

**МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ
В ЕКОНОМІЦІ ТА
УПРАВЛІННІ ПРОЕКТАМИ
З ВИКОРИСТАННЯМ
НОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ**



Харків – 2015

Рекомендовано до друку вченою радою Харківського національного університету радіоелектроніки (протокол № 7 від 03 липня 2015 р.).

Рецензенти:

Т. В. Момот – д-р екон. наук, проф., зав. кафедрою фінансово-економічної безпеки, обліку та аудиту ХНУМГ ім. О. М. Бекетова

П. Т. Бубенко – д-р екон. наук, проф., директор Північно-Східного наукового центру Національної академії наук і Міністерства освіти і науки України

О. І. Пуликар – д-р екон. наук, проф., зав. кафедрою Комп'ютерних систем та технологій ХНЕУ імені Семена Кузнеця

Моделювання процесів в економіці та управлінні проектами з використанням нових інформаційних технологій [Текст]: монографія / за заг. ред В.О. Тимофєєва, І.В. Чумаченко – Х: ХНУРЕ, 2015. – 245 с.

ISBN 978-966-659-209-8

Автори:

Бабкін С.В. (підрозділ 1.2); Безкороватий В.В. (підрозділ 2.2); Бугас Д.М. (підрозділ 2.1); Буласко М.В. (підрозділ 2.5); Воліков Т.А. (підрозділ 1.3); Гусєва Ю.Ю. (підрозділ 2.4); Гуца О.М. (підрозділ 2.7); Давидіч Н.В. (підрозділ 2.1); Довгопол Н.В. (підрозділ 2.7); Доценко С.І. (підрозділ 1.1); Дуортмес П.О. (підрозділ 1.11); Кирич В.В. (підрозділ 1.14); Ковалевська А.В. (підрозділи 1.12, 1.13); Косенко В.В. (підрозділ 2.6); Костенко О.Б. (підрозділ 2.5); Костін Ю.Д. (підрозділи 1.8, 1.9); Кусик Н.Л. (підрозділ 1.13); Кучерин Г.О. (підрозділ 1.3); Лисенко Є.В. (підрозділ 2.6); Петренко В.О. (підрозділ 1.3); Петрова Р.В. (підрозділ 1.12); Подоляка К.Є. (підрозділ 2.2); Полозова Т.В. (підрозділ 1.10); Попова Т. О. (підрозділ 1.2); Пустовий О.Ю. (підрозділ 1.8); Рамазанов С.К. (підрозділ 1.4); Романенков Ю.О. (підрозділ 1.5); Сидоренко М.В. (підрозділ 2.4); Соколова Л.В. (підрозділ 1.2); Степанова О.В. (підрозділ 1.6); Тимофєєв В.О. (підрозділ 1.14); Таран Н.С. (підрозділ 1.13); Уцяповський К.В. (підрозділ 1.9); Фонарьова Т.А. (підрозділ 1.3); Хмарна О.М. (підрозділ 1.3); Чернова Л.С. (підрозділ 2.3); Чумаченко І.В. (підрозділи 2.1, 2.4); Шейко І.А. (підрозділ 1.7); Шніка М.І. (підрозділ 2.5); Ястремська О.М. (підрозділ 1.11)

В монографії представлено теоретичне узагальнення нових наукових розробок щодо управління підприємством, розвитку інноваційної діяльності підприємств та управління проектами. Представлено результати впровадження інформаційних технологій та технологій управління бізнесом, управління проектами, програмами та підприємствами.

Видання рекомендовано для фахівців у галузях економіки, управління проектами і програмами, інформаційних, для студентів та аспірантів, а також науковців і викладачів вищих навчальних закладів.

Статті відтворені з авторських оригіналів, в авторській редакції.

УДК 658.012.32

ББК: У 290-21

ISBN 978-966-659-209-8

© Харьковский национальный
университет радиоэлектроники, 2015

ВСТУП.....	5
1 ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ В ЕКОНОМІЦІ ТА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1 Розвиток принципу бінарних відносин в теорії управління економічними Процесами.....	7
1.2 Теоретично-методичні аспекти оцінки конкурентних позицій банків на фінансовому ринку	22
1.3 Інтелектуальна складова економічної безпеки у стратегії промислового підприємства.....	34
1.4 Оптимізація ризику та безпеки для гармонійного і сталого розвитку складних систем	45
1.5 Налаштування однопараметричних прогнозних моделей на основі аналізу ретроспективних фазових портретів внутрішнього параметру	56
1.6 Моделювання оптимального розміщення продуктивних сил	66
1.7 Інноваційна діяльність як визначний фактор забезпечення розвитку промислових підприємств	76
1.8 Формування піраміди показників енергетичної ефективності на рівні окремого підприємства.....	93
1.9 Економічні новачки в енергетиці	103
1.10 Поняття та оцінка можливостей інноваційно-інвестиційного розвитку Підприємства	110
1.11 Основні складові привабливості інноваційних проектів	118
1.12 Регіональні особливості внутрішніх і зовнішніх загроз економічній безпеці суб'єктів малого та середнього підприємництва.....	128
1.13 Формування моделі соціально відповідальної діяльності компанії.....	150
1.14 Обґрунтування розробки системи економічного моніторингу на основі використання інформаційних технологій.....	161
2 УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ.....	173
2.1 Управління якістю в проектах міського пасажирського транспорту	173
2.2 Формалізація часткових критеріїв ефективності проектів реінжинірингу	

систем великомасштабного моніторингу	181
2.3 Управління проектами: ефективність та ризики інвестпроектів	191
2.4 Стейкхолдерський підхід в управлінні якістю освіти: наукометричний аналіз та перспективи розвитку	199
2.5 Алгоритми організації роботи з розподіленими базами даних в міських мережах	207
2.6 Аналіз та математичне моделювання структури інформаційно- телекомунікаційної мережі.....	215
2.7 Використання візуалізації задля розробки та перевірки регламентів (робочих інструкцій).....	228

ВСТУП

Динамічні зміни ринкового середовища, які відбуваються на фоні системних трансформаційних процесів, зумовлюють необхідність адаптування методів та інструментарію управління потенціалом економічних систем до нових умов. А успішне функціонування сучасного підприємства в умовах глобальної економіки забезпечується використанням цілого ряду ІТ-технологій та методів управління проектами, які використовуються в комплексі з традиційними методами менеджменту.

