

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ

УДК 005.8:006.01(043.2)

Dotsenko A.V.

National Aviation University, Kyiv

ISO 21500 AND PMBOK COMPARISON

On 31st December 2012, the Project Management Institute (PMI) published the 5th edition of the Project Management Body of Knowledge (PMBOK) Guide. A few months earlier, the International Organization for Standardization (ISO) published a new standard, ISO 21500:2012, Guidance on Project Management. The two releases of the PMBoK Guide and ISO 21500 standard are very close. Therefore, I have compiled a detailed review of the differences and similarities between them.

ISO 21500:2012 uses most of the processes in the PMBoK Guide 4th Edition but it has introduced minor adaptations; for example, the risk knowledge area has been repositioned, as has human resource management. The major change relates to stakeholder management; a corresponding subject group has been introduced by ISO, which also appears in the new release of the PMBoK Guide.

The structure of description of processes in ISO 21500 differs from that in PMBoK Guide.

The main difference is that ISO 21500 does not provide description of tools and techniques.

The description of each process in ISO 21500 consists of general description and a table containing primary inputs and primary outputs. ISO 21500 descriptions are substantially shorter than those of PMBoK Guide; roughly speaking description of two ISO 21500 processes fits at one page while in PMBoK Guide it takes several pages to describe one process.

Consistency between the PMBoK Guide and ISO standards will certainly help the profession. Moreover, PMI certifications will continue to promote structured project management, and project managers (or associates) will help a number of organizations align their project management processes with ISO recommendations.

Scientific supervisor - Shpylyovyi V.D., Ph.D., assistant prof.

УДК 005.8:620.91:330.341.1(043.2)

Балюк Є.В.

Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, Київ

ПОКРАЩЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ВИДОБУТКУ ЕНЕРГІЇ

Питання енергетики в останні роки стає все більш актуальним. Ріст міст, погіршення ситуації з екологією потребують рішень, які б забезпечили більш ефективні та менш шкідливі для оточення методи отримання енергії. В останні роки та за прогнозами передових енергетичних компаній ще на 30 років, доля відновлювальних джерел енергії зростає та продовжує рости. Але, доля енергії, що отримується з корисних копалин, таких як нафта, вугілля та газ, не впаде за позначку у 80 відсотків.

Нафта зазнала піку видобутку в 2005-му році, та зараз кількість нафти, отриманої щорічно, падає. За розрахунками Beyond Petroleum, доведених родовищ вистачить ще на 50 років при сьогоdnішніх темпах споживання. З газом ситуація краща, але не на багато. Не зважаючи на те, що кількість отриманої енергії падає, шкода навколишньому середовищу не зменшується.

Найкращий напрямок покращення технологій отримання енергії для України - це вугільна промисловість. На території України знаходяться одні з найбільших родовищ вугілля, в тому числі й антрациту. Отже, потрібно отримати таку технологію, яка б дозволила збільшити кількість отримуваної енергії з одиниці маси вугілля при зменшенні шкоди для навколишнього середовища.

В процесі спалювання вугілля є три фази, які нас цікавлять. Підготовка сировини, спалювання - та вихід CO₂ крізь труби в атмосферу. Під час підготовки, вугілля можна подрібнити та позбавити домішок. При спалюванні - потрібні технології, що дозволять підтримувати температуру без використання газу та мазуту. Це дозволить спалювати вугілля при оптимальних умовах та значно зменшити шкідливі викиди. Також, виготовлення каталізаторів для фільтрів в трубах дозволить зменшити кількість шкідливого газу, що виходить. Цю технологію можна буде використовувати при виготовленні фільтрів для автомобілів.

При дослідженні проектних альтернатив були проведені PEST та попередній SWOT аналізи та відібрані деякі з них.

Науковий керівник – Шпильовий В.Д., канд. техн. наук, доцент

УДК 629.735.083:629.735.017.1(043.2)

Гавренко К.М.

Національний авіаційний університет, Київ

**ПРОЕКТ ПІДГОТОВКИ ЦЕНТРУ З ТЕХНІЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ
ПОВІТРЯНИХ СУДЕН ДО СЕРТИФІКАЦІЇ НА ВІДПОВІДНІСТЬ
ЄВРОПЕЙСЬКИМ АВІАЦІЙНИМ НОРМАМ**

Укладання широкомасштабної Угоди між Україною та ЄС про Спільний авіаційний простір передбачає об'єднання авіатранспортних ринків України та ЄС, що сприятиме ефективнішому використанню ринку авіаперевезень та покращенню якості послуг, розвитку транзитного потенціалу України, інтегруванню України до Європейських авіаційних структур та зміцненню авторитету нашої країни як авіаційної європейської держави.

Щоб мати можливість вийти та працювати на ринку з технічного обслуговування авіаційної техніки західного виробництва, тобто проводити технічне обслуговування повітряних суден європейської реєстрації авіапідприємствам України потрібно впровадити європейські норми PART-66, PART-145, PART-147, мати сертифікат на відповідність системи обслуговування нормам PART-145 EASA.

Для отримання сертифікату PART-145 EASA авіапідприємствам необхідно пройти аудит на відповідність стандартам PART-145 EASA.

Підготовка до сертифікації на відповідність PART-145 вимагає проведення ряду важливих і трудо- та ресурсозатратних заходів:

- підготовка персоналу до проходження аудиту;
- підготовка первинної Таблиці відповідності вимогам міжнародного стандарту PART-145;
- підготовка "макету" Maintenance Organization Exposition (Настанова з технічного обслуговування);
- підготовка Maintenance Organization Exposition (Настанова з технічного обслуговування);
- вдосконалення/розробка внутрішніх стандартів щодо виконання робіт з технічного обслуговування;
- визначення необхідного обладнання та інструментів;
- підготовка/побудова технічних та допоміжних приміщень;
- підготовка кінцевої Таблиці відповідності вимогам стандарту PART-145.

Визначенні заходи доцільно впровадити в рамках самостійного проекту з використання технологій та процесів управління проектами.

З використанням програмного забезпечення MS Project, Primavera та інших, що дозволить виконати роботи згідно розробленого плану в межах запланованих ресурсів та строків.

Завершення робіт представлено сертифікацією відповідним авіаційним органам.

Науковий керівник – Овсянкін А.М., канд. техн. наук, професор

УДК 005.8(043.2)

Гончар Т.В.

*Національний університет архітектури і будівництва,
Національний авіаційний університет, Київ*

СТВОРЕННЯ ДИНАМІЧНОГО НАУКОВО-ВИРОБНИЧОГО КАМПУСУ

Аналіз світового досвіду показує, що економічне зростання розвинутих країн та їх окремих регіонів вже давно базується на використанні сфери знань і високих технологій, а їх ефективне поєднання гарантує прогресивний розвиток нації та людства. Однією з найбільш вдалих форм такої інтеграції є технопарки або науково-виробничі кампуси. Тому інноваційний розвиток будь-якої країни залежить не лише від того, яким чином підприємства запроваджують інновації та як саме держава стимулює цей процес, але й від того, наскільки розвинутою є інноваційна інфраструктура.

Розвиток інноваційної інфраструктури в Україні є наразі дуже важливим, бо, згідно статистичних даних, стрімко падають показники інноваційної активності корпоративного сектора економіки. Так, частка інноваційно активних підприємств з 18% у 2000р. знизилася до 14,2% у 2007р. (з них кількість промислових підприємств-інноваторів знизилася з 14,8% до 11,5% відповідно).

Короткий аналіз процесу становлення в Україні інноваційних структур засвідчує про зниження на сьогодні динаміки їх розвитку та функціонування, хоча практика роботи технопарків протягом останніх дев'яти років підтверджує їх доцільність та ефективність у активізації інноваційної діяльності.

З урахуванням всіх факторів, що впливають на функціонування науково-виробничих кампусів, пропонується створення принципово нової динамічної інноваційної структури. В роботі проведені дослідження її подальшого функціонування, цілі, а також поставлені задачі, які будуть вирішені.

Динамічний науково-виробничий кампус – це місце скупчення інформаційних і інших інноваційних технологій. Успішна взаємодія науки і бізнесу, створення нової інфраструктури, збереження унікального природного середовища, особистісний розвиток, що забезпечить життя по стандартам майбутнього – ось головні принципи, що визначають концепцію кампусу.

Науковий керівник – Шпильовий В.Д., канд. техн. наук, доцент

УДК 378.048.4:005.8(043.2)

Дворник А.С.

Національний авіаційний університет, Київ

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ІНФОРМОВАНІСТІ МОЛОДІ ЩОДО ВИБОРУ НАПРЯМКУ МАЙБУТНЬОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Існує безліч напрямків професійної діяльності, і однією з найголовніших проблем сьогодення є саме вибір майбутньої професії. Ця проблема поглиблена ще тим, що велика кількість людей різного віку змушена змінювати напрям професійної діяльності протягом життя. Це відбувається з декількох причин: недостатня кількість знань для виконання тієї чи іншої роботи; недостатня інформованість при виборі напрямку професійної діяльності; недостатня мотивація; не задовольняючий матеріальний аспект та ін.

Одним із варіантів вирішення цієї проблеми є саме формування усвідомленого поглибленого ставлення до вибору напрямку майбутньої професійної діяльності. Профорієнтаційна робота повинна бути направлена на розкриття індивідуальних особливостей та стимулювання у молоді інтересу до пізнання професійного світу.

