г.В. Как эффективно управлять людьми: психология кадрового менеджмента/ Г.В.Щекин.- К.,2003.- С. 325-331.
4. Щекин Г.В. Теория социального управления: Монография/ Г.В.Щекин. – К., 2000. –С. 408-424.
5. Філіпова Л.Я. Управління персоналом [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.- Загол. з екрана.

Коляденко Ю.П.

*Інститут інноваційної освіти
Київський національний університет
будівництва і архітектури
м. Київ*

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективна стратегія забезпечення фінансової безпеки має ґрунтуватися на об'єктивних закономірностях розвитку фінансових відносин, визначати мету і завдання всієї системи забезпечення фінансової безпеки, орієнтуватися на розробку і послідовне здійснення заходів щодо закріплення і розвитку позитивних процесів і подолання негативних тенденцій у сфері фінансових відносин. При цьому, обов'язково мають бути визначені найближчі і перспективні цілі даної стратегії та механізми їх реалізації. Тільки при існуванні таких умов можна стверджувати про створення та функціонування дієвої стратегії забезпечення фінансової безпеки підприємства.

Стратегічне забезпечення фінансової безпеки підприємства повинне включати такі елементи як стратегічний аналіз, стратегічне планування, контролінг, бюджетування і аудит. Розглянемо кожен з цих елементів більш детально.

Результатом стратегічного планування є стратегічний план (стратегія) забезпечення фінансової безпеки підприємства. Така стратегія повинна відповідати як фінансовій, так і загальній стратегії підприємства. Крім того, при розробці стратегії підприємства необхідно дотримуватися ряду таких принципів як реальність, логічність, етичність, виправдана ризиковість, сумісність із середовищем, альтернативність та ін. [1]

В основі застосування контролінгу до процесу забезпечення фінансової безпеки підприємства лежить концепція системного поєднання функцій контролю, планування, зворотного зв'язку та інформаційного забезпечення. Сутність контролінгу фінансової безпеки підприємства полягає в тому, що це самоорганізована система, яка забезпечує інтеграцію, організацію і координацію всіх фаз управління фінансовою безпекою підприємства.

Бюджетуванням у фінансовій безпеці підприємства виступає управлінська технологія, яка передбачає розробку бюджетів в цілому по підприємству і окремих структурних одиницях, і застосування котрої забезпечуватиме належний рівень фінансової безпеки підприємства. Результатом бюджетування є фінансовий план (бюджет), в якому визначено необхідний обсяг фінансових ресурсів для реалізації намічених заходів щодо забезпечення фінансової безпеки підприємства, а також джерела їх надходження [2].

Отже, розробка стратегії забезпечення фінансової безпеки підприємства – це складний, багатогранний процес, який потребує комплексного вивчення. Формувати дану стратегію потрібно на засадах використання даних оцінювання власних можливостей, відповідності досліджуваної стратегії загальному сценарію розвитку підприємства, реалізації стратегічних фінансових інтересів підприємства та захисту від загроз негативного впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

Список використаних джерел

1. Ареф'єв В. О. Стратегія забезпечення фінансової безпеки підприємства як запорука його ефективного та стабільного функціонування / В.О. Ареф'єв // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – №29. – с. 65-68.
2. Судакова О.І. Стратегічне управління фінансовою безпекою

Кормушкіна О.В.

*Інститут інноваційної освіти
Київський національний університет
будівництва і архітектури
м. Київ*

БІЗНЕС-КОНСАЛТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Високий рівень розвитку вітчизняної ринкової економіки неможливий без успішної трансформації економічного середовища, визначальним елементом якого є ринкова інфраструктура. Така інфраструктура являє собою взаємопов'язану систему підприємств і організацій, які простежують рух потоків товарів, послуг, грошей, цінних паперів, робочої сили і забезпечують істотне прискорення їх обігу. Саме ринкова інфраструктура забезпечує нормальне безперервне багаторівневе функціонування господарських взаємозв'язків і взаємодію суб'єктів ринкової економіки.

Основу управлінської інфраструктури складають організації і фірми управлінського консультування, або консалтингові фірми. Консультування, або консалтинг, давно перетворився в найважливішу галузь сучасного підприємництва, розвиток якого в усіх країнах ринкової економіки спирається на потужну інфраструктуру його підтримки.

Виникнувши на початку ХХ ст., консалтинг пройшов довгий і складний шлях розвитку і сьогодні – це норма бізнесу, яка найбільш ефективно і динамічно розвивається, де зайняті сотні тисяч фахівців. Зародження консультування було пов'язане з постійним пошуком підприємцями нових засобів підвищення ефективності виробництва, спробами зі сторони фахівців управління знайти комерційне застосування своїм здатностям, логікою розвитку організаційної науки і практики. Сучасний бізнес найчастіше вдається до послуг консалтингових підприємств у разі виникнення проблем, що мають принципову новизну й вимагають нестандартних рішень. Підтвердженням цього висновку є результати досліджень, проведених одним із лідерів світового консалтингового ринку – компанією Bain&Company, об'єктом яких були принципи використання підприємствами управлінських інструментів упродовж останніх десяти років, а також ефективність і дієвість застосовуваних ними управлінських концепцій. Так, за рейтингом по-

пулярності до десятки найпопулярніших управлінських інструментів увійшли: стратегічне планування, управління взаємодією з клієнтами, управління клієнтською базою, сегментування клієнтів, бенчмаркінг, ключові компетенції. Сьогодні послуги з управлінського консультування затребувані в усіх сферах економіки, що показує його надзвичайні можливості сприяти результативності діяльності компанії різних сфер, напрямів і масштабів діяльності.

До найважливіших причин стрімкого розвитку управлінського консультування та зростання попиту на консалтингові послуги на світовому ринку можна віднести наступні:

- загальну тенденцію глобалізації бізнесу, яка однаково сприяє попиту на консалтингові послуги і серед транснаціональних корпорацій, що захоплюють нові ринки, і серед щойно створених компаній, які сподіваються позиціонуватися на світовому ринку;

- можливість використання ідей і таланту консультанта в якості конкурентної переваги в ринковій боротьбі;

- необхідність впровадження інформаційних технологій, які дозволяють значною мірою підвищити продуктивність компанії.

Сучасні світові тенденції розвитку управлінського консультування свідчать про зростання залучення консалтингових компаній до розвитку підприємств. Консультаційна діяльність, яка є у багатьох країнах світу найважливішим елементом ділового середовища, почала активно розвиватися і в Україні. Український ринок консалтингових послуг починає набувати риси зрілості. Українські підприємства, вичерпавши можливості вирішення проблем підвищення конкурентоспроможності своїми власними силами, все частіше звертаються до консультантів у спробах вирішення цих проблем. При цьому відбувається переосмислення завдань і функцій консультантів, від яких вимагають істотного поліпшення, спрямованого на підвищення ефективності та конкурентоспроможності і бізнесу. До консультантів все частіше звертаються не тільки організації, що перебувають у кризовому стані, а й успішні організації, що прагнуть стати ще більш конкурентоспроможними та ефективними.

Найбільш популярними та розвинутими в Україні на сьогодні є такі групи послуг з бізнес- консалтингу:

1. Управлінське консультування. Це послуги із загальних питань управління, до яких відносять: розробку стратегії; маркетинг; управління виробництвом, трудовими ресурсами, збутом; екологію і безпеку праці; структуру управління; аналіз ринку.

2. Фінансове консультування. Це послуги з питань бухгалтерського обліку та аудиту; оцінка майна, бізнесу, ризиків, майнових та

немайнових прав, операцій з цінними паперами, розробка фінансової стратегії, оцінка фінансових результатів діяльності, управління фондами та інвестиціями, оптимізація витрат і системи фінансового обліку, розрахунок ефективності окремих проектів.

3.Юридичне консультування. Це послуги, пов'язані з юридичними аспектами оподаткування; створенням, реорганізацією та реєстрацією підприємств; зовнішньоекономічною діяльністю, ліцензуванням та патентуванням; поверненням боргів, банкрутством та ін.

Водночас аналіз процесів, які відбуваються в економіці країни, зростаючий інтерес, в сучасній літературі та практиці до консалтингу, викликає необхідність більш глибокого проникнення в сутність цього явища, тим більше, що ця сфера бізнесу залишається однією з найбільш закритих і малозрозумілих для непрофесіоналів. Фахівцям досі не вдається прийти до спільного більш-менш чіткого визначення продукту і навіть рамок консалтингу, не кажучи вже про те, щоб оцінити його реальну ефективність. Спектр проблем, що вирішуються консалтингом, широкий і неоднозначний. Крім того, на ринку працює величезна кількість консалтингових компаній, що вкладають в поняття "консалтинг" свій сенс і зміст. Основними функціями консалтингових фірм є збір та аналіз інформації, проведення досліджень і експертиз, розповсюдження ефективних організаційних рішень та допомога клієнту щодо їхнього опанування.

Як показують результати проведеного дослідження, управлінське консультування дозволяє: ідентифікувати та аналізувати управлінські проблеми і можливості; пропонувати альтернативні варіанти вирішення цих проблем; надавати допомогу в реалізації рекомендацій та впровадженні на практиці.

Досягнення якості консультування залежить від багатьох чинників, таких як, рівень мотивації та інноваційної спроможності клієнта, його залучення до процесу діагностування проблематики та розробки напрямів подолання виявлених проблем, його довіри до консалтингових рекомендацій. На нашу думку, з метою забезпечення процесу формування стратегічних переваг та забезпечення успіху консультування, пропонуємо до чинників успіху консалтингових компаній включити наступні: об'єктивність та компетентність щодо забезпечення якості консалтингових послуг, встановлення чітких цілей консультування, часу і бюджету консалтингового проекту, а також наявність у консультантів таких складових професійної поведінки, як чесність у відношеннях та уміння налагодити ефективні комунікації між консультантами і клієнтами.

Список використаних джерел

1. М. Ф. Безкровний та М. Ф. Кропивко, “Управлінський консалтинг”, Підручник. Київ, Україна: Ліра-К, 2015.
2. Еволюція українського консалтингу. [Електронний ресурс]. Доступно: <http://anatol-each.livejournal.com/8931.html>. Дата звернення: 1.03.2018.
3. М. Л. Гончарова, “Управлінське консультування в Україні: основні проблеми, тенденції та напрями розвитку”, Економіка та управління національним господарством, № 2(164), С. 136 -141, 2015.

Марущак В.О.

*Інститут інноваційної освіти
Київський національний університет
будівництва і архітектури
м. Київ*

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНКИ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

На сучасному етапі трансформаційних змін в економіці, зміні, що відбуваються в економічній, соціальній та інших сферах життя суспільства, відображаються в управлінській діяльності персоналу. Управлінський персонал є однією з професій, яка найбільш динамічно розвивається в світі. Чим динамічніший розвиток суспільства, агресивніше зовнішнє середовище, тим складніше виробництво, що зумовлює складність в комунікаційних потоках та організаційних процесів на підприємстві. І все це зумовлює вищі вимоги до управлінського персоналу. Враховуючи залежність успішного функціонування підприємств, особливого значення набувають питання оцінки щодо управлінської діяльності персоналу.

Комплексною системою показників, які використовуються для визначення ефективності управлінської діяльності на підприємствах, являється збалансована система показників Нортон-Каплана (Balanced Scorecard – BSC). Така система з’явилася, в результаті прагнення удосконалення всієї системи управлінської діяльності, необхідності виявлення нових інструментів впливу на ефективність управління підприємства в цілому. В результаті, в 1990 році, певна кількість підприємств, які брали участь в експериментальному дослідженні, оцінюючи результативність діяльності підприємства та діяльність управлінського персоналу, включили до показників наряду з фінансовими –

не фінансові показники, що сприяло збільшенню інформативної бази дослідженого поля проблеми. Результатом такого експерименту було виникнення концепції збалансованої групи індикаторів: фінансові індикатори, індикатори бізнес-процесів, споживачів та кадрового потенціалу. В той же час, коли більшість країн використовувала таку збалансовану систему показників, Франція розробила свою систему показників – *Tableau de bord*. Схожість таких систем полягає в тому, що вони, вивчаючи діяльність підприємства, включали фінансові та не фінансові показники. Відмінністю французької моделі, яка є інструментом управління, використовуються дві групи показників: цільові, які відносяться та визначають керівники вищого рівня управлінської ієрархії щодо обраних стратегічних цілей підприємства, та функціональні, які визначаються функціональними показниками, що діють на всіх рівнях ієрархії.

