

деятельности предприятия. Рентабельность – синтетический показатель, отражающий многие стороны деятельности предприятия за определенный период.

Ключевые слова: рентабельность, прибыль, управление, предприятие, доходность.

Pidlisna O.A., Gevorgyan A.A.

MANAGING THE PROFITABILITY OF THE ENTERPRISES OF MECHANICAL ENGINEERING

In this article, based on theoretical research of local scientists and the results of their experience analyzed methods of calculating the profitability of engineering companies, and also the position of profitability which measures the profitability of the company. The main factors to improve production efficiency. The analysis shows that for management decisions not only important to know the factors that influence the size and cost structure, but also the causes that determine the change in profitability. This forms the relevance of the study was thus determined that profitability management today is not based on major technological breakthroughs and massive investment injection production, and is designed for minor at first glance, but constant, daily improvement of existing production capacity of enterprises. On the example of PJSC «AvtoKrAZ» has been proven that as an objective economic category profitability characterizes income, profitability, financial performance of the company. Profitability – synthetic index that reflects many aspects of the enterprise for the period.

Keywords: profitability, revenue management, enterprise, profitability

Сіренко А.П.

к.ф.-м.н. НТУУ «КПІ»

Соломенко А.Ю.

студентка ХТФ НТУУ «КПІ»

ПРОБЛЕМИ УМД УДППЗ «УКРПОШТА»

В цій статті висвітлені проблеми УМД УДППЗ «Укрпошта» економічного характеру, а саме як змінювалось підприємство та його асортимент з початку існування до сьогодні. Це можна побачити з таблиці, яка приведена в статті нижче та в самій статті. Та це не єдина причина, яка згубно вплинула на теперішнє економічне становище підприємства. До цього можна віднести як внутрішній, так і зовнішній вплив. Внутрішнім впливом являється вище згадані зміни у асортименті; часта зміна керівництва, яка не має уявлення про поштову справу (некваліфіковані працівники); зменшення кількості працюючих через неспроможність платити заробітну плату в повному об'ємі (низька

заробітна плата також є причиною малого приходу нових працівників) і тому подібне. До зовнішнього впливу можна віднести нинішнє становище у країні та конкурентні підприємства. Шляхи можливого вирішення цих проблем наводиться в кінці статті.

Ключові слова: асортимент, УМД УДППЗ, «Укрпошта», конкуренти, керівництво, низька заробітна плата.

Постановка проблеми. Найголовніша особливість пошти – пропозиція загальнодоступних послуг поштових перевезень (простих, рекомендованих, цінних, міжнародних листів, бандеролей, посилок), які найчастіше здійснюються за ініціативи держави на кшталт інших галузей перевезень. На даний момент керівництво УМД УДППЗ «Укрпошта» відхиляється від стандартів, від чого і страждає економічне становище відділень пошти та підприємства в цілому.

Мета статті – дослідити інновації, які були введені новим керівництвом для підвищення прибутків підприємства, проте які мали зворотній характер, тобто зниження прибутків та пригнічення дійсно важливих послуг не тільки для самого підприємства, а для споживачів цих послуг.

Виклад основного матеріалу. Українське державне підприємство поштового зв'язку «Укрпошта» (УДППЗ «Укрпошта») входить до сфери управління Міністерства інфраструктури України, є національним оператором поштового зв'язку України згідно з розпорядженням Кабінету Міністрів України від 10 січня 2002 року.

Діяльність УДППЗ «Укрпошта» регламентується Законом України «Про поштовий зв'язок» від 4 жовтня 2001 року, іншими Законами України, а також нормативними актами Всесвітнього поштового союзу, членом якого Україна стала у 1947 році.

Укрпошта функціонує як самостійна господарська одиниця з 1994 року, коли було утворено Українське об'єднання поштового зв'язку «Укрпошта», яке в липні 1998 року реорганізовано в нині діюче УДППЗ «Укрпошта» згідно з Програмою реструктуризації Укрпошти, затвердженою постановою Кабінету Міністрів України від 04.01.98 за №1.

Київська міська пошта до становлення Укрпошти надавала у держбюджет міста 60% від загальної суми.

Тепер Укрпошта не може надавати до бюджету коштів, так як сама потребує додаткових інвестицій. А все тому, що у 1994 році було створено УДППЗ «Укрпошта», яка становить зв'язок між Департаментом інфраструктури та поштовими дирекціями.

Із 1998 року розпочалася втрата коштів пошти. У той період велику частину послуг було втрачено з причини непрофесійного керівництва. Частину об'ємів надання поштових послуг перебравли приватні компанії DHL, «Поні–експрес» та кілька інших. Лобювання інтересів «Нової пошти» посприяло тому, що «Укрпошта» стала перетворюватися на

збиткове підприємство. Це у свою чергу спричинило скорочення фахівців пошти і мережі відділень зв'язку по всій Україні (в основному в сільській місцевості).