Іноземний досвід показує, що поряд з допомогою у виборі професії та звичайним інформуванням, пріоритетним є також формування самостійності, прагнення до професійної конкурентоспроможності та мобільності, що є важливим в сучасних умовах ринку праці. Одним із основних напрямків професійної орієнтації є організація професійних проб та трудових практик.

Також спостерігається збільшення використання групових методів роботи; впровадження в практику інформаційних комп'ютерних баз даних та активне використання рольових та ділових ігор.

Тож існує декілька інноваційних форм здійснення профорієнтаційної роботи:

1. Програма ділових ігор, які направлені на виявлення та розвиток особистісних особливостей кожної людини.

2. Організація влиття у професійне робоче середовище шляхом залучення до процесів на діючих підприємствах для забезпечення наочного представлення всіх аспектів робочого процесу.

3. Забезпечення формування усвідомленого ставлення до вибору професії завдяки створенню мобільного навчального інформаційно-аналітичного центру, який буде займатися безпосередньо допомогою молоді щодо вибору професії.

4. З метою сприяння розвитку підприємницької діяльності серед молоді, формування підприємницьких інтересів і навичок можливе проведення специфічних практичних ігор та тренінгів за рахунок ресурсів навчальних центрів у вигляді креативних та інноваційних лабораторій.

Слід сказати, що існує велика кількість підходів до розвитку професійної освіченості, але при сучасних умовах ринку праці, повинні мати місце інноваційні підходи, які базуються на роботі як у групі для розвитку групових якостей, так і індивідуально, для розвитку особистісних якостей.

Науковий керівник – Михальченко О. А., канд. екон. наук, доцент

УДК 005.8:35.077.6(043.2)

Казарінова О. Ю.

Національний авіаційний університет, Київ

ОСОБЛИВОСТІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У ПОЛІТИЧНИХ ПРОЕКТАХ

Україна перебуває на перехідному етапі розвитку, коли відбуваються фундаментальні зміни в політичній та економічних системах, трансформація вищих органів влади, зміщення центру ухвалення політичних рішень. Проте слід зазначити, що в Україні приймається певна частка політичних рішень, яким під час розробки та ухвалення бракує стратегічності, системності та обґрунтованості, а під час впровадження – недостатньої ефективності методів управління ресурсами та контролю виконання рішень. Складність політичних ситуацій потребує від науковців розробок нових підходів щодо удосконалення процесу прийняття та реалізації політичних рішень. Виняткової теоретичної та практичної значущості набуває проблема впровадження інноваційних технологій, що розроблені в інших галузях знань, продемонстрували свою ефективність та адаптовані до процесу прийняття політичних рішень.

Сьогодні політичні проекти мають максимальну невизначеність. Політична невизначеність впливає на стратегію проектів і характеризуються тим, що їх цілі повинні корегуватися по мірі досягнення проміжних результатів. Кількісна і якісна оцінка параметрів проекту майже не можлива; терміни і тривалість реалізації проекту залежать від мінливих факторів. Витрати на проект мають імовірнісний характер, ресурси виділяються у міру потреби в межах можливого.

У матеріалах доповіді обґрунтовано доцільність впровадження методів проектного менеджменту в процесі прийняття та реалізації політичних рішень. Технологія управління проектами вже довела свою високу дієздатність вирішувати складні питання у різних галузях діяльності суспільства в умовах високих ризиків та невизначеності.

Висвітлено методологію прийняття та реалізації рішень у політичних проектах, у яких всі управлінські рішення під час виконання проектів спрямовані на ефективне управління всіма проектними ресурсами для успішного та вчасного завершення всіх етапів політичного процесу (поетапне розроблення продукту проекту) з дотриманням всіх процесуальних норм розробки та реалізації політичних рішень. Розглянуто вплив ризиків на проект, які можуть завдати певної шкоди і перешкоджати досягненню цілей проекту.

Переконливо обґрунтовано, що для виконання політичного проекту необхідно залучати фахівців різної кваліфікації під час його виконання: експертів з політичних питань, фахівців з побудування політичних систем та управління політичними проектами, менеджерів з управління персоналом, досвідчених виконавців з фінансово-економічних, технічних та інших питань.

Науковий керівник - Овсянкін А.М., канд. техн. наук, професор

УДК 656.13.015(043.2)

Масалова М. Л.

Національний авіаційний університет, Київ

БАГАТОРІВНЕВИЙ АВТОМАТИЧНИЙ ПАРКІНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ СПОСІБ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ НЕСТАЧІ ПАРКОМІСЦЬ

Автомобіль давно став для більшості людей невід'ємною складовою способу життя, і кількість автовласників збільшується щодня. Проте разом зі зростанням кількості машин зростає й проблема нестачі простору для їх зберігання, так, за даними за 2012 рік лише в місті Києві бракує близько трьохсот тисяч парковочних місць, зокрема, в центральних районах. Тому нами було поставлено задачу сприяти вирішенню даного проблемного питання.

Як спосіб вирішення проблеми шляхом аналізу було обрано побудову багаторівневого автоматичного паркінгу. Даний різновид паркувальних систем не знайшов поширення в нашій країні, хоча на сьогодні у нас існує низка компаній, що працюють на міжнародному ринку та пропонують проектування та побудову автоматичних та механізованих паркінгів. Переваги даного паркувального рішення безперечні, адже для нашої держави воно інноваційне, автоматичні паркінги мають значні технологічні та функціональні переваги, наприклад: паркування авто в них відбувається без участі людини та з вимкненим двигуном, що є екологічним та безпечним для авто, адже виключено можливість пошкодження його та сусідніх з ним машин, як часто буває при паркуванні не дуже вправних водіїв, до того ж час паркування дорівнює приблизно одній хвилині, тому втрати часу немає; відсутність у паркінгу людини також означає безпеку машин від викрадень та навмисних пошкоджень; значною перевагою є знову ж таки зумовлений відсутністю людини в паркінгу його розмір, так, ярус автоматичного паркінгу є нижчим за висотою від звичайного паркінгу, що дає змогу за тієї ж загальної висоти зекономити площу і звести більшу кількість ярусів; енергоспоживання паркінгу дуже невелике, а новітні інтелектуальні системи керування з функцією ідентифікації машин за допомогою старт-карток повністю виключають можливість плутанини при поверненні авто власників.

Серед особливостей та перспектив нашого вирішення проблеми дефіциту парковочної площі варто зазначити прагнення отримати ліцензію на виробництво каркасів для автоматичних паркінгів в Україні, а також вдосконалення конструкції системами водостоків з подальшою можливістю патентування даного удосконалення. Отже, слід відзначити, що впровадження автоматичних багаторівневих паркінгів дозволяє економити 35-60 % площі, а іноді й більше, в залежності від конструкції та типу паркінгу, вартість побудови такого парковочного рішення коштує менше, ніж підземного паркінгу в приблизно 4 рази, а строки власне зведення конструкції коротші в 10 разів. Відповідно, зведення багаторівневих автоматичних паркінгів є економічно вигідним.

Науковий керівник - Шпильова Т.І., канд. техн. наук, доцент

УДК 658.336:005.095-051(043.2)

Матвєєв О.В.

Національний авіаційний університет, Київ

ПРОЄКТ Mini-MBA - НОВА ФОРМА УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ ПРОЄКТІВ

На Заході термін Mini-MBA, використовується як комерційними, так і некомерційними установами в назві програм навчання основам бізнесу тривалістю, як правило, менше 100 годин.

Спочатку ці програми пропонувалися консалтинговими компаніями щоб дати найманам на роботу випускникам базові знання бізнесу. Однак у останні роки все більша кількість світових бізнес-шкіл почали пропонувати подібні програми, і використання терміну mini-MBA набуло більш формального значення в спільноті бізнес-освіти.

Програми mini-MBA користуються попитом у співробітників компаній, які займають посади пов'язані з бізнесом і хочуть розширити свої повноваження без великих грошових витрат, а також серед власників малого та середнього бізнесу. У цілому програми mini-MBA розраховані на середній рівень управлінської ієрархії - менеджерів середньої ланки зайнятих у самих різних сферах діяльності.

Зважаючи на викладене, слід відзначити, що підходящим варіантом для професіоналів, які хочуть удосконалити свої знання з управління проектами та підтримувати у формі свої професійні здібності і набуті навички, може бути вступ на програми Project mini-MBA.

Основна відмінність програм Project mini-MBA від програм mini-MBA полягає у чітко вираженому професійному спрямуванні та їх спеціалізації за рахунок різного співвідношення базових та спеціалізованих дисциплін, а також їх тривалості.

Такі програми можуть бути короткотерміновими – тривалістю у кілька місяців або більш розгорнутими – тривалістю до одного року, під час яких студенти набувають спеціальні знання в галузі технологій управління. Крім того, можлива реалізація скорочених програм управлінського та професійного розвитку, що присвячені управлінню проектами у певній сфері діяльності.

Project mini-MBA програми дозволять слухачам максимально зануритися в спеціалізацію, за рахунок акценту на профільні предмети. Якщо слухач обмежений в часі або матеріальних ресурсах, він може спочатку закінчити Project mini-MBA програму, а через деякий час продовжити навчання на другому рівні програми, де даються об'ємні речі, що включають у себе весь комплекс управління проектною діяльністю.

Слід також зазначити, що безумовною перевагою програм Project mini-MBA, на відміну від програм mini-MBA, є їх комплексність та єдине уявлення про цей вид програм, що відкриває додаткові можливості удосконалення професійної підготовки менеджерів проектною діяльністю.

Науковий керівник - Шпильовий В.Д., канд. техн. наук, доцент

УДК 005.8:340.111.5(043.2)

Молчанова О.А.