Актуальність вирішення проблем науково-теоретичного обґрунтування та методологічного забезпечення окремих аспектів економіко-математичного моделювання, управління інноваційним розвитком підприємства та онові використання методологій управління проектами та інформаційних технологій обумовила напрям та зміст досліджень, викладених у розділах даної монографії.

Монографія підготовлена авторським колективом, що складається з науковців провідних ВНЗ України: Доценко С.І (підрозділ 1.1, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка); Соколова Л.В., Бабкін С.В., Попова Т.О. (підрозділ 1.2, Харківський національний університет радіоелектроніки); Петренко В.О., Фонарьова Т.А., Кучерин Г.О., Хмарна О.М., Воліков Т.А. (підрозділ 1.3., Національна металургійна академія України, м. Дніпропетровськ); Рамазанов С.К. (підрозділ 1.4, Східноукраїнський національний університет імені В. Даля); Романенков Ю.О. (підрозділ 1.5, Національний аерокосмічний університет ім. М.С. Жуковського «ХАІ»); Степанова О.В. (підрозділ 1.6, Харківський національний університет радіоелектроніки); Шейко І.А. (підрозділ 1.7, Харківський національний університет радіоелектроніки); Костін Ю.Д., Пустовий О.Ю. (підрозділ 1.8, Харківський національний університет радіоелектроніки); Ущатовський К.В., Костін Ю.Д. (підрозділ 1.9, Харківський національний університет радіоелектроніки); Полозова Т.В. (підрозділ 1.10, Харківський національний університет радіоелектроніки); Ястремська О.М., Доуртмес П.О. (підрозділ 1.11, Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»); Ковалевська А.В., Петрова Р.В. (підрозділ 1.12, Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова, Харківський національний університет радіоелектроніки); Ковалевська А.В., Кусик Н.Л., Таран Н.С. (підрозділ 1.13, Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова, Одеський національний

університет ім. І.І. Мечнікова, Компанія «BI-vers»); Кирій В.В., Тімофєєв В.О. (підрозділ 1.14, Харківський національний університет радіоелектроніки); Давідіч Н.В., Бугас Д.М., Чумаченко І.В. (підрозділ 2.1, Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова); Безкоровайний В.В., Подоляка К.Є. (підрозділ 2.2, Харківський національний університет радіоелектроніки); Чернова Л.С. (підрозділ 2.3, Миколаївський університет кораблебудування імені адмірала Макарова); Гусєва Ю.Ю., Сидоренко М.В., Чумаченко І.В. (підрозділ 2.4, Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова); Костенко О.Б., Булаєнко М.В., Шпіка М.І. (підрозділ 2.5, Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова); Косенко В.В., Лисенко Є.В. (підрозділ 2.6, Харківський науково-дослідний інститут технології машинобудування); Гуда О.М., Довгопол Н.В. (підрозділ 2.7, Харківський національний університет радіоелектроніки).

Видання рекомендовано для фахівців у галузі економіки, менеджменту, інформаційних технологій та управління проектами для студентів та аспірантів, а також науковців і викладачів вищих навчальних закладів.

І ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ В ЕКОНОМІЦІ ТА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Розвиток принципу бінарних відносин в теорії управління економічними процесами

This article gives an analysis of the contents of binary relations in the form of cause-and-effect relationships. It is shown that this form of relationship is the basis for modeling and knowledge of the laws of the relations between the elements of the SIS of different nature. At the same time the possibility of using otno-making in the form of dialectical unity of opposites categories "of unit-ing - General" for the discovery of new laws for the systems in the form of organized-governmental whole.

Категоріальний апарат сучасної теорії управління економічними процесами, як основні, включає категорії «система», «управління» «відношення». В даний час відсутня однозначне визначення категорії «система». Найбільш поширеним є визначення системи через категорію «ціле», наприклад, у формі «цілісної множини об'єктів (елементів), пов'язаних між собою взаємними відносинами» [1].

Л. фон Берталанфі запропонував системи, сформовані за участю людини, відносити до організованих цілей [2].

При цьому, між об'єктами (елементами) системи встановлюються двомісні (бінарні) відносини [1]. У теорії управління, як правило, розглядаються бінарні відносини, які поділяються на такі типи [1]:

- еквівалентність, толерантність, строгий порядок, квазіпорядок, нестрогий порядок.

Для кожного з цих типів відношень може бути визначена, принаймні, одна з наступних властивостей [1]:

- рефлексивність, антирефлексивність, симетричність, асиметричність, антисиметричність, транзитивність.

Загальноприйнятим також є представлення системи як об'єкта, який має вхід, вихід і характеризується категорією «стан» [1]. При цьому передбачається [1]:

1.13 Формування моделі соціально відповідальної діяльності компанії

In this paper, the basic trends in the development of socially responsible business practices of Ukrainian companies. The urgency of the development model and the corporate social responsibility strategy, which will be aligned with the overall strategy of the company. The methodical approach to the formation of the model of a socially responsible company highlighted its distinctive features.

