

Напрямок 2. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ: ДЕРЖАВА, РЕГІОН, ПІДПРИЄМСТВО

Дем'янчук М.А.,

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки та моделювання ринкових відносин

Ант Онов В.В.,

студент 2 курсу напряму підготовки «Фінанси і кредит»
Одеський національний університет імені І.І.Мечникова

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Питання отримання, використання, поширення і збереження інформації в економіці і суспільстві в цілому набуває все більшого значення. Від того, як організація використовує і захищає інформацію, залежить її виживання в ринковому середовищі. Сьогодні науковці достатньо глибоко дослідили функції, загрози та методи визначення рівня інформаційної безпеки підприємства в умовах трансформаційних процесів, розробили основні підходи до аналізу її функціональних складових. Проте проблема формування системи інформаційної безпеки підприємств при реалізації процесу бенчмаркінгу залишається малодослідженою.

Методологічні, методичні та прикладні питання інформаційної безпеки підприємства висвітлені в наукових працях: В. Алєна, Б. Андрушківа, О. Арєф'євої, О. Барановського, Б. Губського, Т. Васильціва, Т. Власюка, П. Войнаренка, Дж. Вуда, О.М. Джужі, Я. Жаліло, Д. Зеркалова, С. Ілляшенка, І. Керницького, Д. Ковальова, Г. Козаченко, Т. Кузенко, М. Куркіна, В. Мартинюка, Н. Метелєнко, В. Михайленка, В. Нижника, Е. Олейникова, В. Ортинського, В. Понікарова, В. Пономарьова, К. Річардса, С. Сидорєнка-Стєєнка, А. Сухорукова, В. Тамбовцева, В. Франчука, О. Шнипко, О. Яременко та ін. Зусиллями згаданих учених запропоновано економічні, інституційні та правові засади організації інформаційної безпеки підприємства, виділено основні принципи і напрями вдосконалення та створення системи інформаційної безпеки підприємства.

Метою роботи є здійснення аналітичного оцінювання стану та перспектив інформаційного забезпечення процесу бенчмаркінгу.

Бенчмаркінг (термін «benchmark» запозичено з англійської мови у значенні «початок відліку»)– метод аналізу ефективності діяльності підприємства у порівнянні з показниками більш успішних підприємств. Він допомагає зрозуміти яким чином працюють підприємства, що займають лідируючі позиції, та перейняти їх досвід з метою досягнення встановленого підприємствами-лідерами рівня або, навіть, перевершити еталонні показники. На сьогоднішній день бенчмаркінг використовують практично у всіх сферах діяльності підприємства. Зокрема, виявлення та залучення передових та

перевірених на ефективність прийомів дозволяє зробити простішим розв'язання проблем з маркетингом, логістикою, управлінням якістю, персоналом, витратами тощо, тобто більш ефективно використовувати наявні ресурси. Враховуючи, що згідно ресурсно-функціонального підходу економічну безпеку прийнято вважати станом, при якому підприємство найбільш ефективно використовує ресурси підприємства, що дає змогу запобігати існуючим та можливим загрозам, а також забезпечувати сталий економічний розвиток, вважаємо, що цілкомлогічним є застосування бенчмаркінгу з метою забезпечення економічної безпеки підприємств. Забезпечення економічної безпеки потребує від підприємств здатності витримувати жорсткі конкурентні умови. Для цього важливим аспектом є можливість створення необхідних конкурентних переваг при вирішенні різноманітних існуючих проблем підприємства. Відповідно такою можливістю можна розглядати бенчмаркінг.

Основними принципами надання інформації про підприємство у процесі бенчмаркінгу є: – регулярність надання (одноразова передача інформації чи надання інформації з певною періодичністю, що залежить від необхідності при здійсненні бенчмаркінгу); – оперативність надання (період часу від запиту на інформаційні ресурси до моменту їх надання); – доступність для акціонерів та інших зацікавлених осіб; – надійність інформації (джерело отримання інформації); – повнота її змісту (повний або вибірковий (цільовий) масив інформаційних ресурсів); – рівні права при наданні бенчмаркінгової інформації для усіх груп одержувачів. Методи опрацювання інформації у системі відносин бенчмаркінгу реалізуються за допомогою інформаційного середовища, що створюється інформаційною структурою. Інформаційне середовище бенчмаркінгу є сукупністю технічних засобів, методів і способів руху інформації в організаційній системі, каналів та потоків її розповсюдження. Основна мета інформаційного середовища бенчмаркінгу – це формування відповідних баз документів і реалізація інформаційних відносин між донором та реципієнтом. Інформаційна система бенчмаркінгу повинна охоплювати всі основні показники діяльності організації, що піддаються формалізації. Інформаційна структура бенчмаркінгу – це організована і керована взаємодія людей, технічних засобів, програмного забезпечення, даних і системних ресурсів, що збирають, перетворюють і поширюють інформацію у процесі бенчмаркінгу. Ключові поняття цього визначення охоплюють: Людські ресурси, Технічні ресурси, Програмні ресурси, Ресурси даних.

захист інформації при проведенні процедури бенчмаркінгу означає захищеність підприємств-партнерів від зовнішніх та внутрішніх дестабілізуючих чинників, що дозволяє ефективно використати досвід діяльності, а також реалізувати їх матеріальний, фінансовий і кадровий потенціал. Розуміння потреби захисту інформації, вибору надійних каналів її передавання, а також проведення своєчасного і ретельного інструктажу персоналу дозволить попередити та уникнути витоків інформаційних ресурсів, а також їх пошкодження та несанкціонованого знищення.

Література:

1. Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» (із змінами та доповненнями) від 05.07.1994р. №80/94-ВР [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/80/94-вр>.
2. Рейдер Р. Бенчмаркинг как инструмент определения стратегии и повышения прибыли: Пер. с англ. [Текст] / Р. Рейдер. — М.: РИА "Стандарты и качество", 2007. — 246 с.
3. Шведа Н. Бенчмаркінг як технологія підвищення конкурентоспроможності підприємства / Н. Шведа // Сталий розвиток економіки. — 2012. - №6 [16]. — с. 274-280.

Дем'янчук М.А.,

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки та моделювання ринкових відносин

Звіряка Е.В.,

студент 4 курсу напряму підготовки «Фінанси і кредит»
Одеський національний університет імені І.І.Мечникова

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Основним фінансовим джерелом розвитку підприємства в умовах ринку, джерелом науково-технічного удосконалення його матеріальної бази і продукції та всіх форм інвестування є прибуток. Враховуючи значення прибутку, вся діяльність підприємства спрямована на те, щоб забезпечити зростання його величини або стабілізації на певному рівні. Тому основний принцип діяльності підприємства складається в прагненні до максимізації прибутку. З цієї причини прибуток виступає основним показником ефективності виробництва. Прибуток, найвідоміша з давніх-давен категорія, отримав новий зміст в умовах сучасного економічного розвитку країни, формування реальної самостійності суб'єктів господарювання. Прибуток є рушійною силою ринкової економіки, яка забезпечує інтереси держави, власників та персоналу підприємств.

Грамотне, ефективне управління формуванням прибутку, його розподілом та використанням передбачає побудову на підприємстві відповідних організаційно-методичних систем забезпечення цього управління, знання основних механізмів формування прибутку, принципи його розподілу. Необхідно при цьому мати на увазі, що кожен цикл розподілу прибутку звітного періоду це одночасно і процес забезпечення ефективних умов його формування в майбутньому періоді, реалізації цілей стратегічного розвитку підприємства.