Проте найбільшого збитку підприємство отримало за останні 4 роки, коли з бюджету «Укрпошти» були виділені кошти для закупівлі обладнання і комп'ютерних систем, так і не завершивши їхнього підключення. З цього значні кошти було спрямовано на впровадження сортувальних комплексів і комп'ютерної системи SAP, яка не надала потрібного ефекту, яку прагнуло отримати керівництво для полегшення роботи співробітникам пошти, що стало також згубно впливати на підприємство.

Після касової реформи, яку на початку 2013 року провело міністерство доходів і зборів, дві приватні фірми – «УкрКарт» і «Інтерплат» отримали гроші за послуги зі збирання та передачі даних від касових апаратів в магазинах. З одного касового апарата вони щодня збирають близько 1 грн. В Україні на сьогодні налічується близько 221 тис таких апаратів. Таким чином за рік набігає приблизно 80 млн грн. «Укрпошта» має один з найбільших парків касових апаратів – 19 тис одиниць. За кожен касовий апарат «Укрпошта» сплачує 35 грн за еквайринг на місяць.

На рахунок конкуренції, «Укрпошта» стала втрачати не тільки кошти, але й відділення. Так, в самому підприємстві керівники створюють конкурентні підприємства, а саме гендиректор «Укрпошти» лобіст «Міст-Експрес» – конкурент державного підприємства, а його перший заступник лобіює інтереси іншого конкурента – «Нової пошти», який висловив ідею віддати під «Нову пошту» 700 відділень. Тому можна казати прямо, що підприємство доводять до банкрутства зсередини як не ставивши під цим таку задачу, так і навмисно, гублячи «Укрпошту» серед конкурентів. Так конкуренція не працює на користь Укрпошти і підприємство втрачає клієнтів і, виходячи з цього, частину прибутку.

Як результат, у першому півріччі чистий прибуток «Укрпошти» впав у два рази в порівнянні з аналогічним періодом минулого року.

Прагнення нового керівництва УМД УДППЗ «Укрпошта» додати нові послуги та товари, які не відповідають стандартам пошти, для збільшення прибутку довело колись велике і багато прибуткове підприємство до банкрутства. Результати діяльності були висвітлені в таблиці 1, де порівняли незначну кількість послуг пошти України та Укрпошти.

На нинішньому етапі стан «Укрпошти» є критичним. Тому подальші непрофесійні дії керівництва «Укрпошти» є неприпустимими, якщо в Україні мають за мету зберегти дієдатне і прибуткове державне підприємство поштового зв'язку держава повинна:

1. Поставити на чолі Укрпошти фахівця, який має знати справи цієї галузі підприємства;
2. Збільшити тарифи на поштові послуги у два рази як мінімум;

3. Скоротити штат керівництва на 70 % (до 2010 року в Укрпошті в керівничому штаті працювало 300 осіб, на даний час – 780 осіб);

4. Займатися тільки наданням поштових послуг, так як це було до формування УДППЗ «Укрпошта»;

5. Розпочати модернізацію засобів праці (обладнання, а саме комп'ютери, принтери і т.д.);

6. Придбати малолітражні авто для швидкого перевезення пошти на території великих міст;

7. Збільшити заробітну плату робітникам поштового зв'язку.

Таблиця 1

Перелік послуг за існування пошти України та за даним становищем Укрпошти

Перелік послуг	Пошта України до 1994 року	Укрпошта сьогодні
Поштові відділення по всій території країни/ з них у сільській місцевості	Понад 25 тис./18 тис.	Понад 14 тис./10 тис.
Кількість працівників /з них листоноші	Понад 147 тис. / 62 тис.	Понад 98 тис./41 тис.
Щороку здійснюють(-вали) обробку та доставку споживачам : а) поштові відправлення; б) посилки та відправлення з оголошеною цінністю; в) перекази; г) пенсії.	а) 3 млрд б) 53 млн в) 66 млн г) 120 млн пенсій	а) 300 млн б) 17,5 млн в) 22 млн г) 120 млн
Безпосередня доставка пошти здійснювалась до даної кількості абонентських поштових скриньок	30 млн	15 млн
Розповсюдження за передплатою та вроздріб: а) періодичні видання; б) примірники на рік (з них за передплатою та уроздріб).	а) Близько 52 млн. б) -	а) 10 тис. б) 1,083 мільярда (1,005 млрд прим. та 77,5 млн прим.)
Перевезення періодики щороку та загальний пробіг автотранспорту при цьому	-	близько 40 тис. тонн , понад 100 млн км.
Щороку видання мільйонними тиражами стандартних поштових марки: а) блоки і марки художніх поштових марок; б) художні марковані конверти; в) немаркована продукція.	-	а) 35 сюжетів б) 60 сюжетів в) 70 сюжетів