У сучасних умовах жорсткої конкуренції, як правило, досягає успіху та компанія, яка характеризується ефективною реалізацією стратегії розвитку, яка запроваджена на основі її бізнес-моделі. Бізнес-модель підприємства – узагальнююче поняття, що охоплює всі аспекти управління підприємством; це сукупність елементів, які характеризують принципово відмінну від конкурентів логіку його функціонування, на основі використання ключових компетенцій, для максимально ефективного розподілу стратегічних ресурсів у системі бізнес-процесів із метою створення продукту (послуги), що відповідає пріоритетам споживачів.

Більш глибоко сутнісну характеристику бізнес-моделі підприємства можна розкрити через її функції: визначення місії, стратегічного бачення та перспектив розвитку компанії на існуючому і перспективних ринках; вивчення майбутніх пріоритетів споживачів; забезпечення оптимального розподілу наявних та орієнтація на мобілізацію нових (потенційних) стратегічних ресурсів компанії; організація ефективної системи бізнес-процесів; формування, використання та розвиток інтелектуального капіталу компанії; ідентифікація та реалізація ключових компетенцій; залучення капіталу інвесторів; збільшення ринкової вартості та прибутковості компанії; підвищення конкурентоспроможності та забезпечення унікальності компанії на ринку.

Процес розробки бізнес-моделі є частиною стратегії бізнесу. Бізнес-модель логічно описує, яким чином компанія створює, поставляє клієнтам товар (продукт, послугу) і набуває вартість – економічну, соціальну та інші форми вартості. Отже, бізнес-модель описує, що саме підприємство пропонує своїм клієнтам, як воно досягає конкурентних переваг серед інших компаній, але бізнес-модель зазвичай відрізняється від моделі бізнес-процесу, організаційної моделі та бізнес-стратегії.

Переосмислення керівництвом, власниками та співробітниками логіки ведення бізнесу створює потенціал розвитку, відкриває нові можливості для якісних

перетворень на підприємстві, стає поштовхом для перегляду існуючої бізнес-моделі з акцентом на стратегічні напрямки діяльності. Досвід успішних компаній свідчить, що на етапі проектування бізнес-моделі виникають передумови посилення ключової компетенції, яка внаслідок унікального сполучення бізнес-процесів створює конкурентні переваги.

Кожен сучасний товаровиробник має намагатися не лише власне забезпечити випередження конкурентів у процесі просування товарів та послуг на ринки, а й забезпечити більш гнучку адаптацію виробництва до широкого кола потреб, цінностей та моральних настанов суспільства в цілому. Це пов'язано з тим, що навіть в разі домінування над конкурентами в таких сферах, як ціна, витрати чи споживчі властивості товарів і послуг, можна не забезпечити адекватний попит на свою продукцію, бо вона визиває відторгнення в очах споживачів з різноманітних причин. Така ситуація може виникнути в разі використання виробником праці дітей, забруднення природного середовища, знищення лісів, диких тварин тощо.

Поряд із економічними чинниками все більшу роль у забезпеченні конкурентоздатності українських підприємств у глобальному бізнес середовищі, зростанні їх продуктивності та прибутковості починають відігравати соціально відповідальні функції. Тому принципи сталого розвитку повинні скласти основу ефективних бізнес-стратегій кожного суб'єкта підприємницької діяльності. Останнім часом дедалі більша кількість великих підприємств розвинених країн особливу увагу приділяють соціальним і етичним аспектам діяльності. Добровільне включення соціальних і етичних питань у повсякденну економічну діяльність і його взаємовідносини із зацікавленими сторонами знайшло своє відображення в концепції корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Впровадження універсальних принципів корпоративної відповідальності в практику ведення бізнесу є необхідною умовою ефективного управління. Розробка звітності сталого розвитку є ефективним інструментом підвищення результативності систем внутрішнього фірмового управління та засобом підвищення прозорості діяльності підприємства.

Незважаючи на те, що більшість прикладів запровадження КСВ стосуються великих компаній, підприємства малого і середнього бізнесу також працюють над підвищенням рівня своєї соціальної відповідальності, хоча і в менших масштабах. На сьогодні соціально відповідальна діяльність не є виключенням для іноземних компаній. Також можна свідчити, що все більша кількість українських бізнес структур

долучається до КСВ і включає її до власної стратегії розвитку. На основі аналізу даних, що представлені на сайті «Спільнота Соціально відповідального бізнесу» [1] представимо деякі висновки.

По-перше, компанії, що реалізують КСВ, представлені у понад 20 галузях діяльності (рис. 1, табл. 1). Найбільша частка припадає на ті компанії, які працюють у сфері виробництва споживчих товарів – це 23 компанії, що становить 15,5% від загальної заявленої кількості. Серед них такі відомі виробники, як «Nemiroff Україна», «Nestle Україна», «P&G Україна», «Миронівський хлібопродукт», «Сандора», «Оболонь» та інші. Вагома частка компаній, що працюють у сфері оптової та роздрібної торгівлі – «Comfy», «Епіцентр К», «Ельдорадо», «Фуршет», «Фокстрот» та ін. Найменша частка припадає на підприємства, які представляють аерокосмічну та оборонну промисловість. Це єдине підприємство – ДП «Антонов».

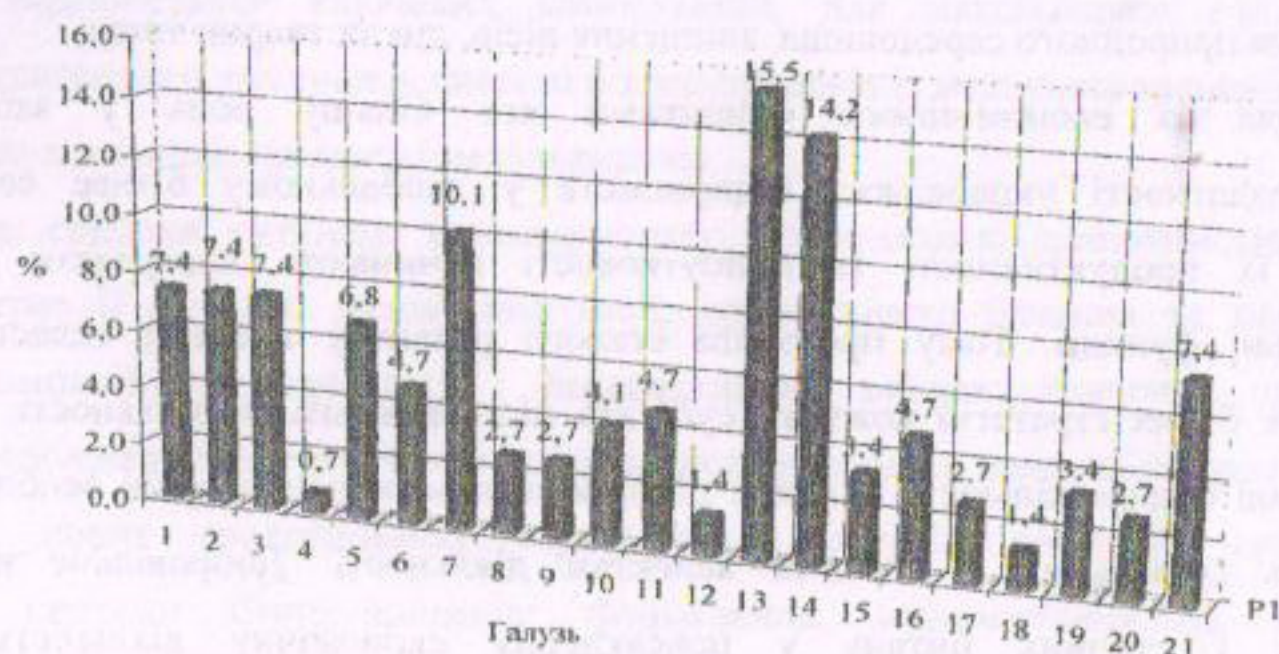


Рисунок 1 – Розподіл вітчизняних компаній, що реалізують КСВ за галузями діяльності

По-друге, серед вітчизняних підприємств соціально відповідальна діяльність розповсюджується на різні за розміром підприємства (рис. 2). Сьогодні активними учасниками спільноти є 148 компаній. Більша кількість з них (понад 60%) є представниками великого бізнесу, а разом із транснаціональними корпораціями їх частка становить 93%.

Безумовно, великі та транснаціональні компанії реалізують КСВ за об'єктивною необхідністю, що викликана або реалізацією соціальних ініціатив головною (материнською) компанією, або потребою бути визнаним та конкурентоспроможним на зовнішніх ринках. У той же час, кількість малих та середніх бізнес структур, що

відкрито заявляють про впровадження та реалізацію КСВ поступово зростає. Так, на відповідному ресурсі [1] представлені наступні представники малого бізнесу (табл. 2).

Таблиця 1 – Кількість вітчизняних компаній, що реалізують КСВ за видами економічної діяльності

№ з/п	Галузь	Кількість компаній
1	Сільське господарство	11
2	Металургійна промисловість	11
3	Машинобудування	11
4	Аерокосмічна та оборонна промисловість	1
5	Добувна промисловість	10
6	Енергоносії, електроенергія та вода	7
7	Фінансові послуги та банківська справа	15
8	Нерухомість	4
9	Проектування та будівництво	4
10	Хімічна промисловість	6
11	Фармацевтична промисловість	7
12	Охорона зовнішнього середовища	2
13	Виробництво споживчих товарів	23
14	Оптова та роздрібна торгівля	21
15	Консультативні послуги	5
16	Інформаційні технології	7
17	Страховання	4
18	Готельний та ресторанний бізнес	2
19	Транспортні послуги, логістика	5
20	Зв'язок	4
21	Інше	11

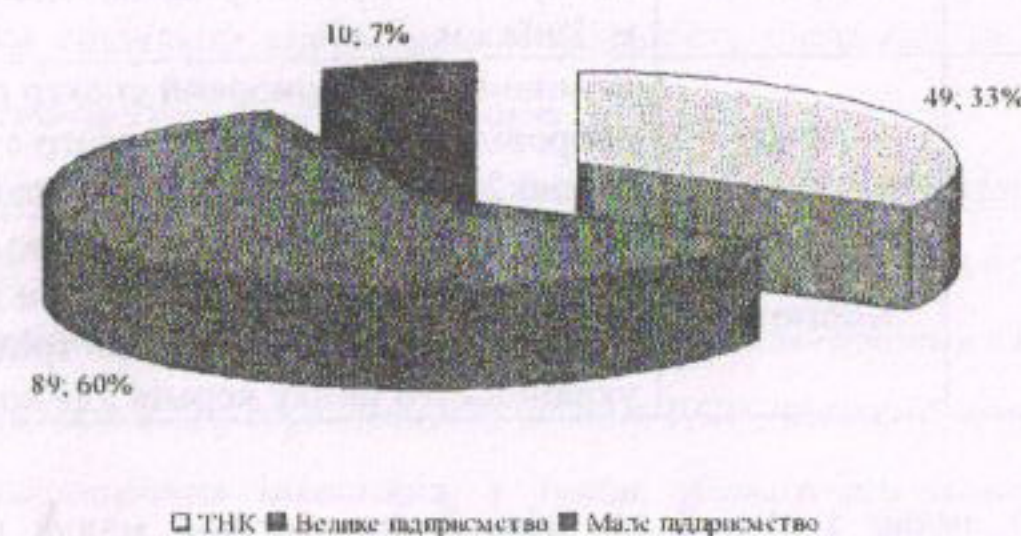


Рисунок 2 – Структура компаній, що реалізують КСВ за розміром (на 2014 р.)

Таблиця 2 – Малі підприємства, що реалізують КСВ та представлені в спільноті Соціально відповідального бізнесу

Галузь	Назва	Характеристика діяльності
Фармацевтична промисловість	D.S. мережа аптек	Найбільша аптечна мережа у м. Львів, лідер фармацевтичного ринку
Охорона зовнішнього середовища	Корпорація Сонячний альянс	Унікальна нано-технологія нового покоління «Електроімпульсної переробки у воді органічних та неорганічних відходів із отриманням вуглекислого та кисневого видів палива», можливості якої забезпечать низьковитратне виробництво, зменшуючи його собівартість у розрахунку на одиницю.
Оптова та роздрібна торгівля	Амріта	Компанія «Амріта» – це 140 тисяч дистриб'юторів, 500 пунктів сервісу та 12 Центрів обслуговування клієнтів у всіх регіонах України. Вона продає понад 500 натуральних продуктів для краси та здоров'я.
Консультаційні послуги	Нексія ДК	Група компаній «Нексія ДК. Аудитори та Консультанти» об'єднує біля 100 спеціалістів у різних напрямках бізнесу. Стратегічний партнер для будь-якої компанії, що потребує інноваційних і професійних послуг у сфері консалтингу, аудиту, інформаційних технологій.
	Павленко та Побережнюк	Правова група «Павленко та Побережнюк» здійснює судову практику, медіацію та арбітраж, вирішення корпоративних конфліктів і судових спорів на фондовому ринку.
	Астерс	Астерс - одна із найбільших юридичних фірм України, що надає клієнтам повний перелік юридичних послуг.
	КПМГ Україна	Міжнародна мережа фірм, що надають аудиторські, податкові та консультаційні послуги. В Україні представлена 2-ма офісами - м. Київ і м. Львів.
Страховання	Арма	Компанія надає широкий спектр послуг із добровільного та обов'язкового страхування на основі 23 ліцензій Нацкомфінпослуг України.
Інше	Кормотех	Це два високотехнологічних заводи, що виробляють сухі та вологі корми для котів і собак. Компанія належить до трійки лідерів українського ринку кормів для котів і собак.

Як наочно видно з рис. 2 та табл. 2, на сьогодні малих підприємств, що реалізують КСВ та відкрито заявляють про себе, публікують соціальні звіти та залучені до відповідної спільноти лише 10, що становить 7% від загальної кількості. Маємо наголосити, що в дійсності набагато більша кількість вітчизняних компаній реалізує

соціально відповідальну практику, однак вони не роблять цього публічно, не представляють для зацікавлених сторін будь-якої звітності, в більшості здійснюють несистемні та хаотичні соціальні дії та, відповідно, втрачають певні конкурентні переваги.

Доцільно констатувати, що сьогодні КСВ є атрибутом успішного бізнесу; фактором досягнення тривалих конкурентних переваг, існуючих у бізнес-організації системи принципів соціальної відповідальності, процесів соціального сприйняття та їх очікуваних результатів, що відносяться до соціальних взаємодій підприємства. В цілому відбувається загальносвітова тенденція поступової інтеграції принципів КСВ до бізнес моделей та включення до корпоративних стратегій, перехід до ідеології соціальних інвестицій, які відповідають довгостроковим інтересам суспільства та бізнесу. Ми повністю підтримуємо думку, що КСВ є частиною стратегії компанії зі збільшення власної присутності в суспільстві та розвитку власного бізнесу; можливість справляти позитивний вплив на суспільство в якому працює компанія [2, с. 100].

КСВ надає відповідь на питання про те, чому підприємство має діяти тим чи іншим способом. Принципи легітимності, публічно-правової відповідальності та свободи управлінського вибору структурують відносини між суспільством, бізнесом в цілому, окремими компаніями та менеджерами як особистостями.

Успішна компанія в своїй діяльності спирається, передусім, на єдину стратегію розвитку власного бізнесу. Практика сучасних вітчизняних та іноземних компаній свідчить, що корпоративну соціальну відповідальність необхідно розглядати через призму стратегічних бізнес-цілей соціальної політики господарюючого суб'єкту. Дуже важливо будувати соціально відповідальну діяльність системно та засновуючись на принципах ціннісно-орієнтованого управління.

Саме з розвитком КСВ тісно пов'язаний процес формування довгострокової стратегії розвитку підприємства, що ґрунтується на визначенні місії, розробці пріоритетів і довго-, середньо- та короткострокових цілей. «Включаючи в стратегію розвитку бізнесу активність, пов'язану з реалізацією заходів КСВ, компанії істотно розширюють для себе коло потенційних інвесторів, а також збільшують можливість зниження вартості притягнутих коштів. Це варто враховувати і українським підприємствам» [4]. Найважливіші елементи соціально відповідальних компаній – ефективне корпоративне управління, висока репутація компанії серед найважливіших стейкхолдерів, активна участь у соціальних програмах – стають основними елементами стратегій, які

спрямовані на забезпечення розвитку. При цьому важливо пам'ятати, що кожне підприємство має вирішувати власний набір завдань щодо взаємодії з зацікавленими сторонами. Підприємству необхідно реагувати на складну систему суперечливих очікувань власних стейкхолдерів, шляхом розробки та реалізації відповідного раціонального відгуку. В даному випадку менеджмент має вирішувати цілу сукупність проблем, таких як ранжування зацікавлених сторін, балансування конфігурації зустрічних очікувань від кожної групи стейкхолдерів, балансування суперечливих очікувань від всіх зацікавлених сторін, проблему синергії. В такому випадку КСВ є концепцією стійкого розвитку підприємства і носить стратегічний характер.