Національний авіаційний університет, Київ

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ВІДНОСИН У СФЕРІ ПРОЕКТНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Невід'ємною складовою становлення економіки України та її адаптації до вимог європейської спільноти є ефективна інноваційна політика, що насамперед базується на створенні сприятливого інвестиційного клімату, а також формуванні сприятливих умов для функціонування суб'єктів інноваційної діяльності та розвитку підприємництва у інноваційній сфері.

Для багатьох підприємств впровадження інноваційних технологій є переходом на якісно новий рівень розвитку і часто стає визначальним фактором економічного зростання. Інвестування капіталів у нові технології дозволить суттєво активізувати виробничу активність, збільшити кількість робочих місць, а також, що особливо важливо, стимулюватиме інноваційний розвиток підприємств, організацій, а отже розвиток регіонів та економіки країни в цілому. Для забезпечення такого розвитку повинна існувати державна система правового регулювання проектно-інноваційної діяльності, головним об'єктом якої мають бути інноваційні проекти.

Побудову інноваційної моделі економіки визнано на державному рівні стратегічним пріоритетом країни. Загальновизнаним серед спеціалістів та науковців у галузі інновацій є той факт, що вітчизняне законодавство з питань правового регулювання інноваційної діяльності непослідовне, фрагментарне та малоєфективне, а тому не може бути визнаним належним правовим підґрунтям для переходу української економіки на інноваційний шлях розвитку.

Враховуючи викладене, постає завдання удосконалення правового регулювання відносин, що складаються в процесі організації та здійснення проектно-інноваційної діяльності, тобто створення законодавчого та нормативно-правового забезпечення, що дозволяло би підсилити ефективність інвестицій у проектно-інноваційну сферу. Однією із важливих складових цього завдання є дослідження змісту та правового навантаження самої проектно-інноваційної діяльності з моменту генерації нової ідеї до моменту отримання матеріальних та нематеріальних вигід від її впровадження.

Необхідною умовою ефективності законодавства у сфері проектно-інноваційної діяльності, ефективного розбудови, функціонування та сталого розвитку національної інноваційної системи, а також реалізації інноваційної моделі економічного розвитку України є формування дієвого механізму господарсько-правового забезпечення інноваційної політики держави.

Наведені аргументи свідчать про потребу у реалізації проекту удосконалення правового регулювання відносин у сфері проектно-інноваційної діяльності в Україні, а саме, виокремленні усього комплексу законодавчих і нормативно-правових актів в єдину структуру, а також їх доробці, систематизації та структуризації.

Науковий керівник - Штільовий В.Д., канд. техн. наук, доцент

УДК 640.43(477)(043.2)

Нейчева М.А.

*Національний авіаційний університет, Київ***АНАЛІЗ СЕГМЕНТІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Кажучи про рівень насиченості ринку, перш за все, оперують таким показником, як кількість місць на споживача послуг закладів громадського харчування. Так, в середньому по Європі одне місце в ресторані (кафе, барі, фаст-фуді і т.п.) доводиться на 8 жителів, у Києві – на 35 жителів, у Дніпропетровську – на 40, у Донецьку – на 35, у Львові – на 25 жителів. Виходячи з цих даних, можна зробити висновок, що перспективи ресторанного ринку в Україні просто величезні.

У великих містах України підйом переживають заклади середнього цінового сегменту (середній чек 50-70 грн. на людину), тоді як відкриття нових елітних закладів значно призупинилося.

Нижній ціновий сегмент в ресторанному бізнесі поступається по темпах розвитку середньому. Тому є декілька причин: заклад з невисоким середнім чеком виграє за рахунок. У дешеві заклади, як правило, не приїжджають спеціально, спонтанність прийняття рішення про їх відвідини складає більше 70%. У зв'язку з цим формат, що нині користується надзвичайно великим попитом, Quick&Casual розвинений тільки на 20-25% від можливого, оскільки дуже важко сьогодні знайти приміщення, що відповідає всім вимогам, розраховане на велику кількість місць.

Активно розвиваються заміські заклади. Відмічено, що у вихідні дні в літній період ресторани, розташовані у межі міста, значно пустіють, тоді як заміські – переповнені. Ця тенденція з кожним роком стає все більш вираженою. Виграють тільки ті міські ресторани, які розташовані в рекреаційній зоні (паркі, набережні). Не дивлячись на активний розвиток закладів приміського формату, найчастіше вони не брендіві, розраховуючи на ту аудиторію, що проїжджає повз, і набагато рідше – на міських мешканців, які цілеспрямовано їдуть в цей заклад.

Останніми роками активізувався розвиток кав'ярень-кондитерських. Стають популярними заклади з ціновим рівнем 15-25 грн., що пропонують каву, борошняні і кондитерські вироби, шоколад. Але розвитку, як передбачалося, не відбулося.

Все більше ресторанів при складанні меню роблять акцент на натуральному використанні продуктів, а не на складності рецептур. Звідси висновок: набуває популярність авторська кухня, що дозволяє творчо переробити всі існуючі кухні світу і створити свій власний продукт, яким і привертаги споживача.

Вільними нішами є спеціалізовані дитячі кафе – дитяча тема присутня в багатьох закладах, але окремої уваги вона практично не удостоюється. Перспективні напрями «руху» – локальні заклади, які обслуговували б спальні і околичні райони (піщерії, кафе), так звані «ресторани однієї вулиці». Недостатньо представлені підприємства, орієнтовані на переваги певного продукту. Хочеться відзначити і перспективу закладів музичної спрямованості (не нічних клубів, а скоріше арт-ресторанів і арт-кафе).

Науковий керівник - Захаренко М.І., д-р фіз.-мат. наук, доцент

УДК 004.738.5:005.8(043.2)

Нестеренко М.О.

Національний авіаційний університет, Київ

ОРГАНІЗАЦІЯ ПЛАНУВАННЯ ТА РОЗРОБКИ WEB-ПРОЕКТІВ

Існує безліч підходів оцінки того чи іншого бізнесу. І не має такого власника, котрий не хотів би розширити свою справу, оптимізувати її та збільшити дохід. Одним з оптимальних способів розвитку компанії є розробка сайтів-візитівок, стартапів чи інших інтернет-проектів.

Порівнюючи український ринок з європейським та американським, дослідження показали, що український ринок ще досить молодий. Молодий як з точки зору розуміння інтернет-бізнесу, так і з точки зору ставлення до процесів розробки.

Іноземні компанії розуміють, що хороше рішення неможливо отримати за малі кошти і готові інвестувати великі (порівняно з Україною) суми. Є ще два вирішальні фактори котрі впливають на ситуацію українського ринку web-проектів. По-перше те, що європейські та американські компанії спочатку розглядають інтернет-проекти як бізнес. В Україні для багатьох стартапи є свого роду хобі. По-друге, в Україні відсутній фундаментальний підхід до навчання в цій області. Також слід зазначити, що Українські інвестори більш обережні. Вони вкладають кошти у проекти, що копіюють вже перевірені бізнес-моделі.

Проте ринок інтернет-продажів стрімко розвивається. Згідно зі статистичними даними в Україні купують в інтернет-магазинах близько 90 % користувачів мережі Інтернет. А це близько 7 млн. потенційних клієнтів.

Організація інтернет-магазину для роботи у режимі on-line має свої особливі підходи тому вимагає виваженості і комплексності на всіх стадіях.

Вихідним етапом такої організації є аналіз зовнішнього середовища і обґрунтування доцільності створення такого магазину. Насамперед, визначається кількість конкурентів, тенденції розвитку конкуренції, умови розвитку електронної торгівлі.

Для другого етапу характерно безпосередньо створення магазину. Другий крок – це визначення асортименту і профілю магазину. Орієнтиром для визначення асортименту майбутнього магазину може слугувати структура, яка склалася на практиці. Так частка on-line продаж у загальному обороті аналогічних груп товарів за даними складає: електроніка – 34 %; мобільний зв'язок – 12 %; фототехніка – 12 %; книги – 10%; товари особистого користування – 10%; комп'ютери – 6 %; музика, фільми – 4%; одяг, взуття – 2%.

Третій, заключний етап, охоплює процедури реєстрації і оформлення магазину. Цей крок пов'язаний з інвестиційними розрахунками тобто визначенням витрат. Найбільш специфічними в цьому плані є визначення вартості web-вітрини, web-каталогу, програмного забезпечення.

Проте слід сказати, що не існує єдиного визначеного процесу розробки web-проекту. Ефективний виробничий процес має базуватися на інтерактивності, інкрементальності, самоуправлінні команди.

Науковий керівник – Овсянкін А.М., канд. техн. наук, професор

УДК 378.018.46:659.1:005.8(043.2)

Пашинська Л.С.

Національний авіаційний університет, Київ

СТВОРЕННЯ НАВЧАЛЬНОГО ЦЕНТРУ НА БАЗІ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА

На ряду з такими глобальними проблемами як забруднення навколишнього середовища, глобальне потепління, тероризм та ін., існує проблема безробіття, особливо серед молоді. Ця проблема загострилась внаслідок економічної кризи, особливо у розвинених країнах. За даними ООН світовий рівень безробіття серед молоді складає 12,6 %. В Україні цей показник складає 20%.

Один із шляхів покращення ситуації - співпраця компаній та ВНЗ. У цілому роботодавці зацікавлені у співпраці з навчальними закладами. Основна причина їх співробітництва з вузами - кадровий дефіцит. Найчастіше - 69% випадків - партнерство здійснюється за допомогою надання студентам місць для проходження практики на базі компанії, 54% роботодавців запрошують випускників потрібних їм напрямів навчання в штат, а 51% організують стажування, 42% компаній беруть участь у ярмарках вакансій, організованих вузами, 22% організують конкурси з подальшим працевлаштуванням переможців, 22% направляють своїх співробітників вести теоретичні / практичні заняття у вузах, 20% проводять екскурсії по компанії для студентів. Найменш популярні такі форми співпраці, як гранти для студентів (10%).

Навчальні програми вищих навчальних закладів не відповідають потребам ринку, тобто великою проблемою є і низький рівень кваліфікації студентів. Особливо гостро стоїть проблема із випускниками гуманітарних спеціальностей. Наприклад, сфера маркетингу та реклами. Кількість випускників таких спеціальностей дуже висока, а кількість робочих місць обмежена. При цьому більшість студентів потребують проходження додаткових курсів підвищення кваліфікації. Організація цього процесу потребує співпраці структурного підрозділу сприянню працевлаштування ВНЗ та роботодавця.

Створення навчального центру на базі рекламного агентства дасть змогу: підвищити якість освіти та здобути необхідний досвід, систематизувати навчання, застосовуючи єдиний стандарт, а також співпрацювати з іноземними навчальними закладами(наприклад, створення спільних освітніх програм) та організаціями (направлення студентів, які пройшли практику в центрі до інших підприємств).

Процеси організації і виробництва реклами є недосконалими. Тому, необхідно організувати проведення наукової, виробничої, інноваційної діяльності з впровадження досягнень у галузі реклами. А, отже, необхідно пам'ятати про захист прав інтелектуальної власності.

Основна перевага для рекламного агентства – підготовка кваліфікованих працівників. Така підготовка сприяє обміну досвідом та креативними ідеями студентів і їх тренера та генеруванню неординарних творчих й управлінських рішень. Разом з тим, дозволяє підтримувати і розвивати корпоративну культуру, здійснювати прямий зв'язок між навчанням та професійною діяльністю.

Науковий керівник - Шпильова Т.І., канд. техн. наук, доцент

УДК 005.8(043.2)

Пилипенко І.О.

Національний Авіаційний університет, Київ

ЗМІНА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ПІДХОДІВ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ ПРИ РІЗНИХ РІВНЯХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Значна частина успіху реалізації інноваційних будівельних проектів залежить від вибраного підходу управління, що передбачає особливий інструментальний ящик проектного менеджменту та способів їх застосування. Підхід управління є основоположним елементом у виконанні процесів управління проектами, ефективність застосування котрих визначає рівень досягнення цілей проекту при заданих обмеженнях.

При цьому підходи до управління в межах та за межами горизонту детального планування проекту відрізняються, оскільки вони передбачають виконання процесів на різних рівнях управління. Незбалансований розподіл рівнів управління призводить до неможливості застосовувати процеси інтеграції проекту та, як наслідок, неефективного управління загалом.

Основним чинником впливу на ефективність методології управління проектами та, залежно від цього, на вибір підходу до управління є рівень невизначеності в проекті. З огляду на це, проблема контролю рівня невизначеності та здійснення дій щодо його зменшення є головним пріоритетом при реалізації інноваційних будівельних проектів.

Таким чином, питання вибору коректного підходу до управління в межах та за межами горизонту детального планування з різним рівнем невизначеності в проекті є ключовим фактором досягнення ефективності застосування методології проектного менеджменту.

Однією з пріоритетних задач вирішення даного питання є розробка принципів формування та оптимізації ящику інструментів інноваційних підходів до управління з метою зниження невизначеності в проекті. Проте цю задачу неможливо реалізувати, не визначивши попередньо умови, за яких застосування даних підходів буде доцільним.

Дослідження зміни ефективності застосування підходів управління проектами при різних рівнях невизначеності, дасть можливість продовжити дослідження з упровадження інноваційних підходів до реалізації будівельних проектів.

Науковий керівник - Шпильовий В.Д., канд. техн. наук, доцент

УДК 640.2.009.12(043.2)

Романець О. В.

*Університет економіки та права «КРОК», Київ***ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ НА РИНКУ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНИХ ПОСЛУГ ШЛЯХОМ НАСИЧЕННЯ РИНКОВОГО КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА**

Вирішення питання надання дійсно якісних житлово-комунальних послуг можливе, лише за рахунок створення жорсткого конкурентного середовища на даному сегменті ринку. У конкурентному середовищі кожен підприємець прагне досягти конкурентних переваг порівняно із своїми конкурентами за рахунок впровадження та використання конкурентних стратегій.

Загальноконкурентні стратегії існують в таких видах: лідирування у зниженні витрат (ціни), диференціація, фокусування.

Коли підприємства, які будуть діяти на конкурентному ринку житлово-комунальних послуг, впроваджуватимуть конкурентні стратегії для отримання конкурентних переваг і будуть застосовувати стратегію лідирування за рахунок зниження витрат, якість послуг покращиться, а вартість їх знижуватиметься.

Разом з тим, задля створення насиченого конкурентного середовища на ринку підприємств житлово-комунального сектору потрібно прийняти ряд нормативно-правових актів на рівні держави, окремих міст, а саме:

- прийняти законодавчі акти, які б ліквідували діючу структуру (для ліквідації ЖРЕО, ЖЕКів, ОСББ, ЖБК, комунальних підприємств по утриманню житлового фонду, комунальних підприємств по утриманню зелених насаджень, комунальних підприємств шляхово-експлуатаційних управлінь по ремонту та утриманню автомобільних шляхів та споруд на них по районах, підприємства, які займаються вивезенням побутових відходів тощо);

- розподілити територію житлових масивів на групи по будинках (від 5 до 10 будинків у групі), що в подальшому дасть можливість проводити тендери на їх обслуговування;

- групу будинків повинні обслуговувати декілька підприємств, а саме:

- 1) організація, що займається прибиранням прибудинкової території;
- 2) організація, що займається прибиранням під'їздів житлових будинків та обслуговуванням будинкових мереж;
- 3) організація, що займається вивезенням побутових відходів тощо.

Отже, при створенні насиченого конкурентного середовища на ринку житлово-комунальних послуг, підприємства будуть намагатися досягти переваг з метою отримання прибутку та обслуговування найбільшого кола споживачів. Це дасть можливість споживачам отримувати дійсно якісні послуги, які будуть відповідати їх вартості, а органам державної влади дасть можливість створити нові додаткові робочі місця, реформувати житлово-комунальну систему, наповнити міський та державний бюджет.

Науковий керівник - Дишлюк Н.І., канд. екон. наук, доцент

УДК 658.114.3(043.2)

Снігір О.І.

Університет економіки і права «КРОК», Київ

УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СТРАТЕГІЄЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах ринкових відносин підприємства все частіше зіштовхуються з проблемою виживання та забезпечення стійкого економічного росту в довгостроковій перспективі, в умовах складного динамічного зовнішнього середовища. Одним із напрямків вирішення проблеми виступає стратегія підприємства. Слід зазначити, що корпоративну стратегію обирають, формують і контролюють вищі органи управління підприємством. Тому для успішного, тривалого розвитку підприємства керівництву необхідно визначати чітку лінію довгострокової поведінки і розробляти відповідний загальний сценарій розвитку.

Так, корпоративною стратегією ПАТ «КЮЗ» є стратегія зростання, що характеризує розвиток підприємства в цілому та на таких напрямках:

- розподіл ресурсів між господарськими підрозділами на основі портфельного аналізу;
- диверсифікація виробництва з метою зниження господарського ризику й одержання ефекту синергії (горизонтальна диверсифікація, яка передбачає поповнення асортименту товарів, які пов'язані із тими, що виробляє фірма – при виготовленні ювелірних прикрас, вводиться виготовлення столового срібла);
- внесення коректив щодо зміни структури корпорації (нові контракти із дизайнерськими фірмами щодо оформлення ювелірних виробів);
- рішення про злиття, придбання, входження у фінансово-промислову групу (ФПГ) та інші інтеграційні структури.

Також, можна визначити, що ПАТ «КЮЗ» обрало дві складові стратегії розвитку – це інтенсивний та диверсифікаційний розвиток. Інтенсивний розвиток включає:

- ✓ глибоке проникнення на ринок (після кризи 2008 р КЮЗ активно почав відкривати нові магазини в зв'язку із зростанням попиту на ювелірні вироби);
- ✓ розширення меж ринку (нові магазини почали відкриватися у ТРЦ, що призведе до більш інтенсивного потоку споживачів, також розширити межі ринку КЮЗ прагне за допомогою виведенням на ринок нових дизайнерських колекцій;
- ✓ удосконалення товару (ланцюгов'язальний цех КЮЗ, завдяки використанню новітнього обладнання, значно випередив усіх своїх конкурентів за продуктивністю виробництва - понад 300 видів ланцюгів із золота і срібла різноманітних видів плетіння).

Стосовно диверсифікаційного розвитку можна відзначити, що ПАТ «КЮЗ» використовує концентричну диверсифікацію (розширення номенклатури за рахунок ідентичних товарів). Асортимент ювелірних виробів КЮЗу - це понад 7 тисяч найменувань, щомісяця підприємство випускає 15 нових виробів.

Крім вище зазначених напрямків, ефективна реалізація корпоративної стратегії забезпечує: створення організаційної структури, що сприяє успішному виконанню стратегії; вдосконалення методів управління; введення системи стимулювання.