Більшість науковців, аналізуючи діяльність управлінського персоналу оцінюють її з позиції ефективності її діяльності та розглядають ефективність управління як економічну так і соціальну. Подольчак Н. [2], визначаючи керівника підприємства – важливим рівнем формування ефективності управлінської діяльності, акцентує увагу, що оцінка ефективності діяльності менеджерів полягає у визначенні їхнього особистого внеску в діяльність підприємства на підставі результатів виконання основних видів робіт, поточних, попередніх досягнень та процесу вдосконалення управлінської роботи. Автор разом з іншими науковцями вважають, що найважливішою мірою ефективності в ринкових умовах є рентабельність як критерій ринкових результатів діяльності підприємства, так і управління засобами, які знаходяться в їх розпорядженні. При цьому, науковець відзначає, що ідеального стану ефективності досягти неможливо, до нього можна тільки безмежно наблизитися, оскільки змінюються пріоритети в зацікавлених групах. Тому, автор пропонує, враховуючи динамічність зовнішнього середовища, застосувати цільові показники ефективності, які є необхідною для оцінювання окремих операцій, проектів, рішень на підприємстві або роботи підрозділів.

У іноземній літературі ефективність менеджменту вимірюється двома групами показників, які відображають внутрішню та загальну ефективність. Внутрішня ефективність розглядається показником продуктивності, тобто між входними ресурсами та отриманими результатами. Друга група показників вважається більш системнішою, оскільки характеризує не тільки міру досягнення внутрішніх цілей, але й відображає взаємовідносини із суб'єктами зовнішнього середовища. Стосовно оцінки діяльності управлінського персоналу Шегда А. відзначав,

що оцінювати її можна за остаточними результатами роботи всього підприємства [4].

Такої ж думки і О. Гірняк, який зазначив, що ефективність праці менеджерів повинна об'єктивно визначатися за допомогою економічних категорій і комплексу показників, найважливішими серед яких є: обсяг виробництва і реалізації, зниження витрат матеріальних цінностей, продуктивності праці, використання основних фондів тощо. Аналізуючи їх, на думку автора, ми тим самим даємо кількісну та якісну характеристики роботи апарату управління, оцінюємо рівень загальної ефективності управління [5].

Насьогодні існує чимало сучасних методів, які оцінюють управлінський персонал з позиції соціально-економічної ефективності, особливих лідерських якостей за допомогою проведення тестування. Так, найвідоміші тести, які оцінюють управлінський персонал є тести компанії Profiles International – PMF, які оцінюють управлінські якості; PXT, які оцінюють відповідність посаді); PPI, які оцінюють ефективність праці; JSA, які оцінюють професійні якості персоналу.

Отже, враховуючи вищесказане, більшість підходів щодо оцінки управлінської діяльності, іноземні та вітчизняні науковці зводяться до того, що для комплексної оцінки діяльності управлінського персоналу на підприємстві, по перше, треба включати показники внутрішнього і зовнішнього впливу на діяльність підприємства. Внутрішню ефективність розглядати, як синтез проміжної ефективності, яка формується на основі проміжних результатів та витрат, та кінцеву ефективність, яка визначається кінцевими показниками за результатами і витратами діяльності. Для повної оцінки управлінської діяльності персоналу підприємства, потрібно враховувати такі професійно-особистісні показники, як стаж роботи на посаді керівника, загальний стаж за спеціальністю, оцінка ділових якостей, компетентність, організаторські здібності, психологічна сумісність тощо.

Список використаних джерел

1. О. М. Ястремська, Організаційне забезпечення якості трудової діяльності керівників промислових підприємств. Харків, Україна: Вид. ХНЕУ, 2009.
2. Н. Ю. Подольчак, Проблеми оцінювання та регулювання соціально-економічної ефективності систем менеджменту машинобудівних підприємств. Львів, Україна: Видавництво Львівської політехніки, 2010.
3. О. Є. Кузьмін, Н. Ю. Подольчак, "Оцінювання впливу соціально – економічної ефективності систем менеджменту на ефективність

діяльності підприємства", Вісник Національного університету "Львівська політехніка", № 691, с. 3 –9, 2010 [Електронний ресурс]. Доступно: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/10016>. Дата звернення: 1.03.2018.

4. А. В. Шегда, Менеджмент. Київ, Україна: Знання, 2002.

5. О. М. Гіряк, Економічна ефективність менеджменту: суть, методичні аспекти її визначення, Наукові записки, с.45 – 52, 2007 [Електронний ресурс]. Доступно: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-10/10.pdf>. Дата звернення: 1.03.2018.

Меґедь І.М.

*Інститут інноваційної освіти
Київський національний університет
будівництва і архітектури
м. Київ*

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПЕРСАЛОМ ЯК СКЛADOVA ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

В ринкових умовах ефективно побудована система управління персоналом має вирішальний вплив на якість людських ресурсів та сприяє майбутньому успіху будь-якої організації. Саме від кваліфікації та досвіду персоналу, соціально- психологічного клімату в колективі, винахідливості окремих співробітників залежить якість продукції або послуг, ефективність прийнятих управлінських рішень, а отже, кінцеві результати діяльності підприємства. Найбільшу актуальність система управління персоналом отримує в умовах процесного управління. Даний підхід представляє процес розробки системи управління персоналом у вигляді складової бізнес-процесу в прив'язці до стратегічної мети і бізнес-стратегії організації. Таким чином, актуальною є розробка системи управління персоналом як складової бізнес-процесу управління підприємством.

Бізнес-процес являє собою комплекс взаємопов'язаних і взаємозалежних видів діяльності, спрямованих на виконання конкретних завдань. Таким чином, процесний підхід до управління розглядає підприємство як мережу пов'язаних між собою бізнес-процесів.

Структура бізнес-процесів – це модель бізнес- процесів організації, яка відбиває ієрархію процесів і зв'язку між ними, підрозділами і зовнішнім оточенням через входи і виходи. Усі входи/виходи мають свого постачальника/одержувача: процес, підрозділ, конкретного працівника, зовнішнього контрагента [5, с. 74].

Процесний принцип управління – це формування бізнес-процесів, що охоплюють всю діяльність підприємства, і передача повноважень і відповідальності від верхнього рівня управління керівникам бізнес-процесів.

Перехід від функціонального принципу системи управління персоналом до процесного дозволяє забезпечити ефективну взаємодію учасників бізнес-процесу, своєчасно забезпечити підприємство якісним людським ресурсом і використовувати методи реінжинірінга при удосконаленні структури управління.

Управління персоналом набуває інший зміст при застосуванні процесного підходу. Так змінюється:

- вимоги до персоналу, зокрема, кожен співробітник, виступаючи виконавцем або власником процесу, відповідає не тільки за функції, а за якість процесу в цілому, встановлює і підтримує горизонтальні і вертикальні зв'язки з іншими учасниками, сприяє задоволенню попиту споживачів результатів процесу;
- діяльність з управління персоналом, представлена у вигляді процесу, передбачає виділення і керування такими складовими, як “входи”, “виходи”, “ресурси”, “постачальники”, “споживачі” та ін.
- статус і зв'язок управління персоналом з іншими процесами, обов'язкове включення його в єдину систему процесів організації;
- зміст та нормативно-методичне забезпечення технологій управління персоналом, зокрема, доповнюються критерії, методи та суб'єкти оцінки, відбору, адаптації персоналу, коригується склад показників аудиту субпроцесів управління персоналом тощо [1, с. 276].

Система управління персоналу як складова бізнес-процесу управління підприємством не може бути локалізована в межах одного підрозділу, є наскрізною, проходячи через всю організацію, завдання виконують як фахівці відповідного підрозділу, так і фахівці, керівники інших структурних підрозділів. Головною метою є забезпечення ефективності взаємодії структурних підрозділів і розподіл відповідальності їх керівників за реалізацію даного процесу. Впровадження процесного підходу передбачає зміну вимог до співробітників, структури взаємодії персоналу, методів навчання і мотивації, отже, без переведення системи управління персоналом на цей підхід неможливо успішне його впровадження у всій організації.

Процесний підхід до управління існує поряд з такими підходами: функціональний, системний, проектний [5, с. 72].

З впровадженням процесного підходу до управління персоналом організація отримує такі можливості:

1) оптимізація системи управління персоналом, забезпечення її прозорості для керівництва і гнучкості реагування на зміни зовнішнього середовища;

2) забезпечення впевненості керівництва організації в тому, що існуюча система управління персоналом націлена на постійне підвищення ефективності та максимальне врахування інтересів зацікавлених сторін;

3) забезпечення конкурентних переваг на ринку праці;

4) гарантування чіткого порядку і відповідальності за розробку, узгодження, затвердження та ведення документації по управлінню персоналом [3, с. 82].

На підставі вищенаведеного можна зазначити, що для українських підприємств раціональним підходом до побудови системи управління персоналом підприємства повинні стати саме інжиніринг бізнес-процесів управління персоналом що надасть змогу зменшити витрати у сфері управління персоналом за рахунок підвищення ефективності процесів, підвищити показники організації за рахунок підвищення мотиваційної складової, що в цілому сприятиме підтримці стану економічної стабільності організації.

Список використаних джерел

1. Р. А. Бундюк, "Определение бизнес-процессов управления персоналом крьюингового предприятия", Труды Одесского политехнического университета, № 1(31), с. 275 – 277, 2009.

2. М. В. Давиденко, "Бизнес-планирование как инструмент формирования эффективной стратегии управления персоналом", Экономика. Управление. Культура, № 14, с. 118–122, 2007.

Невмержицький І.

*Інститут інноваційної освіти
Київський національний університет
будівництва і архітектури
м. Київ*

МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Для того, щоб стати дійсно незалежною державою, підвищити не тільки добробут своїх громадян, а й загальний економічний рівень розвитку країни до загальноєвропейського, насамперед, треба визначити стратегічний напрям державної економічної політики. Це інноваційний розвиток економіки. Основна структурна ланка – це проми-

слове підприємство. Тому розробка ефективної інноваційної політики промислового підприємства є найважливішою задачею сьогодення. Розробка ефективної інноваційної політики промислового підприємства тісно пов'язана з визначенням критеріїв оцінки ефективності інвестиційних проєктів.

Нині правова система України включає понад 100 законів і інших нормативних актів, що регулюють інвестиційну діяльність. Насамперед це Закон України “Про інвестиційну діяльність”, Декрет Кабінету Міністрів України “Про режим іноземного інвестування”, Закон України “Про державну програму заохочення іноземних інвестицій в Україні”, Закон України “Про цінні папери і фондову біржу”, що створюють основу правового регулювання інвестиційної діяльності.

З теорії та практики випливає значна кількість різних методів оцінки ефективності інвестиційних проєктів, які можна поділити на дві основні групи: статичні та динамічні.

Статичні методи передбачають розрахунок показників на основі недисконтованих грошових потоків, тобто вони не враховують зміну вартості грошей в часі. Такі методи здебільшого використовувались в умовах командно- адміністративної системи.

Динамічні ж методи, навпаки, враховують зміну вартості грошей в часі і передбачають приведення вартостей усіх грошових потоків до одного й того ж самого періоду шляхом їх дисконтування чи компаундингу (нарощування). Саме динамічні методи набули широкого застосування в більшості країн світу. Вони виявились найбільш концептуально правильними та загальнопридатними для застосування в ринкових умовах.

Процес оцінки інвестицій можна умовно розділити на три етапи:

- перший етап — оцінюється обсяг інвестицій і майбутніх грошових надходжень;
- другий етап — оцінка ступеня ризику інвестицій, очікуваних грошових надходжень і визначається з оціненого ступеня ризику відповідна вартість капіталу;
- третій етап — очікувані грошові надходження зводяться до теперішньої їх вартості (та певну дату), використовуючи обчислену вартість капіталу.

Порівнюючи теперішню вартість очікуваних грошових надходжень із затратами (дисконтованими), оцінюють реальну ефективність (цінність) інвестицій.

Якщо теперішня (поточна) вартість надходжень від інвестицій вища, ніж затрати, то є підстави для реалізації даного інвестиційного проекту.

Під час оцінки інвестиційних проектів використовуються, окрім загальноприйнятих показників, специфічні, притаманні для оцінки інвестицій.

Найчастіше використовуються такі показники: чистий потік грошових засобів; період окупності інвестицій, чиста (нетто) теперішня вартість; внутрішня ставка (норма) доходу; індекс прибутковості.

Кожен з цих методів оцінки має свої переваги та недоліки. Тому в кожному конкретному випадку необхідна комплексна оцінка ефективності інвестиційних проектів з використанням усіх можливих методів з подальшими висновками на базі отриманих результатів.

Нечипорчук А.П.

Олійник О.О.

Інститут інноваційної освіти

Київський національний університет

будівництва і архітектури

м. Київ

НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ДО УМОВ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

Процеси адаптації підприємств до конкурентних вимог можливі за умовами гнучких змін організаційної, виробничої та управлінської системи на підприємстві. Якщо ставити за мету забезпечення економічної безпеки підприємств як динамічної системи, то обов'язковим стає процес мобілізації раціонального використання фінансових, технологічних, науково-технічних та трудових ресурсів підприємства, в тому числі і раціонального їх використання. Розумне поєднання і забезпечення взаємозв'язку фінансових та нефінансових показників, зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на діяльність підприємства, інтеграції виробничих заходів, все це підкреслює позитивність існування системи збалансованості між показниками.

Виникнення і розвиток суспільства супроводжується формуванням явища конкуренції (від лат. *concurentia* – стикатися, змагатися), яка є одним із постійно діючих чинників його прогресивного руху вперед [1, с.143]. Конкуренція змушує суб'єктів підприємницької діяльності не зупинятися на досягнутому, а постійно самовдосконалюватися, знижати витрати на виробництво, покращувати якість продукції (пос-

луг), що пропонуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність.

Однією з причин сучасної економічної кризи та низької конкурентоспроможності українських товарів та наданих послуг є нездатність вітчизняних підприємств боротися за розширення своєї частки на внутрішньому та зовнішньому ринках, просувати свої товари та формувати свого споживача, поставивши його інтереси у центр всієї виробничої та комерційної діяльності. В умовах глобалізації світової економіки глобалізується і конкуренція товаровиробників. Практично завжди це конкуренція з відомими, крупними виробниками.

До умов досягнення високого рівня прибутковості відносять забезпечення конкурентоспроможності товарів та послуг, що виробляються підприємствами та фірмами. Цієї мети досягають підприємства з більш високим конкурентним потенціалом, який включає в себе як реальну, так і потенційну здатність підприємства розробляти, виготовляти, збувати та обслуговувати в конкретних сегментах ринку конкурентоздатні вироби, а саме товари, що випереджають аналогічні за якісно-ціновими характеристиками і формують більший високий рівень попиту у споживачів.

Питання підвищення міжнародної конкурентоспроможності є актуальними для вітчизняних підприємств. Згідно зі структурою національної економіки України ключове положення в її економіці займають промислові підприємства. Сьогодні формування заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках є однією з найважливіших складових діяльності кожного промислового підприємства країни. Дослідження понять “конкурентне середовище” і “конкурентоспроможність” передбачає з'ясування сутності категорії “конкуренція”, оскільки вони тісно взаємозв'язані як в етимологічному, так і в чисто логічному сенсі – про конкурентоспроможність можна говорити тільки при наявності конкуренції між виробниками певної продукції та послуги.

Конкуренція між відособленими товаровиробниками є суперництво (боротьба) між ними стосовно задоволення власних інтересів: вигідних умов виробництва та збуту товарів, одержання високих прибутків, домінування на певному ринку. Аналіз визначень конкуренції дозволяє зробити висновок, що всі вони враховують такі її якості, як динамічність, примусовість, єдність конкурентних і монополістичних засад, зв'язок з інноваційними процесами [2]. Конкуренція – це сукупність об'єктивних відносин, перш за все, економічних, між господарюючими суб'єктами в умовах ринку, що носять динамічний характер

постійного суперництва товаровиробників за прихильність споживачів на основі певних переваг своєї продукції.

Альтернативність та багатоваріантність напрямків позиціонування підприємства в сфері міжнародного конкурентного середовища, потреба оптимізації ресурсного потенціалу і управління капіталом обґрунтовують системність стратегічного планування забезпечення конкурентоспроможності. Адаптивна до конкурентного середовища економічна політика у формі міжнародної конкуренції є умовою реалізації ефективного господарського механізму підприємства.

Вибір моделі забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства передбачає обґрунтування напрямів досягнення стратегічних цілей конкуренції, які містять в собі правила і прийоми, а саме: формування цінової політики, що забезпечує стратегічну динаміку зростання цільового сегменту ринку, загального обсягу товарної реалізації, товарооборотності окремих груп товарів; управління ресурсним потенціалом, його функціонально-вартісний перерозподіл з метою отримання цільового прибутку і максимізації рентабельності в стратегічному періоді; формування товарного асортименту, що відповідає споживчим потребам та забезпечує максимізацію доходів, мінімізацію обсягу і оптимізацію структури витрат; ефективне товаропостачання та мінімізація витрат на формування товарних запасів, зокрема, шляхом вибору конкурентоспроможного постачальника; зростання соціальної ефективності торговельного обслуговування; забезпечення інвестиційної привабливості як результату мінімізації терміну окупності капіталовкладень та зростання ефективності інвестиційних проєктів торговельної діяльності.

До напрямів адаптації підприємств до умов конкурентного середовища можна віднести наступні. По-перше, це “осучаснення” (приспособлення підприємства до нових вимог ринку) роботи з постачальниками, а саме: вибір та диференціація постачальників, планування роботи та комунікація з постачальниками, контроль і оптимізація відносин з постачальниками, попередження або зниження ризиків, достовірність та прозорість фінансових розрахунків, удосконалення зовнішньої логістики. По-друге, це створення ефективного внутрішнього середовища підприємства: матеріально-технічної бази та інфраструктури, управління персоналом, проєктування виробничого простору, внутрішньої логістики, технології та технологічного розвитку, інвестиції та інноваційні процеси. Третньою складовою напрямів є робота зі споживачами готової продукції: політика в сфері якості продукції, сервісна політика, розповсюдження та використання передового досвіду, асортиментна політика та створення вигідної пропозиції, під-

вищення лояльності споживача, цінова політика, рекламна діяльність. Адаптувати діяльність виробничого підприємства до умов конкурентної середовища, мінливості ринку праці (враховуючи залежності кривих попиту та пропозиції на робочу силу), є необхідною вимогою в умовах стабілізації економіки, але при здійсненні деяких зрушень в роботі підприємства, а саме: зміни його технологічного процесу, освоєнні нового ринку капіталів, перерозподілі прибутку, доходів і витрат.

Список використаних джерел

1. О. В. Шкурупій, “Зовнішньоекономічна діяльність підприємства”, Київ, Україна: ЦУЛ, 2012.
2. Т. Б. Харченко “Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки”, Актуальні питання економіки, № 2, с.70–75, 2013.

Тільний В.

*Інститут інноваційної освіти
Київський національний університет
будівництва і архітектури
м. Київ*

УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ТРУДОВОМУ КОЛЕКТИВІ

Конфлікти існують всюди і завжди, і всім відомо, що їх важко уникнути, адже вони – невід’ємна частка людських стосунків. Імовірність їх виникнення проявляється у всіх сферах життя. Розглянемо один з видів – конфлікт в трудовому колективі, з яким у будь-якому випадку зіштовхується кожен керівник.

Конфлікти, виявлені у трудовому колективі, потребують негайного усунення задля покращення відносин у ньому, а отже, й для прискорення досягнення спільних цілей. Розумне вирішення конфлікту дає можливість розглянути конфлікт, як поставлену задачу, що має бути розв’язана. Тобто спочатку необхідно визначити саме причину появи конфлікту, а згодом – вжити необхідних заходів щодо його вирішення.