Стратегія з КСВ є корпоративним документом, в якому визначаються цінності та стандарти, згідно з якими здійснюється операційна діяльність компанії [3]. Успіх компанії у цій царині залежить від її професійності, якості стосунків із відповідними групами зацікавлених сторін. Тобто, заявляючи про свої цінності і відповідним чином реалізуючи свій бізнес, компанія звертається до найбільш важливих проблем КСВ.

Для того, щоб розробити саме стратегію з КСВ слід насамперед [3]:

- по-перше, мати сталу підтримку вищого менеджменту та власників, провідних акціонерів компанії;
- по-друге, здійснити аналіз відповідної діяльності аналогічних компаній;
- по-третє, підготувати матрицю програм, що пропонуються;
- вчетверте, розробити варіанти можливих заходів, партнерів, ресурсів;
- п'яте, виробити, сформулювати, обґрунтувати ключові сфери у внутрішній та зовнішній КСВ, які збігаються з бізнес стратегією конкретної компанії.

Стратегія з КСВ має базуватися на врахуванні специфіки зовнішнього бізнес оточення та соціального середовища (велике місто або селище тощо), напрямку діяльності та масштабі компанії. Вона може містити заходи з підтримки освіти, інвестицій у людський капітал безпосередньо у компанії або підвищення кваліфікації для тих, хто не є працівниками, проте є важливими групами для організації. Також це можуть бути екологічні програми, заходи у сфері збереження здоров'я, співпраця з місцевими/локальними громадськими організаціями, місцевим самоврядуванням тощо.

Саме такі міркування та власний авторський досвід дозволяють запропонувати методичний підхід до розробки і впровадження моделі соціально відповідальної діяльності компанії (рис. 3).

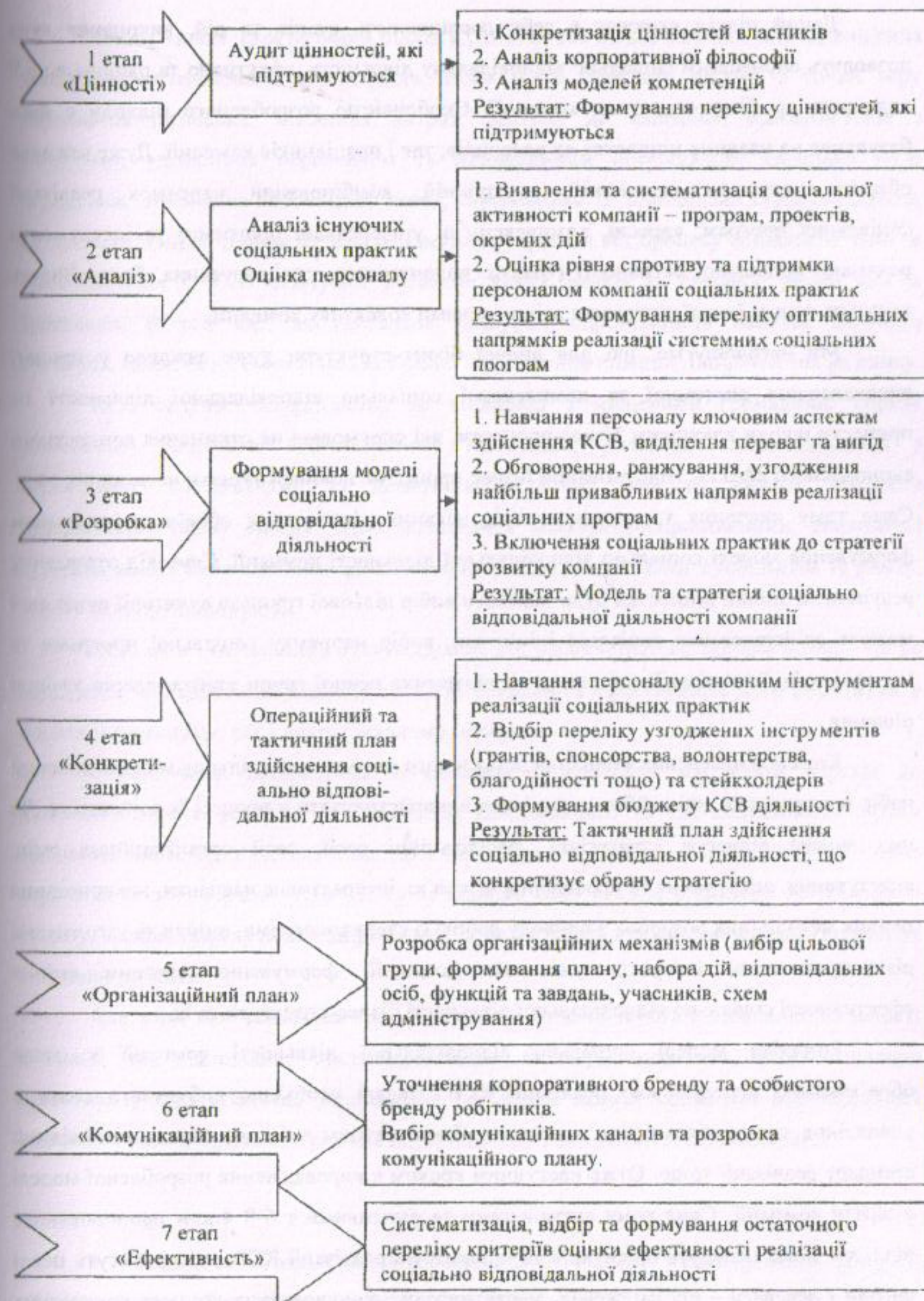


Рисунок 3– Методичний підхід до розробки і впровадження моделі соціально відповідальної діяльності компанії

Даний підхід включає в себе послідовність етапів та дій, виконання яких дозволить впровадити соціально відповідальну діяльність, ефективно та раціонально її включити до бізнес-практики компанії. Особливістю розробленого підходу є його базування на наявних цінностях як власників, так і працівників компанії. Дуже важливо обирати напрямки (зовнішній, внутрішній, комбінований напрямок реалізації соціальних програм; адресні, комплексні чи універсальні програми) та інструменти реалізації соціальної активності (гранти, волонтерство, спонсорування, благодійність тощо) на основі їхньої підтримки всіма членами колективу компанії.

Ми наголошуємо, що для діючої бізнес-структури дуже важливо у процесі впровадження системної та комплексної соціально відповідальної діяльності не принести шкоди ключовим бізнес-процесам, які спрямовані на отримання конкретного економічного ефекту. Відбудований бізнес процес не повинен зазнати негативних змін. Саме тому вивчення та систематизація наявних цінностей є обов'язковим етапом формування моделі соціально відповідальної діяльності компанії. Саме від отриманих результатів оцінки цінностей буде залежати вибір цільової групи та аудиторії щодо якої можуть здійснюватися соціальні ініціативи, вибір напрямку соціальної програми та інструментів її реалізації, співпраця та підтримка певної групи стейкхолдерів та інші рішення.

Кожен із наведених етапів представленого методичного підходу містить власний набір інструментів, які найбільш доцільно використовувати у процесі їх здійснення. До них можна віднести стратегічні, фасілітаційні сесії, сесії організаційних змін, анкетування, опитування та проведення інтерв'ю, інтерактивне навчання, використання певних методичних розробок з приводу роботи із стейкхолдерами, оцінки та узгодження різноспрямованих інтересів учасників компанії, формування системи оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності бізнес-структури та ін.

Розробка моделі соціально відповідальної діяльності компанії є лише обов'язковою передумовою реалізації КСВ. Надалі необхідно вибудувати систему управління такою діяльністю, наповнити її конкретним змістом, обрати відповідний стандарт реалізації тощо. Отже наступним кроком є впровадження розробленої моделі у життя компанії. Саме тому актуальними та важливими є 6-8 етапи пропонованого підходу. Вони нададуть орієнтирів та пріоритетів реалізації КСВ, які принесуть певні вигоди і переваги – від іміджевих, маркетингових, конкурентних до дуже конкретних економічних та фінансових.

Таким чином, стратегічний підхід КСВ стає все більш вагомим для підвищення конкурентоспроможності підприємств. Вона може принести вигоду з точки зору управління ризиками, зниження витрат, доступу до капіталів, взаємозв'язків з клієнтами, управління персоналом та інноваційним потенціалом. Оскільки КСВ передбачає виконання зобов'язань перед внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами, це дає можливість підприємствам отримувати переваги від процесу соціальних змін та умов діяльності. КСВ стимулює розвиток нових ринків та створює умови для їх зростання. В той час, як глобальна конкурентоспроможність набуває вагомого значення, поняття КСВ виступає як стратегія зміцнення позицій підприємства на ринку.

КСВ залучає підприємства до співпраці з місцевими громадами, сприяє здійсненню соціально відповідальних інвестицій, розвиває взаємовідносини з персоналом, споживачами та домогосподарствами. Такі дії можуть принести підприємству певну вигоду. Щоб залишатися конкурентоспроможними, економічні суб'єкти мають бути здатними пристосовуватися до нових вимог суспільства та ринку, в яких вони функціонують.

КСВ не є і не повинна бути відділена від бізнес-стратегії підприємства – це не надбудова чи додаток до бізнесу, а спосіб покращити ефективність його роботи, як у короткостроковому, так і довготривалому періодах.

Стратегічним пріоритетом вітчизняних підприємств має стати перехід до ідеології стійкого розвитку, як найбільш комплексного та систематизованого руху світового бізнес-суспільства. Саме питання стійкого розвитку мають стати частиною стратегій та дій компанії. При цьому на перший план виходять критерії популярності бренду, довіри та репутації підприємства, а не економіко-фінансові мотиви залучення компаній до КСВ.

Для того, щоб соціальна відповідальність була присутня в щоденній діяльності компанії та, відповідно, стала практикою бізнесу, необхідно мати соціально орієнтовану стратегію, що сформована на основі моделі соціально відповідальної діяльності компанії, яка підтримана внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами.

Література

1. Спільнота Соціально відповідального бізнесу [Електронний ресурс]: офіційний сайт // Режим доступу: <http://www.svb.org.ua/>
2. Зарецкий, А.Д. Корпоративная социальная ответственность: мировая и

отечественная практика [Текст]: учебное пособие / А.Д. Зарецкий, Т.Е. Иванова. – Краснодар: Изд-во КСЭИ, 2012. – 231 с.

3. Тульчинский, Г.Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности [Текст]: учеб. пособие / Г.Л. Тульчинский; Санкт-Петербургский филиал Нац. исслед. ун-та «Высшая школа экономики». – СПб.: Отдел оперативной полиграфии НИИ ВШЭ, 2012. – 236 с.

4. Шмиголь, Н.М. Впровадження елементів корпоративної соціальної відповідальності в систему управління підприємством: стратегії, дохід, ефективність [Текст] / Н.М. Шмиголь // Вісник Запорізького національного університету. – № 1 (4). 2009. – С. 212-216.

1.14 Обґрунтування розробки системи економічного моніторингу на основі використання інформаційних технологій

The theoretical foundation of the system of economical monitoring and the connection of concepts of control function and economical monitoring is defined. The problem of functional structurization of control is solved. The chart of system of functions, problems, principles of system of economical monitoring is formulated.

Сучасні умови функціонування підприємства зумовлюють необхідність перманентного видобування, аналізу та контролю даних й інформації, яка впливає з цих даних, її обробки для прийняття зважених управлінських рішень, підтримання конкурентоспроможності підприємства та його адаптації до мінливих умов зовнішнього середовища. Саме тому, що сьогодні моніторинг, як елемент контролю, достатньо широко використовується у сфері управління та в економіці цілому, дана проблематика потребує більшої наукової розробки методологічних та прикладних аспектів.

Розглядаючи економічний моніторинг, слід перш за все, з'ясувати поняття даного терміну. Використання терміну моніторинг не є однозначним в наукових джерелах інформації щодо економічних об'єктів. В чистому вигляді сам термін «економічний моніторинг» рідко використовується, проте можливо навести приклади застосування терміну «моніторинг» - табл. 1.1.

Сучасний розгляд функціонування будь-якого економічного об'єкту (підприємства, фірми тощо) базується на використанні підходу, що використовує визначення потенціалу такого об'єкту. Застосування такого підходу останнім часом набуває все більшого поширення. Однак визначення потенціалу для потреб прийняття управлінських рішень є недосконалим і потребує подальших досліджень, особливо для досить нового класу економічних систем – логістичних систем. Вивчаючи досвід розробки теоретичної бази потенціалу слід відзначити роботу [3, с. 21], в якій запропоновано ієрархію підпорядкування понять стосовно економічного потенціалу – рис. 1.

З погляду на представлену схему і матеріали роботи [3], можливо говорити, що найбільш важливими складовими для логістичних систем є майновий і фінансовий потенціали. Це обумовлено, в першу чергу, особливостями логістичної системи і спрямо-

Розробка пропозицій щодо внесення змін до регламенту.

Ця процедура виконується, якщо у результаті перевірки на логічну несуперечливість, зв'язність і повноту у схемі виявлені помилки.

У ході виконання цієї процедури аналітики спільно з фахівцями - розробниками регламенту, виправляють помилки або відхиляють зауваження, якщо вони такими не є.

Висновок - через особливості людського сприйняття та переробки інформації у процес розробки або перевірки регламенту доцільно включати етап відображення його у вигляді логічної схеми.

Література

1. Гуца О.М. Логікоаналітична експертизи регламентів у виде тексту / О.М. Гуца // Кримський економічний вісник. - 2013. - №1 (02), частина 1. - С. 123 - 127.
2. Андрейчиков О.О. Використання СУЧАСНИХ інформаційних технологій в процесі розробки регламентів довільної складності / О.О. Андрейчиков, О.М. Гуца, О.Г. Українець // Науково-технічний збірник «Комунальне господарство міст» ХНУМГ імені О.М. Бекетова серія «Технічні науки та архітектура» - 2013. - вип. №110, - С. 259 - 265.

Наукове видання

Бабкін Сергій Вадимович, Безкоровайний Володимир Валентинович,
Бугас Дмитро Миколайович, Буласнко Марина Володимирівна,
Воліков Тарас Анатолійович, Гусева Юлія Юрійовна,
Гуца Олег Миколайович, Давідіч Наталія Василівна,
Довгопол Ніна Василівна, Доценко Сергій Ілліч,
Доуртмес Пилип Олександрович, Кирій Валентина Василівна,
Ковалевська Алла Володимирівна, Косенко Віктор Васильович,
Костенко Олександр Борисович, Костін Юрій Дмитрович,
Кусик Наталія Львівна, Кучерин Гнат Олександрович,
Лисенко Едуард Вікторович, Петренко Віталій Олександрович,
Петрова Роксана Вадимівна, Подоляка Ксенія Євгенівна,
Полозова Тетяна Василівна, Попова Тетяна Олександрівна,
Пустовий Олександр Юрійович, Рамазанов Султан Курбанович,
Романенков Юрій Олександрович, Сидоренко Марина Володимирівна,
Соколова Людмила Василівна, Степанова Олена Володимирівна,
Таран Наталя Сергіївна, Тимофєєв Володимир Олександрович,
Ущеповський Константин Валерійович, Фонарьова Тетяна Анатоліївна,
Хмарна Ольга Михайлівна, Чернова Любава Сергіївна,
Чумаченко Ігор Володимирович, Шейко Ірина Анатоліївна,
Шпіка Микола Іванович, Ястремська Олена Миколаївна

МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ В ЕКОНОМІЦІ ТА УПРАВЛІННІ ПРОЕКТАМИ З ВИКОРИСТАННЯМ НОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Монографія

За загальною редакцією

доктора технічних наук, професора В. О. Тимофєєва
доктора технічних наук, професора І. В. Чумаченко

Підп. до друку 03.09.15. Формат 60x84 1/16. Спосіб друку – ризографія.
Умов. друк. арк. 9,2. Тираж 300 прим. Ціна договірна.

ФЛП Андреев К.В.
Харків, вул. Серпова, 4