Науковий керівник - Дишлюк Н.І., канд. екон. наук, доцент

УДК 339.166.5:005.8(043.2)

Осама Турабі, к.т.н.

*Національний авіаційний університет, Київ***ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ
СОБСТВЕННОСТЬЮ В МЕЖДУНАРОДНЫХ НАУЧНО-
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ПРОЕКТАХ**

Международные исследовательские проекты и программы (МИПП) – растущее социальное явление, как стратегия для решения сложных проблем и снижения стоимости научных исследований. Это объясняется снижением расходов на связь и увеличением мобильности ученых и студентов на международном уровне. По данным Американского Национального Научного Фонда количество научных статей с соавторами из разных государств выросло с 8% до 20% в период с 1988 по 2003.

Определение МИПП – совместная работа исследователей из разных стран над одним проектом для достижения общей цели получения новых научных знаний. В целом, научное сотрудничество включает все формы соглашений между компаниями, университетами и научно-исследовательскими институтами при которых две или больше организаций разделяют приверженность достижения общей цели путем объединения их ресурсов и координации их деятельности.

Сфера сотрудничества в МИПП может включать в себя несколько совместных мероприятий: выражение мнений, обмен идеями, данными и другими материалами исследований, обмен интеллектуальной собственностью, совместная работа в ходе проекта, работы по отдельным частям проекта, обмен оборудованием и персоналом.

Результаты совместных МИПП могут включать в себя прототипы, методы, инструменты, данные, программное обеспечение, и, особенно важно, права интеллектуальной собственности (ПИС), такие как: патенты, авторские права, конфиденциальная информация и т.д.

Вопросы ПИС являются одними из центральных в МИПП. Эти вопросы порождаются разнообразием международной практики и национальных норм в отношении патентной системы, условиями трудоустройства и правами исследователей, социальными и культурными нормами, различными мотивациями и стратегией эксплуатации. Оптимальные и справедливые механизмы разрешения споров должны быть построены в переговорах по научно-исследовательским соглашениям, особенно в начальных стадиях определения прав и обязательств. Успех в МИПП зависит от создания рамки управления ПИС во всех аспектах. Существует различие между национальными и международными типами и нормами ПИС. Поэтому стороны МИПП должны находить компромисс.

Заключение. Совместные МИПП приобретают все большее значение во всем мире. Существует острая необходимость повышения осведомленности о важности распределения и использования ПИС. Участники с самого начала должны юридически документировать свои интересы, права и обязанности. Также следует проводить консультации по управлению ПИС во время и после жизненного цикла проекта.

Науковий керівник - Овсянкін А.М., к.т.н., доц.

УДК 005.8(043.2)

Цуран Д.В.

Національний авіаційний університет, Київ

ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ

Реалізація проектів загалом здійснюється певними організаціями. Задля успішної реалізації проекту, забезпечення його подальшого розвитку та пристосування до нових умов необхідно створити стратегію розвитку. Враховуючи складність сучасних проектів та організацій існують різні види стратегій.

Залежно від обраного об'єкта стратегічного управління розрізняють: 1) загальну стратегію; 2) бізнес-стратегію; 3) функціональну й операційну стратегію.

Загальна стратегія – це стратегія багатогалузевої організації. Відповідальним за розробку такої стратегії є керівництво вищого рівня.

Бізнес-стратегія – це стратегія вузькоспеціалізованої організації або самостійного господарського підрозділу у межах диверсифікованої організації. Відповідальними за формування такої організації є генеральні директори або керівники підрозділів, хоча рішення переважно приймає корпоративне керівництво.

Функціональні стратегії розробляють для кожної функціональної структури організації (маркетингу, виробництва, фінансів, кадрів тощо). Головне завдання функціональних стратегій – забезпечити розв'язання завдань, сформульованих на бізнес-корпоративному рівні. Відповідають за формування такої стратегії керівники відповідного підрозділу.

Операційна стратегія є конкретизацією стратегічних ініціатив до управління основними операційними одиницями при розв'язанні поточних завдань. Формування і впровадження корпоративної стратегії здійснює вище керівництво. Це воно формує загальний напрям розвитку на тривалу перспективу, визначає основні сфери діяльності організації тощо. До розробки стратегій практикують залучати консультантів (внутрішніх і зовнішніх), забезпечуючи найліпшу організацію формування стратегії.

Для реалізації проекту та залучення інвестицій необхідна наявність бізнес-стратегії. Бізнес-стратегія має на меті забезпечити успішність діяльності та завоювання сильної довгострокової конкурентної позиції. Сформована бізнес-стратегія визначає ціль проекту (розвиток в довгостроковій перспективі), задачі проекту (вимірне просування до мети) та плани проекту.

Науковий керівник - Шпильовий В.Д., канд. техн. наук, доцент

УДК 658.88:657.422.1:005.8(043.2)

Шевченко Т.О.

Національний авіаційний університет, Київ

ВПРОВАДЖЕННЯ ФІСКАЛЬНИХ РОЗРАХУНКОВИХ РЕЄСТРАТОРІВ НА РИНКУ НАДАННЯ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

В останні роки банки на ринку роздрібних платежів виявилися потіснені новими гравцями – небанківські організації приймають платежі за комунальні послуги, послуги зв'язку і навіть платежі в погашення споживчих кредитів. Щорічно цей ринок росте на 15-20%. Все активніше входять у життя сучасні технології, у тому числі віддалений сервіс. Очевидно, що для підвищення доступності фінансових послуг повинен достатньо швидко розвиватися технології з дистанційного обслуговування.

Компанія Юнісистем – передовик у розробці інноваційних технологій, платіжних систем і новітнього обладнання в сфері фіскалізації і автоматизації торгових підприємств, визнаний лідер на ринку РРО в Україні.

Будь-яка успішна компанія повинна розвиватися і зростати. Тому засновниками компанії було прийнято рішення про створення департаменту з розробок інноваційних рішень для автоматизації роздрібною торгівлі, сфери послуг та харчування.

Гібридні касові апарати - суміщення функцій ЕККА і платіжного терміналу в одному пристрої з можливістю передачі даних по бездротовим каналам зв'язку (GPRS).

Такий касовий апарат можна застосовувати в ролі універсального касового апарату або спеціалізованого – для поштових відділень, автовокзалів, підприємств з оподаткуванням по двом податковим ставкам.

Мобільний платіжний термінал – призначений для реєстрації електронних платежів за послуги операторів мобільного зв'язку, інтернет-провайдерів, постачальників кабельного телебачення, житлово-комунальних підприємств тощо.

Готівкові кошти, прийняті небанківськими фінансовими установами, не мають відповідної реєстрації на стадії прийняття платежу.

Визнати платіжний пристрій одним із видів реєстратора розрахункових операцій контролю задля посилення контролю за обігом готівкових коштів.

Державний контроль за обсягом прийнятих платежів здійснюється частково: готівкові кошти, прийняті небанківськими фінансовими установами, не мають відповідної реєстрації (фіскалізації) на стадії прийняття платежу. Такий стан справ створює умови для певних фінансових зловживань, робота з фіскалізації таких комп'ютерних систем з метою унеможливлення підробок робочих файлів, перекручувань звітних даних та захисту від зловживань працівниками. Вже передбачають проведення операцій з проплат через зареєстровані, опломбовані в установленому порядку та переведені у фіскальний режим роботи реєстратори розрахункових операцій з числа включених до Державного реєстру реєстраторів розрахункових операцій (РРО). Ведення Державного реєстру забезпечує Державна комісія з питань впровадження електронних систем і засобів контролю та управління товарним і грошовим обігом при Кабінеті Міністрів України.

Науковий керівник - Шпильова Т.І., канд. техн. наук, доцент

УДК 005.8:004.738.5(043.2)

Шевченко Я.Л.

Національний авіаційний університет, Київ

ПІДХІД ДО СТВОРЕННЯ ІНТЕРАКТИВНОГО ПРОЕКТНОГО СЕРЕДОВИЩА

Перспектива розвитку підготовки команд з управління проектно-інноваційною діяльністю невід’ємно пов’язана з інтеграційними та глобалізаційними процесами, обумовленими переходом провідних країн світу до шостого технологічного укладу, характерною особливістю якого є створення надгалузевих технологій. Розробка і застосування таких технологій визначають вимоги до компетентностей фахівців та визнання їх кваліфікацій.

Зазначена підготовка передбачає досягнення встановлених рівнів професійної компетентності (умінь, навичок та здатностей їх застосовувати) і освіченості (спеціальних знань та особистих якостей) та потребує новітніх алгоритмів та технологій управління. Досягнення цих рівнів може бути забезпечено за допомогою використання Інтернет служби Web 2.0, що характеризує розвиток Всесвітньої мережі. Вона більш вдосконалена, інтерактивна і має ряд переваг у порівнянні з Web 1.0.

Принциповою відмінністю технології Web 2.0 від технологій Web 1.0 (першого покоління сервісів мережі Інтернет), є те, що її використання дає змогу не лише переглядати веб-ресурси мережі, а й завантажувати власні, здійснювати обмін цими ресурсами з іншими користувачами, діяти спільно з метою їхнього накопичення, брати участь в обговореннях та ін.

Технології Web 2.0 справедливо називають соціальними сервісами мережі Інтернет, оскільки їх використання зазвичай здійснюється спільно в межах відповідної групи користувачів. Групи користувачів можуть утворювати цілі мережні співтовариства, що об’єднують свої зусилля для досягнення мети.

Найбільш використовуваними є такі соціальні сервіси:

- створення блогів (веб-журналів) та сайтів;
- вікі-енциклопедії;
- соціальні пошукові системи;
- зберігання мультимедійних веб-ресурсів;

Проте, використання Web 2.0 недостатньо спрямовано на професійне середовище. Це завдання дозволяє вирішити ще одна технологія - Web 3.0., що являє собою високоякісний контент і сервіси, створені талановитими професіоналами на технологічній платформі Web 2.0. Головна ідея Web 3.0 полягає в тому, що користувач, який до цього одноосібно був залучений в процес формування контенту, відтепер працює в команді.

Головною ідеєю і метою комплексного застосування освітніх технологій є створення нового сервісу - інтерактивного віртуального професійного проектного середовища на основі освітніх технологій Apple, а саме Wiki, що надає значні переваги у для підготовки команд з управління проектно-інноваційною діяльністю.

Науковий керівник - Шпильовий В.Д., канд. техн. наук, доцент

УДК 005.8:004.4'27:378(043.2)

Шпильова Т.С.

Національний авіаційний університет, Київ

РОЗРОБКА МУЛЬТИМЕДІЙНОЇ-ЕНЦИКЛОПЕДІЇ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ ДЛЯ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Сучасне суспільство створило дуже високий рівень науки та техніки і сформулювало певне інформаційне середовище. Саме в такому середовищі існує людина сьогодення. Метою кожної людини - обіймати посаду керівника, фахівця шостого технологічного укладу. Але виникає проблема в підготовці таких кадрів. Цикл випуску навчально методичного забезпечення набагато менший за цикл підготовки фахівців. Постає потреба в розробці нового виду навчально-методичної літератури.

Останні роки, були прийняті заходи для впровадження нових засобів з використанням мультимедійних технологій. В навчальному процесі було запроваджено використання мультимедійних підручників, презентацій, інтернет-ресурсів та ще декілька інструментів. На цьому інтенсивність пошуку та розробка нових шляхів знизилась. Але постають нові питання і потреби які дані мультимедійні засоби не можуть задовольнити.

Мультимедійна енциклопедія - це упорядковане зібрання текстової інформації, графічних зображень, відеороликів і звукових кліпів, присвячених певному питанню.

Розглядаючи детальніше мультимедійну-енциклопедію, необхідно зауважити, що вона може відповідати або одній дисципліні, або групі дисциплін. Розробка сучасних мультимедійних-енциклопедій є важливою складовою сучасного розвитку освітнього процесу, а саме в цілях забезпечення можливості адаптації до різних умов та можливостей навчання.

За останніми прогнозами аналітиків форма навчання у найближчий час зміниться. Стануть більш популярними онлайн-курси, а з ними і дистанційне навчання. Мультимедійні засоби мають до того часу також розвинути до певного технічного рівня, щоб задовольняти потреби суспільства. Окрім цього закордоном існує проблема у фонді знань, придатному для дистанційного навчання.

Розглядаючи дистанційну підготовку фахівців шостого технологічного укладу в Національному авіаційному університеті, постає проблема в підготовці навчальних матеріалів, а саме швидкість їх створення та впровадження. Є багато напрацювань, навчальних метод та ін., але є проблема в представленні цих даних. Вирішенням може стати створення мультимедійної енциклопедії, адже для розробки такого виду додатка, окрім створення бази даних, необхідна розробка системи управління.

Отже, створення і розробка прикладної електронної енциклопедії управління проектами є важливим кроком у структуруванні знань, виділенні понять предметної області. Розробка мультимедійних енциклопедій для підвищує рівень засвоєння матеріалу, якість підготовки проектних менеджерів, а також забезпечить спрощення та зручність організації дистанційного навчання.

Науковий керівник - Захаренко М.І., д-р. фіз.-мат. наук, доцент

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 005.95/.96(043.2)

Арєп'єва В.В.

Національний авіаційний університет, Київ

**УДОСКОНАЛЕННЯ СТИЛЮ КЕРІВНИЦТВА ПЕРСОНАЛОМ ТА
ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІДНОСИН В ОРГАНІЗАЦІЇ**

У сучасному менеджменті на стиль керівництва впливає навколишнє виробниче середовище, специфіка сфери діяльності, особливості керованого колективу, відносини між керівником і підлеглими.

Основними принципами інформаційних відносин згідно зі статтею 5 Закону України «Про інформацію» є: гарантованість права на інформацію; відкритість, доступність інформації та свобода її обміну; об'єктивність, вірогідність інформації; повнота і точність інформації; законність одержання, використання, поширення та зберігання інформації.

На сьогоднішній день до стилю керівництва пред'являють досить високі вимоги. Це було пов'язано, передусім з тим, що умови конкуренції між виробниками, орієнтація ринку, властиві нинішній економічній системі, вимагають високої якості товарів та послуг. І це значною мірою залежить від грамотного й ефективного управління.

На сучасному етапі суспільного розвитку підвищуються вимоги до системи інформаційного забезпечення як запоруки ефективного управління підприємницькою, державною та громадсько-політичною діяльністю.

Стиль керівництва – це певна система методів і прийомів управлінської діяльності, яким надає перевагу керівник. Вибір того або іншого стилю керівництва детермінований безліччю взаємодіючих об'єктивних і суб'єктивних факторів.

В загальних рисах стиль керівництва визначається за такими параметрами: мірою делегування керівником своїх повноважень; мірою участі підлеглих у прийнятті рішень; рівнем інформованості підлеглих; типами влади, що їх використовує керівник.

Наявність свого індивідуального стилю у керівника говорить, з одного боку, про його пристосування до певної структури професійної діяльності, а з іншого – про максимально можливе розкриття особистісних можливостей. Н.Л. Коломінський визначає індивідуальний стиль керівництва, як оригінальний, новаторський стиль, що дає змогу його власникові домогтися позитивних результатів у керівництві організацією.

Керівник, який хоче працювати якомога ефективніше, отримати від своїх підлеглих максимальну віддачу, не може дозволити собі застосовувати якийсь один стиль впродовж всієї кар'єри. Сучасний керівник повинен адаптувати свій стиль управління для конкретної ситуації, оскільки найефективніші керівники - це ті, хто уміють поводити себе по-різному - залежно від вимог реальності.

Науковий керівник – Головатий М.Ф., д-р. політ. наук, професор

УДК 65.012.8(043.2)

Буткевич М.М.

Національний авіаційний університет, Київ

ОРГАНІЗАЦІЯ ОХОРОНИ ПРАЦІ В ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «КИЇВСТАР»

Організація охорони праці одна із найважливіших заporук діяльності підприємства. Роботодавець зобов'язаний створити всі необхідні умови праці для працівників, відповідно до нормативно-правових актів, а також забезпечити додержання вимог законодавства щодо прав працівників.

Навчання й інструктаж працівників з охорони праці є складовою частиною системи управління охороною праці і проводиться з усіма працівниками в процесі їхньої трудової діяльності. Контроль і відповідальність за організацію навчання і періодичність перевірок знань з охорони праці покладено на керівників підприємства, де ці працівники працюють.

Первинний, повторний, позаплановий і цільовий інструктажі проводить безпосередньо керівник робіт. Інструктажі завершуються перевіркою знань шляхом усного опитування або за допомогою технічних засобів навчання, а також перевіркою навичок небезпечних методів роботи. Знання перевіряє працівник, який проводить інструктаж.

Зразковою організацією де дотримуються всі вимоги щодо охорони праці, є компанія «Київстар». Вона з багатьох, яка є кращим місцем роботи 2010 року, згідно з результатами дослідження іміджу кращих роботодавців України.

Створення безпечних і здорових умов праці забезпечується шляхом впровадження системи організації охорони праці на виробничому рівні. Центральний офіс та філії компанії оснащені першокласною протипожежною системою безпеки. Таким чином, у разі пожежі, з приміщення будуть евакуйовані працівників протягом 3 хв.

У компанії дотримуються всіх санітарно-гігієнічних норм, згідно чинного законодавства. Також чітко слідує санітарним нормам випромінювання, які наведено у документі «Санітарні норми і правила захисту населення від дії електромагнітних випромінювань», адже нормативна база України у галузі гігієни електромагнітного випромінювання є однією із найжорсткіших у світі.

Дослідження й виявлення можливих причин виробничих нещасних випадків, професійних захворювань, аварій, вибухів, пожеж, і розробка вимог, спрямованих на усунення цих причин дозволяють створити безпечні й сприятливі умови для праці людини. Комфортні й безпечні умови праці – один з основних факторів, який впливає на продуктивність і безпеку праці та здоров'я працівників.

Науковий керівник – Нецька Л. С., канд. юрид. наук, доцент

**ЗОВНІШНІ МАРКЕТИНГОВІ КЛМУНІКАЦІЇ АТ «УКРАЇНСЬКОЇ
АВТОМОБІЛЬНОЇ КОРПОРАЦІЇ»**

Формування ринкової економіки зумовило необхідність переорієнтації виробництва та реалізації товарів на задоволення потреб і запитів споживачів. Нова система господарювання в Україні викликала великий інтерес з боку українських підприємців та економістів до маркетингової концепції управління на рівні підприємства. Закордонний досвід переконує в тому, що маркетингова концепція сприяє і вдосконаленню системи управління і успіху підприємства у конкурентній боротьбі.

Маркетинг передбачає гнучкість організаційних форм управління, постійний пошук шляхів ефективного пристосування до ринку і впливу на споживача. Маркетинг базується не на затверджених згори планових завданнях, а передусім на глибокому знанні об'єктивної інформації про ринок, про реальні вимоги споживачів.

Відділ маркетингу є самостійним підрозділом АТ «Українська автомобільна корпорація», що підпорядковується комерційному директору. Основними видами продукції є: дистрибуція та фірмовий сервіс.

Як свідчать результати маркетингових досліджень, основними споживачами автомобілів бізнес-класу є чоловіки середнього віку від 30 років, які проживають у містах, мають сім'ю, з середнім та вище середнього рівнем життя.

Специфіка продукції, що випускається підприємством така, що успіх продажу кожного конкретного автомобіля впливає на результати роботи цілої корпорації. Тому дуже важливим є постійне вивчення попиту споживачів на кожний новий вид продукції, а також збір інформації про результати продаж вже випущених видів продукції. Результати цих досліджень менеджер товарних груп подає комерційному директору, який в свою чергу вносить пропозиції щодо зміни асортименту та впровадження нових видів продукції. Вихідні з експериментального цеху нові види продукції, перед запуском у виробництво надаються на розгляд відділу маркетингу. Працівники відділу на основі знань, побажань споживачів висловлюють свою думку щодо того, чи буде мати успіх у покупців дана продукція чи ні.

Отже, відділ маркетингу пропонує свої рекомендації з організації виробництва нової конкурентоздатної продукції в необхідній кількості й в оптимальний термін.

Науковий керівник – Нецька Л. С., канд. юрид. наук, доцент

ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ

Діловий етикет, як невід'ємна складова культури, тісно пов'язаний із життям суспільства. Зокрема, етика ділового спілкування є логічним виявом найкращих норм і правил поведінки. Вона набуває сенсу обов'язковості повсякденного шанобливого ставлення до людей в рамках ділових відносин, незважаючи на їхню посаду або суспільне становище.

Діловий етикет – це сукупність найдоцільніших правил поведінки людей у рамках професійних стосунків, зумовлених найважливішими принципами загальнолюдської моралі й моральності.

Дослідження етики на сучасному етапі, перш за все, пов'язано з аналізом широкого кола наукових пошуків, незважаючи на те, що предметна сфера, яка окреслена, раніше науковцями спеціально не розглядалася.

Етичні норми службових відносин ґрунтуються на загальнолюдських цінностях, нормах і правилах поведінки, але мають деякі особливості. Ділова етика в широкому розумінні – це сукупність етичних принципів і норм, якими повинна керуватись діяльність організації, у сфері управління й підприємництва. Вона включає елементи різного порядку: етичну оцінку як внутрішньої, так і зовнішньої політики організації в цілому; моральні принципи членів організації: професійну мораль; моральний клімату колективу; норми ділової етики – ритуальні зовнішні норми поведінки. Загальною основою професійної етики є розуміння праці як моральної цінності.

Професійна етика свою закінчену форму набуває у вигляді ділового етикету, який в цілому можна охарактеризувати як основу кодексу поведінки, прийнятого у професійній діяльності. Діловий етикет є моральною категорією, що охоплює різноманітні форми діяльності будь якої організації, і не може бути викладений за допомогою певного переліку правил поведінки і спілкування.

Основні принципи ділового етикету були вироблені в 70-х роках XIX ст. на засадах філософії прагматизму в США, теоретиком У. Джеймсом. За його судженням, етика прагматизму поклала в основу моралі дію, а не вибір вчинку та рефлексію над ним.

Діловий етикет є невід'ємною складовою професійної етики, яка сьогодні перебуває в Україні на стадії активного формування. Розвивається вона під безпосереднім впливом існуючих суспільно-економічних відносин. Культура ділового спілкування тримається на культурі ділових людей, які вважають найбільшою цінністю високий рівень професійної етики. Очевидною є така закономірність – чим вищий культурний потенціал нації, чим більш цивілізовано розвивається економіка, тим менше підстав для низького рівня професійної етики.

Науковий керівник – Головатий М.Ф., д-р. політ. наук, професор

УДК 659.3 (043.2)

Кузенко Л.Д.

Національний авіаційний університет, Київ

ПАБЛІСІТІ ЯК СКЛАДОВА ЗОВНІШНЬОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

В умовах динамічного розвитку інформаційних технологій, глобальних телекомунікацій і PR все більшої актуальності набуває паблісіті як складова зовнішньої інформаційно-рекламної комунікації організації.

Паблісіті в широкому розумінні цього слова – це публічна відомість, престиж. Паблісіті визначає міру популярності компанії, наскільки бренд компанії на "слуху" та на "вустах" у громадськості.

Як елемент PR, паблісіті – це організована діяльність з керування суспільним сприйняттям суб'єкта (товарів, послуг, самої організації) за допомогою ЗМІ з метою формування у цільових аудиторій пізнаваності публічної компанії, продукту або бренду. Якщо PR – це процес, діяльність або сфера діяльності, то паблісіті – це засіб, або вже кінцевий результат.

З точки зору маркетингу, паблісіті є частиною просування товару, промоушену (promotion). Іншими компонентами комплексу маркетингових комунікацій, так званого «комплексу стимулювання», є реклама, стимулювання збитку, прямий маркетинг і особистий продаж.

Паблісіті може бути замітка в друкованих ЗМІ про певну подію в житті компанії (благодійна акція за участю компанії, укладання компанією великого контракту тощо), згадка в статті, відео ролику в новинах або в радіо- або телепрограмі компанії, її продукції, бренду не в рекламних цілях, а з метою донесення інформації. Джерелом такої інформації є відділ паблік рілейшнз компанії. Матеріали, підготовлені для конкретних ЗМІ, передаються їм у вигляді прес-релізів, добірки фотоматеріалів і нарисів, інтерв'ю, відеозаписів.

Перевагами паблісіті є відсутність потреби у значних витратах, оскільки ЗМІ безкоштовно використовують інформацію в своїх цілях – з метою приваблення аудиторії до свого видання, радіо- чи телеканалу, – а також довіра до незалежних джерел інформації.

Недоліком паблісіті є відсутність контролю над тим, як прес-релізи будуть використовуватись. В залежності від актуальності та інтересу інформації для аудиторії ЗМІ можуть скористатися нею, але то, яким чином надана інформація буде опублікована, видозмінена чи скорочена, цілком залежить від співробітників ЗМІ.

Паблісіті – це результат того, що інформація стає відомою. Проте, теорія «Any press is good press» (будь-яка преса – хороша преса), описує ситуації, коли погана поведінка людей, пов'язаних з організацією або брендом фактично призвела до позитивних результатів, у зв'язку з популярністю і висвітленням в пресі таких подій.

Науковий керівник - Чайка Н. Г., канд. істор. наук

УДК 174.8 (043.2)

Малетіна А.О.

*Національний авіаційний університет, Київ***ЕТИКА ДІЛОВИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН КЕРІВНИКА З ПІДЛЕГЛИМИ**

За останні десятиріччя моральні цінності у професійній діяльності змінилися - раніше вищими були суспільні інтереси, тепер - індивідуальні. Кожний прагне власного самозбагачення. Професійна діяльність має бути спрямована на досягнення двох цілей: індивідуального і суспільного блага, які перебувають у взаємодії. Справжній професіонал має розвинути свою справу, і це сприятиме розвитку суспільства. Розуміючи це, сучасні компанії вживають заходи щодо створення в колективах такого морально-психологічного клімату, який би сприяв професійному зростанню працівників, встановленню довірливих відносин у спілкуванні між колегами, з партнерами та клієнтами.

Приділяється багато уваги щодо дотримання працівниками службового етикету. Етикет містить ті вимоги, які набувають характеру більш-менш регламентованого церемоніалу і для дотримання яких особливе значення має певна форма поведінки. Він визначається системою детально розроблених правил чемності, чітко класифікує правила поведінки з представниками різних прошарків населення.

Діловий етикет передбачає встановлений порядок поведінки, що задовольняла би всіх учасників, які обговорюють певну проблему. В офіційній сфері діє міжнародний принцип, за яким ставлення до особи визначається її чином чи посадою, яку вона займає. Діловий етикет передбачає, що на рівних спілкуються ті, хто займає однакове становище, скажімо, в бізнесі чи в політиці. Ділова жінка, яка хоче мати успіх у бізнесі, не може розраховувати на якесь особливе ставлення до себе.

Існує два підходи до оцінки діяльності керівника. Перший (класичний підхід) полягає в тому, що керівники оцінюються за професійними і діловими якостями. Другий акцентує увагу на особистісних якостях керівника, стилі його поведінки. Абсолютизація того чи іншого підходу призводить до зниження управлінської діяльності та ефективності діяльності організації в цілому. Поєднання професійних, ділових та особистісних якостей є умовою успішної діяльності керівника. Для більшого сприйняття позиції керівника, йому необхідно показати емоційно позитивне ставлення до співробітників взагалі. Становлення керівників відбувається методом пошуку та помилок, набуттям власного досвіду.

Однією з найважливіших умов успішності керівника є його комунікативна компетентність. Це передбачає, перш за все, вміння приваблювати до себе інших людей, зацікавлювати підлеглих своєчасною і корисною інформацією; аргументовано переконувати у важливості тих чи інших дій; спрямовувати зусилля співробітників на виконання поставленої мети, завойовувати та підтримувати своїми діями довіру.

Науковий керівник - Головатий М.Ф., д-р. політ. наук, професор

ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Етикет є одним з яскраво виражених феноменів культури, що торкається всієї гами почуттів й емоцій людини, збагачує саме людське спілкування. Роль етикету в суспільстві завжди була дуже велика, що підтверджується його тривалою історичною й соціальною еволюцією, функціями в суспільстві, багатоплановою структурою, різноманітними видами й формами.