Трудовий конфлікт – це конфлікт у сфері трудових відносин із приводу засобів працебезпечення, рівня заробітної плати, використання професійного та інтелектуального потенціалу, різних елементів та чинників трудового процесу, рівня цін на різні блага, реального доступу до цих благ й інших ресурсів, викликаний про-

тилежністю інтересів або поглядів [1, с. 187].

Здебільшого конфлікти у трудовому колективі виникають з таких причин, як:

- невірна головна ціль діяльності, що влаштовує не всіх членів колективу;
- несправедлива суспільна оцінка діяльності колективу;
- суперечлива поведінка, що не відповідає загальноприйнятим нормам у колективі;
- розходження культурних рівнів у членів колективу;
- психологічна несумісність (тобто наявність в колективі людей з досить різними, а то й протилежними характерами і темпераментами).

Керівнику необхідно підбирати кадри не лише за професійними ознаками, але й враховувати культурний рівень, психологічний стан людини тощо. Необхідним чинником для вирішення проблеми конфліктів у трудовому колективі є окреслення керівником визначальних напрямків роботи, аби попередити виникнення того чи іншого конфлікту.

Керівник повинен володіти знаннями про методи правильної та своєчасної діагностики, а також запобігання конфлікту, якими є регулярне ділове спілкування із співробітниками та диференційований підхід до людей; засновані на діловій аргументації та відсутності емоцій, індивідуальні бесіди; прийняття управлінського рішення, здатного усунути базу конфлікту. І чим точнішим буде визначення істотних елементів конфлікту, тим легше знайти способи ефективної поведінки в ньому [2, с. 217-218].

Завершальним етапом є методи вирішення конфліктів у трудовому колективі, якими зобов'язаний володіти будь-який керівник. Існують структурні та міжособові способи вирішення конфліктів.

Отже, зрозуміло, що повністю уникнути конфліктів у колективі неможливо, проте керівник з певним досвідом у сфері конфліктних ситуацій може спробувати запобігти допустимим конфліктам і, маючи бажання, самостійно створити ефективну й надійну модель вирішення конфліктів для досягнення певної мети.

Список використаних джерел

1. Андрушків Б. М., Кузьмін О. Е. Основи менеджменту. Львів: Світ, 2007. – 296 с.
2. Ложкін Г. В., Повякель Н. І. Практична психологія конфлікту: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2008. – 256 с.

ІННОВАЦІЇ ЯК ДЖЕРЕЛО КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВА

У нинішньому технологічно прогресивному суспільстві одним із провідних завдань економічних суб'єктів господарювання є набуття виняткових конкурентних переваг. Розвиток світової економіки має безперервний та динамічний характер. Нанотехнології у виробничих процесах, у менеджменті, нетрадиційні організаційні підходи до бізнесу, вихід на ринок новітніх видів послуг – все це зумовлює зростання конкуренції на світовому ринку. Аби отримати кількісно-якісну економічну перевагу ринкові гравці повинні шукати нові підходи, вміти швидко адаптовуватися та переорієнтовуватися в ситуаціях невизначеності та ринкової нестабільності. Тобто, вони мають послуговуватися принципами та методами, які передбачає інноваційна економіка.

Інновація – процес розробки, впровадження, експлуатації виробничо- економічного та соціально-організаційного потенціалу, що покладений в основу новації [2, с. 41].

Впровадження інновацій у соціально-економічну систему забезпечує більш доцільне, раціональне застосування ресурсів. Інвестування в інновації гарантує більшу віддачу, але істотно підвищується ймовірність підприємницького ризику.

В цілому сприятливий суспільний ефект інновацій криється у таких факторах:

- інновації скеровують економіку шляхом інтенсивного розвитку;
- гарантують пришвидшення росту продуктивності факторів виробництва;
- позитивно впливають на перерозподіл ресурсів стосовно перспективних суспільно-економічних напрямів;
- підвищують статус держави у світовій економіці та конкурентоспроможність країни.

Під інноваційною економікою розуміють постійне технологічне вдосконалення, виробництво високотехнологічних типів продукції та надання послуг із застосуванням інтелектуального капіталу підпри-

емства.

Внаслідок цього, зростання доходів організації обумовлюється розвитком інтелектуального капіталу підприємства, індивідуальними знаннями, досвідом та навичками робітників підприємства, організаційною структурою, інформаційною інфраструктурою тощо. Для створення нанопродукції або організації сфери послуг нового типу, в першу чергу, потрібні інноваційні ідеї.

Американський економіст П. Друкер виокремлює сім головних джерел інноваційних ідей:

- 1) Раптові події для підприємства чи галузі, у якій воно працює.
- 2) Некогруентність. В даному випадку мається на увазі невідповідність між реальністю та уявленням про неї.
- 3) Нововведення, що виникають при необхідності досконалення технологічного процесу.
- 4) Раптові зміни у структурі галузі або ринку.
- 5) Демографічні зміни.
- 6) Зміни у сприйняттях та настроях споживачів.
- 7) Нові знання, які отримані науковцями чи працівниками окремих підприємств при правильній оцінці можливості їх успішної реалізації можуть стати джерелом ідей для майбутніх інноваційних товарів [1, с. 94].

Отже, для лідерства у певній економічній галузі чи ринку, підприємствам необхідно застосовувати у власному виробництві інноваційні підходи, які повинні ґрунтуватися на постійному аналізі економічної сфери й передбаченні ймовірних технологічних змін у ній.

Список використаних джерел

1. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке / Питер Ф. Друкер: пер. с англ. и ред. Н.М. Макарова. – М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 270 с.

2. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1992. – 231 с.

РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ У ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Вдосконалення процесу оптимального управлінського рішення є актуальним питанням теорії й практики менеджменту. Нажаль, чимало керівників не використовують економічний аналіз як необхідну функцію управління.

В найбільш успішних фірмах світу економічний аналіз застосовується на всіх етапах прийняття управлінських рішень, що сприяє підвищенню якості та результативності управлінської діяльності, з іншого боку нехтування економічним аналізом призводить до неправильно поставлених цілей, задач, втрачених ресурсів, збитків, тощо.

Для прийняття управлінських рішень недостатньо мати дані обліку й звітності. Цю інформацію необхідно піддати відповідній обробці, в процесі якої з допомогою різних аналітичних прийомів з'ясовують причини, які викликали ті чи інші зміни в стані об'єкту управління. Під час економічного аналізу на базі існуючої інформації виникає нова, більш широка аналітична інформація про діяльність підприємства і її наслідки відповідно до потреб управління. Отже, предметом економічного аналізу є вся доступна інформація про діяльність суб'єктів ринкової економіки, яка перебуває в діалектичному взаємозв'язку, і взаємодії, що виражає зміну стану того чи іншого суб'єкта господарювання. В ході аналізу створюються передумови для оцінювання доцільності прийнятих управлінських рішень на перспективу.

Універсальним методом економічного аналізу є метод порівнянь. Він застосовується управлінцем при порівнянні фактичних та планових показників, з використанням, в якості бази порівняння, кращих або середніх даних. В результаті відповідних порівнянь можуть бути виявлені відхилення від заданих показників плану, показників за минулі періоди, від середніх показників по виробничому об'єднанню, і висунуті пропозиції про урахування досвіду роботи кращих підприємств [2].

Також часто застосовується метод угруповань. За допомогою цього методу можна розділити персонал, капітал, задачі, функції, про-

блеми, тощо за якоюсь суттєвою ознакою. Це допомагає знайти спільні та відмінні сторони, зрозуміти їхні зв'язки, залежності та використати це в управлінських цілях. Наприклад, угруповання робітників організації за рівнем класифікації дозволяє виявити вплив досвідчених працівників на середню продуктивність в організації намітити шляхи підвищення продуктивності до рівня найкращих фірм у галузі чи й освіти.

Отже, таким чином, сьогодні економічний аналіз є важливою складовою в прийнятті оптимальних управлінських рішень. Менеджер, маючи правильно поставлені завдання, ретельно дослідивши реальні проблеми, за допомогою економічного аналізу, зможе привести свій підрозділ/фірму до процвітання.

Список використаних джерел

1. Баканов М. И., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа. — М.: Финансы и статистика, 1997. — 416 с.
2. Воронкова В. Г. Управління людськими ресурсами: філософські засади: Навч. посібник / В. Г. Воронкова, А. Г. Беліченко, О. М. Попов / під ред. д-ра філос. наук, проф. В. Г. Воронкової. — К.: Професіонал, 2006. — 576с.
3. Мец В. О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 1999. — 132 с

Філаткіна І.М.

*Інститут інноваційної освіти
Київський національний університет
будівництва і архітектури
м. Київ*

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ІЗ СТРАТЕГІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ МІНЛИВОГО СЕРЕДОВИЩА

Одним із головних питань сучасного підприємства є формування організаційної культури у взаємозв'язку із стратегічним управлінням в мінливому зовнішньому середовищі. Оскільки зовнішнє середовище постійно змінюється, то і стратегію треба змінювати і підлаштовувати під ці фактори. Також треба брати до уваги той факт, що останнім часом стратегічне планування скоротилося до 3–5 років, а це значить, що організаційна культура повинна бути готова до постійних

нових впроваджень та завжди бути у взаємозв'язку із стратегічним плануванням. Окрім того, організаційну культуру часто недооцінюють хоча саме вона дозволяє успішно розробляти і реалізовувати стратегії.

Ефективне стратегічне управління дозволяє домогтися конкурентних переваг, сприяє організації успішно функціонувати і досягати своїх цілей в довгостроковій перспективі. Головним елементом в даному процесі виступає індивід зі своїми певними можливостями і потенціалом, які він якісно і успішно використовує в прийнятних для нього умовах. При цьому необхідно зазначити, що для розробки і реалізації стратегії, працівникам компанії слід об'єднуватися і бути єдиним організмом. Саме внутрішня організаційна атмосфера прискорює професійну адаптацію нових і молодих співробітників, сприяє їх ефективному включенню у виробничу і соціальну діяльність компанії, досягнення всіх поставлених цілей. Розуміння значущості організаційної культури, як одного з ключових чинників, що забезпечують ефективне стратегічне управління, помітно зросла. Саме тому все більшу увагу в теорії і практиці стратегічного менеджменту приділяється питанням управління організаційною культурою [1].

При розробці нової стратегії слід враховувати, що змінити існуючу культуру дуже складно, і тому, приймаючи рішення про її впровадження, важливо розуміти, наскільки нова стратегія підприємства сумісна з уже сформованими цінностями і нормами. Необхідно також оцінити, яким чином позначиться прийняття нової стратегії на культурі організації, і чи не призведе зміна культури на догоду стратегії до набагато більш сумних наслідків, ніж коригування стратегії або відмова від неї. Якщо ж стратегічні цілі і культура ґрунтуються на одних і тих самих цінностях і нормах поведінки, то стратегія реалізується максимально ефективно. Наприклад, якщо в компанії прийнято економно ставитися до ресурсів, то стратегія лідерства за витратами буде не тільки підтримана зсередини, але і максимально реалізована зовні. Співробітники в такому разі не будуть відчувати опору при досягненні стратегічних цілей. Виділяють два шляхи, за якими тісний зв'язок культури і стратегії впливає на працівників, мобілізуючи їх на виконання стратегічних планів компанії.

1. Культура формує внутрішню атмосферу, неофіційні правила і вимоги до співробітників, що підвищують ефективність їх праці. Якщо культура узгоджена зі стратегією, то формуються додаткові стимули, позитивно впливають на працю. Моделі поведінки, що перешкоджають реалізації стратегії, придушуються, так як подібна поведінка не відповідає загальноприйнятій культурі.

2. Культура, відповідна стратегії, спонукає людей працювати на ефективну реалізацію стратегії, і тим самим збільшується лояльність співробітників компанії в цілому, формується позитивне ставлення до дорученої роботи, підвищується рівень співпраці працівників. мотивує людей на ефективну реалізацію стратегії, сприяє сприйняттю працівниками бачення і цілей компанії [2].

Неузгодженість між стратегією і культурою заважає співробітникам компанії не тільки сприймати поставлені цілі, а й реалізовувати їх. У разі, коли стратегія вимагає від співробітників до дій, які не відповідають цінностям і прийнятим в організації нормам, це веде до невірної тлумачення завдань і неправильних рішень. У гіршому випадку, така неузгодженість здатна дезорієнтувати співробітників, і зупинити їх діяльність, поки не буде розв'язано конфлікт між культурою і стратегією. У разі, якщо відмінності між культурою і стратегією не дуже великі, культуру можливо змінити. Але іноді коригуванню краще піддати стратегію - якщо в організації створена сильна позитивна культура. У різних компаніях ступінь взаємодії культури і стратегії можуть сильно відрізнятися. Як правило, цей ступінь визначає сила або слабкість культури [2]. При розбіжності організаційної культури та стратегії розвитку підприємства існують чотири можливості:

1. Ігнорувати культуру.
2. Спробувати діяти в рамках існуючої культури. У тих випадках, коли зміни здаються занадто радикальними і навряд чи сумісними з існуючою культурою, слід подумати, як можна замінити той образ дії, який здається правильним, на альтернативний, з урахуванням існуючих культурних бар'єрів.