Висновки. Рівень використання інновацій залишилось незадовільним. Те, що мало стати прибутковим, на перший погляд, навпаки, стало пригнічувати економічне становище Укрпошти. Через це пошта не може

себе інвестувати, як вона це робила раніше і тому вона занепадає в економічному аспекті.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Українського державного підприємства поштового зв'язку «Укрпошта», загальна інформація, види послуг – <http://www.ukrposhta.com/>
2. Як не перетворити «Укрпошту» в магазин Досвідчені поштарі – проти призначень за квотним принципом і насторожено сприймають керівника з конкуруючої структури [Електронний ресурс]: за ред. Валентини Кашенко, Політична газета «Україна молода» – <http://www.umoloda.kiev.ua/>

Сиренко А.П.

к.ф.-м.н., НТУУ «КПІ»

Соломенко А.Ю.

студентка ХТФ НТУУ «КПІ»

ПРОБЛЕМЫ УМД УГППС «УКРПОЧТА» И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В этой статье рассмотрены проблемы УМД УГППС «Укрпочта» экономического характера, а именно как менялось предприятие и его ассортимент с начала существования до сих пор. Это можно увидеть из таблицы, которая приведена в статье ниже и в самой статье. Но это не единственная причина, которая пагубно повлияла на нынешнее экономическое положение предприятия. К этому можно отнести как внутренний, так и внешнее воздействие. Внутренним воздействием является упомянутые изменения в ассортименте; частая смена руководства, которая не имеет представления о почтовом деле (неквалифицированные работники); уменьшение количества работающих за неспособности платить заработную плату в полном объеме (низкая заработная плата также является причиной малого новых сотрудников) и тому подобное. К внешнему воздействию можно отнести нынешнее положение в стране и конкурентные предприятия. Пути возможного решения этих проблем приводится в конце статьи.

Ключевые слова: ассортимент, УМД УГППС, «Укрпочта», конкуренты, руководство, низкая заработная плата.

Sirenko A.P., Solomenko A.

PROBLEMS UMD UDPPZ «UKRPOSHTA» AND SOLUTIONS

This paper deals with problems UMD UDPPZ «Ukrpochta» economic nature, namely how to change the company and its portfolio since the beginning of existence today. This can be seen from the table, which is given in the article below and in the same article. And that's not the only reason that adversely affected the present economic situation of the company. This may include both internal and external influence. The internal impact is above mentioned changes in the stock; frequent changes in leadership that has no idea of the postal

business (unskilled workers); reducing the number of employees due to the failure to pay wages in full (as low wages are the cause of the small influx of new workers) and the like. To external influences include the current situation in the country and competitive enterprise. Possible ways of solving these problems is given in the end.

Keywords: assortment, UMD UDPPZ, «Ukrposhta», competitors, management, low salaries.

Ткаченко Т.П.

к.е.н., доцент НТУУ «КПІ»

Панасюк Р.В.

студент ХТФ НТУУ «КПІ»

ЕКОНОМІЧНЕ ШПИГУНСТВО ЯК ДЕСТАБІЛІЗУЮЧИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

У статті подано класифікацію методів економічного шпигунства, запропоновано шляхи захисту інсайдерської інформації підприємств від економічного шпигунства.

Ключові слова: економічне шпигунство, інсайдерська інформація, безпека підприємства, методи захисту.

Постановка проблеми. Значна кількість держав спрямовує зусилля своїх спецслужб на підтримку стратегії розвідки досягнень іноземних підприємств, їх патентів, комерційних, технологічних чи іншого характеру таємниць. Саме тому, сьогодні, темі економічного шпигунства приділяють багато уваги і виникла потреба захисту інсайдерської інформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Авторитетну роль у дослідженні проблематики економічної безпеки відіграють праці таких вчених, як Зубко М. І., Камлик М. І., Мунтіян В. І., Чередниченко А. А. та ін.

Оскільки економічне шпигунство саме по собі є недостатньо досліджене, адже його методи постійно змінюються через залучення нових стратегій видобутку тих чи тих даних, певної інформації. Тому способи захисту підприємства підпорядковуються вже цим постійним змінам.

Мета дослідження. Актуальність роботи на сучасному етапі розвитку підприємницької діяльності в нашій країні, зумовлена встановленням ключових факторів економічного шпигунства, а також системним, комплексним з'ясуванням основних методів забезпечення економічної безпеки від згубних зовнішніх і внутрішніх ризиків економічної розвідки в умовах конкурентного середовища.