Етикет тісно пов'язаний із життям суспільства як невід'ємна складова культури. Зокрема, етикет службових взаємин, підсумовуючи й розвиваючи духовну культуру людства, є логічним виявом найкращих норм і правил поведінки. Він набуває сенсу обов'язковості повсякденного шанобливого ставлення до людей, незважаючи на їхню посаду або суспільне становище. Стосовно бізнесу етика визначає такі моральні критерії, як параметри відносин між виробниками і споживачами, службовцями і керівниками компанії, самими компаніями і державою, які утворюють систему взаємних зобов'язань індивідуумів, що приймаються ними для встановлення корисних відносин один з одним. Ділова етика виконує не лише функції морального характеру, а й прийняття рішень, що дозволяє балансувати спірні етичні проблеми у бізнесі. Без дотримання етичних норм вся інфраструктура бізнесу, яка переважно формується на основі неформальних угод, неформальних контрактів, довіри партнерів, руйнується. Існує дуже багато етичних критеріїв цивілізованого підприємництва, але особливу цінність у ділових відносинах набувають чесність і порядність партнерів. Американський підприємець К. Рендолл писав, що в світі бізнесу необхідно покладатись на совість індивідуума: це такий бік свободи, який називається відповідальністю, і його наявність відрізняє свободу від розпусти.

Отже, загалом етика володіє двома основними характеристиками: чесністю (*integrity*) і довірою (*trust*). Діловий етикет посідає особливе місце в мистецтві поведінки. Його правила засновані на таких моральних категоріях, як ввічливість, тактовність, коректність, порядність. Засвоєння стереотипів поведінки, запропонованих етикетом, дає можливість установити сприятливий психологічний клімат ділового спілкування, що робить бізнес успішним і приємним. Підприємці в Україні, через слабе знання теоретичних основ макроетики і ділової поведінки, часто зазнають труднощів у процесі ухвалення рішення, у відстоюванні своїх прав, а найголовніше – у завоюванні довіри закордонних партнерів. Володіння правилами етикету усуває скутість, дає змогу не скривдити ділового партнера незграбним словом або дією, і водночас – не втратити власне достоїнство й престиж фірми.

Науковий керівник – Головатий М.Ф., д-р. політ. наук, професор

ДІЛОВОДСТВО ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРІВ

Практично будь-яка сфера людського життя пов'язана зі створенням і використанням документів. Документи являють собою специфічний предмет і результат управлінської діяльності.

Документ – носій інформації. Документування інформації здійснюється на основі відповідних законів і постанов органів державної влади, якими визначається організація діловодства і стандартизація документів.

Менеджер – є центральною фігурою апарату управління, від результативності його праці залежить успішна праця системи управління і підприємства в цілому. Менеджер одержує інформацію із різних джерел і повинен вміло її поєднувати. Головним джерелом інформації для нього є письмові документи (внутрішні та зовнішні), а також огляди і доповіді.

Основою документаційного забезпечення діяльності менеджера є організаційно-розпорядчі документація, розпорядча документація, довідково-інформаційна та обліково-фінансова документації які забезпечують процес діяльності підприємства. Розглянемо деякі з перерахованих видів документів, що найбільш часто застосовуються в роботі менеджера:

Положення — це правовий акт, що визначає порядок створення, права, обов'язки і організацію роботи підприємства, його структурних підрозділів на тривалий термін часу.

Інструкція — це правовий акт, що встановлює правила, які регулюють організаційні і спеціальні сторони діяльності підприємств, їхніх підрозділів і окремих посадових осіб.

Наказ є розпорядчим документом, який найчастіше використовується у практиці управління. Накази видають керівники підприємств, що діють на основі єдиноначальності.

Розпорядження – правовий акт, що видається одноосібно керівником, головним чином колегіального державного органу, для вирішення оперативних завдань.

Рішення – акт, який ухвалюється місцевими радами народних депутатів у їх колегіальному порядку для розв'язання найбільш важливих питань, що належать до їх компетенції.

Діловодство – це діяльність, що охоплює документування та організацію роботи з документами у процесі управлінської діяльності на всіх його рівнях.

Правильна організація документообігу сприяє оперативному проходженню документів в апараті управління, рівномірному завантаженню підрозділів і посадових осіб, позитивно впливає на управлінський процес загалом.

Науковий керівник - Нецька Л.С., канд. юрид. наук, доцент

УДК 35.073.515 (043.2)

Сапуга Ю.А.

Національний авіаційний університет, Київ

ДІЛОВОДСТВО ЯК ОСОБЛИВИЙ ВИД ДІЯЛЬНОСТІ УПРАВЛІНСЬКИХ ПРАЦІВНИКІВ

В умовах стрімкого прогресу, ринкових відносин і конкурентної економіки своєчасне й правильне рішення стратегічних і тактичних завдань визначає життєздатність фірми, організації, підприємства, їх колективів. Кадрове діловодство ведеться у таких напрямках: облік особового складу установи та її підрозділів; підготовка звітів та необхідних довідок про переведення кадрів, розробка та виготовлення необхідних форм та бланків для цього; облік стану підготовки, перепідготовки кадрів та зарахування їх до резерву; облік та реєстрація надходження документів, що стосуються особового складу, контроль за їх виконанням, насамперед виконання наказів та розпоряджень по кадрах; організація документообігу для забезпечення оперативного і чіткого виконання та проходження документів і доручень керівництва стосовно всіх напрямів роботи з кадрами, додержання загальних та специфічних для кадрової роботи правил складання та виконання документів; складання номенклатурних справ з кадрового діловодства, їх оформлення та ведення; підготовка документів з кадрів для передачі в архів на зберігання; механізація, автоматизація і комп'ютерна обробка даних з особового складу.

Збільшення обсягів виробництва, перебудова управління економікою викликали значне збільшення обсягу інформації у сфері управління кадрами. Щороку зростає кількість службових документів. Для вирішення цієї проблеми потрібна правильна організація та механізація: обробки документів, від якої залежить ефективність процесу управління кадрами. Значну частішу часу забирає документальне обслуговування: попередній розгляд, облік, зберігання, контроль тощо. Кадрове діловодство визначається як діяльність, що охоплює питання документування та організації роботи з документами стосовно особового складу підприємства (чи системи) з питань приймання, переведення, звільнення, обліку працівників тощо.

Правильна організація діяльності кадрової служби, кадрового діловодства має велике значення. Саме у кадрових службах громадяни укладають трудовий договір, ознайомлюються з правилами внутрішнього розпорядку, умовами праці, побуту, відпочинку, перспективами професійного зростання. Кадрова служба є дзеркалом установи, і від того, як у ній організоване документальне забезпечення управління, складається враження про установу в цілому.

Науковий керівник - Нецька Л.С., канд. юрид. наук, доцент

УДК 371.047.2/3 (043.2)

Шпильова В.В.

Національний авіаційний університет, Київ

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІДНОСИН ТА ЗВІТНОСТІ В ЗАГАЛЬНООСВІТНІХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

В Україні відбувається зміна суспільного устрою, об'єктивно зумовлена стійкою тенденцією переходу людства (друга половина ХХ ст.) від індустріальної цивілізації до інформаційної, яка формує моделі науково-технічного та інноваційного розвитку держави.

Особистість, освіту, інформацію й теоретичне знання визнано стратегічними ресурсами та найціннішими цінностями у країні. У нормативно-правових документах чинного законодавства констатовано, що для реалізації інтелектуального потенціалу нації та міжнародної конкурентоспроможності держави рівень комп'ютерної та інформаційної грамотності, впровадження сучасних ІКТ, наукоємних й інформаційних технологій в управління соціальною сферою, здійснення фундаментальних і прикладних досліджень є недостатнім.

Аналіз процесів розвитку в усіх сферах людської діяльності свідчить, що їх основою є інновації, які з'являються в науці, техніці, організації тощо. Це стосується і сфери освіти, у якій інновації є рушійною силою, спроможною забезпечити переведення соціально-педагогічної системи, якою є загальноосвітній навчальний заклад, на більш високий рівень розвитку. Загальновизнано, що інноваційними процесами необхідно цілеспрямовано й ефективно управляти. Управління як процес професійної діяльності керівника ЗНЗ відбувається на основі використання інформації, що є предметом і результатом його праці та забезпечує його даними про стан підсистеми, що керує, та іншої – керованої, а також зовнішнього середовища. Це стосується й управління інноваційною діяльністю педагогів, адже для прийняття раціональних рішень в оцінюванні та виборі варіантів інноваційного розвитку ЗНЗ та впровадження інновацій необхідна дієва система інформаційного забезпечення.

Інформаційне забезпечення управління загальноосвітнім навчальним закладом розуміється нами як спеціально організована система збору, обробки, збереження та наступного використання чітко визначеного комплексу інформації, яка відображає і забезпечує реалізацію цілей та завдань управління.

Взаємодія управлінського і бухгалтерського обліку досягається на основі наступності (послідовності) і комплексного використання первинної інформації, єдності норм і нормативів, а також єдності нормативно-довідкової інформації в цілому, доповнення інформації одного виду обліку даними другого, одноразової фіксації всієї вихідної змінної інформації в первинному обліку, взаємопроникнення методів або їх елементів, наближення облікової інформації до місць прийняття рішень, єдиного підходу до розробки задач управлінського і фінансового обліку виробництва при проектуванні або удосконаленні систем автоматизованого управління виробництвом.

Науковий керівник - Чайка Н. Г., канд. істор. наук