

узгодження отриманих результатів з поставленими завданнями в розрізі ідентифікування інвестиційних ризиків.

Наступним етапом процесу управління є аналіз уже ідентифікованих інвестиційних ризиків. Метою аналізу інвестиційних ризиків є збір та надання необхідної інформації для прийняття управлінських рішень про доцільність інвестування та передбачення заходів щодо мінімізації можливих фінансових втрат.

Логічним продовженням попередніх етапів процесу управління інвестиційних ризиків є розроблення заходів мінімізації ризику. Під час розроблення заходів мінімізації інвестиційних ризиків, необхідно визначити у яку з трьох зон ризиковості потрапляє виявлений ризик: безризикова зона: ризик незначний, фінансових втрат практично немає, гарантоване отримання фінансового результату в обсязі очікуваної суми прибутку від здійснення інвестиційної діяльності; зона допустимого ризику: середній рівень ризику, можливі фінансові втрати в обсязі розрахункової суми прибутку від здійснення інвестиційної діяльності; зона критичного ризику: ризик високий, можливі фінансові втрати в обсягах, що перевищують очікувану розрахункову суму прибутку від здійснення інвестиційної діяльності.

Ефективне управління інвестиційними ризиками допоможе ідентифікувати слабкі місця ще на початку реалізації інвестиційного проекту. Тому, в цілях уникнення небажаних результатів, інвесторам необхідно виявити інвестиційний ризик, проаналізувати та оцінити наслідки від настання ризикової події та розробити заходи, що допоможуть мінімізувати негативний вплив від реалізації інвестиційного ризику [1].

1 .Греськів І. Р. *Характеристика інвестиційних ризиків та особливості процесу управління ними* / І. Р. Греськів, Н. Р. Стасюк, О. І. Дорош. // *Ефективна економіка*. – 2015. – №5.

2. *Каравацька Т. В. . Інвестиційні ризики та шляхи їх мінімізації на підприємстві [Електронний ресурс] / Т. В. Каравацька. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://mev.khnu.km.ua>.*

3. *Коломієць Н.О. Інвестиційні ризики та їх сутність / Н. О. Коломієць, В. М. Павліченко. // Всеукраїнський науковий журнал. – 2016. – №1. – С. 73–78.*

Пенюк В.О.

Гудзь Н.О.

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ПОНЯТТЯ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ

В сучасних умовах розвитку та функціонування економіки важливим для менеджерів є вміння чітко формулювати свої цілі, грамотно управляти власним часом та часом своїх підлеглих. Час можна порівняти з іншими ресурсами, однак на відміну від них він є безповоротним – його не можливо накопичувати, передавати або зберігати, тому важливо навчитися використовувати його з максимальною вигодою. Тому успіх кожного керівника залежить не тільки від фінансових досягнень, але і від того, як він розпоряджається найціннішим надбанням - часом.

Тайм менеджмент – це: 1) сукупність технологій планування роботи, які людина застосовує самостійно для підвищення ефективності використання свого робочого часу і для підвищення контролю зростаючої кількості завдань [1, с. 78]; 2) мистецтво управління не тільки своїм часом, а й життям у цілому [2, с. 5]; 3) набір принципів, навичок, інструментів і систем, які працюють разом, щоб допомогти отримати більше користі від часу з метою поліпшення якості життя; управління часом для того, щоб витратити його менше на справи,

які ми зобов'язані зробити так, щоб у нас з'явилося більше часу, на справи, які ми хочемо зробити [3];

Тайм-менеджмент починається зі встановлення цілей, деталізації та узгодженості, забезпечення прозорості діяльності, що сприяє ефективному контролю та взаємодії. Прозорість діяльності обумовлює появу інформації, яка, в свою чергу, забезпечує впевненість і, як наслідок, ініціативність співробітників, що вносить порядок в організацію діяльності і забезпечує отримання результату. Крім того, ініціативність породжує відповідальність, якщо вона стимулюється [4, с.169]. Тому, керівники мають усвідомити необхідність ефективного управління часом. Оптимізація часу на операційному рівні має важливе значення для виконання замовлення вчасно, скорочення циклу надання послуг, своєчасного реагування на зміну зовнішнього середовища, скорочення простоїв.

Сьогодні найкращі підприємства все більше переконуються, що управління часом за допомогою впровадження тайм-менеджменту неможливо обмежити проведенням лише тренінгів або консультацій, варто постійно підвищуючи персональну і командну ефективність працівників, підприємство буде успішним і конкурентоспроможним. В Україні на сьогоднішній день досить активно розвивається тайм-менеджмент. Утворюються нові фірми з проведення тренінгів та семінарів, що стосуються цієї тематики, попит на послуги яких збільшується. Не дивлячись на те, що вітчизняні керівники таки вдаються до впровадження корпоративного тайм-менеджменту, їх кількість складає не більше 15% від усієї кількості підприємств в країні. Основними перешкодами, що заважають реалізовувати методи тайм-менеджменту є відсутність стратегічних планів, пріоритетів, чіткості в роботі з співробітниками, встановленні часових рамок, менталітет тощо.