3. Змінити культуру.

Зміна культури з метою приведення її у відповідність зі стратегією може бути реалізовано через такі напрямки:

- показові заходи щодо зміни культури, в тому числі, створення образів для наслідування, заохочення співробітників, чия діяльність відповідає вимогам;
- дієві заходи щодо зміни, наприклад рішуча реорганізація, зміна складу менеджерів, матеріальне заохочення, яке пов'язане з реальними результатами роботи;
- не тільки побудова, а й розвиток корпоративної культури за рахунок декларування та подальшого впровадження в культуру цінностей і етики;
- формування системи заохочення для підтримки стратегії, в тому числі присутність фінансових і нематеріаль-

них стимулів і баланс між заохоченням і покаранням [4].

Тож можна зробити підсумок, що стратегія підприємства не буде достатньо ефективною та виконуватися у повній мірі, якщо організаційна культура не має на увазі поставлені цілі щодо досягнення певних місій.

Таким чином, менеджерам і фахівцям, які розробляють стратегію компанії, необхідно враховувати, яка організаційна культура склалася на підприємстві, наскільки вона відповідає передбачуваній стратегії, і наскільки сильно культура здатна вплинути на прийняття і реалізацію стратегії співробітниками компанії. Наявність цієї інформації здатне вчасно запобігти ухваленню неправильних рішень, скорегувати стратегію або вказати на необхідність проведення внутрішньо організаційних змін перед прийняттям нової стратегії.

Список використаних джерел

1. И. Тануркова, “Организационная культура в системе стратегического менеджмента”, Современные научные исследования и инновации, № 12, 2015. [Электронный ресурс]. Доступно: <http://web.snauka.ru/issues/2015/12/61414>. Дата обращения: Март 22, 2018.
2. Взаимосвязь организационной культуры и стратегии [Электронный ресурс]. Доступно: <http://www.managcel.ru/dicems-309-1.html>. Дата обращения: Март 21, 2018.
3. О. Стеклова, Организационная культура. Ульяновск, Россия: УлГТУ, 2007.
4. Д. Аругюнова, Стратегический менеджмент. Таганрог, Россия: ТТИ ЮФУ, 2010.

Шкуратов О.І.

д.е.н., проф.

Чудовська В.А.

к.е.н.

Інститут інноваційної освіти

Київський національний університет

будівництва і архітектури

м. Київ

МОДЕЛЬ ФІНАНСУВАННЯ РЕКОНСТРУКЦІ ЖИТЛОВОГО ФОНДУ В УКРАЇНІ

На сьогодні в Україні існує близько 1 млрд кв. м житлового фонду, більше половини з якого є застарілим. Окрім цього, за оцінками експертів, близько 75 млн кв. м житла в Україні є аварійним і непридатним для проживання. Тому запровадження ефективного механізму реновації застарілого житла в Україні на практиці є вкрай актуальним.

Відсутність в Україні дієвих реформ з житлової політики стала причиною швидкого зростання частки житлових будівель з високим ступенем зношення. При цьому, широкою проблемою в цьому аспекті є саме фінансування процесу реконструкції житлового фонду. Згідно Закону України «Про комплексну реконструкцію кварталів (мікрорайонів) застарілого житлового фонду» [1] джерелами фінансування реконструкції, заміни житлового фонду є:

- кошти інвесторів, які беруть участь у реалізації проектів реконструкції, заміни житлового фонду;
- кошти фондів реконструкції, заміни житлового фонду, утворених відповідно до закону;
- кошти державного та місцевих бюджетів з подальшим їх поверненням;
- інші джерела, не заборонені законом.

Однак, на сучасному етапі не сформовано стабільної фінансової бази щодо реконструкції застарілого житлового фонду в Україні, що обумовлено неврегульованим питанням фінансово-економічної аргументації стосовно визначених тарифів у розрізі зазначених статей витрат з огляду на фізичну зношеність, застосовувані економіко-технічні дані в аспекті використання житлового фонду, природних чинників тощо [2]. Також залишається неврегульованим питання джерел фінансування для відшкодування вказаних витратних статей. Обтяжує такий стан речей брак відповідного нормативного забезпечення стосовно чіткого підконтрольного врегулювання механізмів акумулю-

вання та використання фінансових ресурсів для цілей проведення капітальних ремонтних робіт у житлових будівлях. Тож майже єдиним джерелом відшкодування вказаних статей витрат залишаються місцеві бюджети.

За економічною логікою джерелом коштів для фінансування витрат з реконструкції житлового фонду повинні бути накопичення платежів власників житла за житлові послуги на спецрахунках балансоутримувачів в розмірі амортизаційних відрахувань на капітальний ремонт, реконструкцію та повне відновлення житлових будинків.

На нашу думку, інституційною основою фінансування розширеного житлового є цільові фінансові фонди, що дозволяють акумулювати фінансові ресурси з різних джерел і значно підвищити роль позабюджетних ресурсів у фінансуванні відновлювальних заходів. Разом з тим, формування цільового інституту дозволить збільшити приплив коштів на цілі реконструкції житлового фонду, що, в свою чергу, буде сприяти забезпеченню не лише простого, а й розширеного відтворювального процесу. Фінансування галузі через цільові грошові фонди є окремою ланкою фінансової системи та забезпечує ефективний розподіл наявних фінансових ресурсів. Такий фонд, що знаходиться у розпорядженні власників житла (по аналогії з амортизаційним фондом) передбачає нагромадження відрахування зі сплати комунальних послуг.

Список використаних джерел

1. Про комплексну реконструкцію кварталів (мікрорайонів) застарілого житлового фонду: Закон України № 525-V від 22.12.2006 // Відомості Верховної Ради України. 2007 р., № 10, стор. 441.
2. Kapliński O. Innovative solutions in construction industry. Review of 2016–2018 events and trends // Engineering Structures and Technologies. (2018). Vol. 10. Pp. 27–33.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

ДЛЯ НОТАТОК

[illegible]

Підписано до друку 13.02.2020.
Формат 60х84 1/16. Папір офсетний. Друк різнографія.
Гарнітура Times New Roman.

Тираж 150 прим.