Успішний тайм-менеджмент передбачає дотримання порядку, правила «кожній речі - своє місце», а також являє собою стиль життя і філософію цінності часу у постійно мінливому світі. Базові ідеї тайм-менеджменту полягають в тому, що основну увагу треба приділяти тому, куди повинен інвестуватися час, а не тому, як швидше робити справи. За рахунок тайм-менеджменту можливо досягти більш швидкої та продуктивної роботи, скоротити витрати часу на непотрібні і зайві операції, покращити мікроклімат у колективі тощо. Як показує практика українським менеджерам не вистачає часу на важливі нетермінові завдання – ті, що пов'язані зі стратегією бізнесу, перспективними клієнтами, розвитком системи управління, мотивацією персоналу, причиною цього може бути зайва затратність часу на поточні завдання.

Варто зазначити, що «тайм-менеджмент» - категорія дещо абстрактна. Управління часом не існує в природі. Ми можемо управляти грошима, іншими матеріальними ресурсами, людьми, власним здоров'ям, в якійсь мірі, власною долею – всім тим, на що ми можемо спрямовувати свій вплив. Впливати на час неможливо. Найліпше, що людина може зробити – це усвідомити природу часу і навчитися будувати своє життя з урахуванням його двох основних особливостей – обмеженість часового ресурсу та безповоротність плину часу. «Час – це гроші». Так, ще до недавнього минулого можна було вважати, що це добре відома кожній людині аксіома. Однак ХХІ століття змінило пріоритети, поставивши під сумнів цю істину. Сьогодні ми вважаємо, що час уже не гроші – він значно дорожчий. Час, на відміну від грошей, не можна накопичити, а тим більше – використовувати двічі [5].

Саме тому потрібно так використовувати час, щоб забезпечити виконання максимальної кількості завдань, які, у свою чергу, обумовлюють виконання проміжних завдань, що й приведуть до досягнення цілей. Вивчення та застосування тайм-менеджменту дозволить менеджерам вітчизняних підприємств професійно реагувати на зміни в економічному середовищі, суспільстві та адекватно адаптуватися до актуальних вимог ринку.

1. Колесов О. С. Тайм-менеджмент - управління часом / О. С. Колесов, А. В. Вацьківська // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. - 2011. - № 2(53). - С.61-70.

2. *Трейси Б. Результативный тайм-менеджмент: эффективная методика управлением собственным временем/ Б.Трейси. – М. : СмартБук, 2007. – 79 с.*
3. *Opportunity of time-management. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.thebalance.com/small-business-info-4073975>*
4. *Сніжко Д. І. Покращення роботи поліграфічних підприємств за рахунок впровадження тайм-менеджменту. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.sbinfocanada.about.com/od/timemanagement*
5. *Панюта В. С. Тайм-менеджмент як технологія організації робочого часу / В. С. Панюта. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/581>*

Політило М.П.

к.е.н., доцент

Національний університет «Львівська політехніка»

СПІВПРАЦЯ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ ПОДАЛЬШОГО ЇХ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Основною метою підприємств в сучасних умовах господарювання є випуск конкурентоспроможних високоякісних товарів, які здатні задовольняти в повній мірі потреби суспільства. Однак в умовах заповнення ринків імпортованими товарами або дуже дешевими, зокрема китайськими або дорогими і якісними товарами іноземного виробництва та відсталості України у технологічній сфері від провідних держав світу таких як США, Німеччина, Франція, Англія дуже важко створювати такі підприємства, які б самостійно працювали на внутрішньому вітчизняному ринку, а згодом виходили на зовнішні міжнародні ринки. Саме тому на шляху до розвитку держави, регіонів та підприємств слід використовувати на практиці такі форми господарювання як кооперація і спеціалізація, що дало б позитивний ефект у подоланні як економічної кризи так і збільшення прибутків за рахунок зростання рівня економічної ефективності менеджменту, зокрема за рахунок зростання фінансово-економічних показників.

Саме тому на регіональному рівні для розвитку малих та середніх підприємств і їх кооперації пропонується створити цей Координаційний центр. Основною метою діяльності даного Координаційного центру було б формування “Страхового фонду підтримки малого та середнього бізнесу”. Функції Координаційного центру, на нашу думку, може виконувати відділ Управління економіки держадміністрації.

Варто зазначити, що на регіональному рівні планування діяльності підприємств в умовах проведення кооперування для сприяння розвитку малого та середнього бізнесу, розроблено нами рекомендації щодо участі підприємницьких структур у формуванні: “Страхового фонду підтримки малого та середнього бізнесу”.

З метою визначення часткового внеску кожного підприємства пропонується використання економіко-математичної моделі, що відображає внесок кожного підприємства як функцію, яка залежить від трьох змінних: платіжного потенціалу, базової ставки платежу, що встановлюється органами місцевого самоврядування щорічно відповідно до обороту малих та середніх підприємств і доходу малого або середнього підприємства:

$$V = f(P, C, D) \quad (1)$$

де: V – внесок підприємства, що розташоване в певному регіоні, тис. грн.; P – платіжний потенціал підприємства, %; C – ставки платежу, яка встановлюється органами місцевого самоврядування щорічно відповідно до обороту малих та середніх підприємств, %; D – дохід малого або середнього підприємства, що розташоване в певному регіоні, тис. грн.

Для визначення часткового внеску кожного підприємства у такий фонд, нами запропоновано спочатку, визначити платіжний потенціал підприємства за допомогою формули: