

використання основних виробничих фондів є важливою умовою, фактором забезпечення нормальних умов процесу виробництва та підвищення його ефективності. Тому на підприємствах важливе значення має як систематичне оцінювання стану основних фондів, так і аналіз ефективності їх використання.

Основу механізму управління ефективністю використання основних фондів складають відносини, що характеризують соціально-економічні, організаційно-технічні, правові аспекти діяльності працівників та органів управління. Інтенсивне використання основних фондів дає змогу значно знизити витрати, пов'язані з моральним зношенням обладнання, сприяє прискоренню їх оновлення, що в кінцевому результаті позитивно впливає на фондоозброєність праці та зростання її продуктивності та призводить до зростання фондовіддачі на підприємстві [1]. Також важливу роль у підвищенні ефективності використання основних фондів повинні відігравати фактори матеріального стимулювання працівників підприємства, тобто ефективно розроблений менеджмент організації.

Динаміка показників більшості підприємств України незадовільна. Більша частина споруд, техніки і обладнання українських підприємств зношена фізично і застаріла морально. Проблеми оновлення основних виробничих фондів, перебудови їх структури для України є дуже актуальними. Це пов'язано з необхідністю переходу до інтенсивного наукомісткого, ресурсозберігаючого типу суспільного відтворення, а також з тим, що на 90-ті роки припав період досягнення стану повного зношення дуже великих груп фондів, які були введені в дію в 50-60-х роках ХХ ст. Ситуацію поглиблював кризовий стан економіки України впродовж тривалого часу. Це також позначилося на зменшенні купівельної спроможності господарюючих суб'єктів, що значно ускладнило реалізацію вже виробленої продукції.

УДК 338.001

Є.В. Гашин, В.І.Довгань*, Н.П.Захаркевич*

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**Хмельницький університет управління та права*

**ФУНКЦІОНАЛЬНО-ВАРТІСНИЙ АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ
ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА**

E.Gashchin, V.Dovgan, N.Zakharkevich

**FUNCTIONAL-COST ANALYSIS AS A TOOL TO IMPROVE
PRODUCTION EFFICIENCY**

В оптимізації інженерних проектів, спрямованих на підвищення ефективності виробництва основна роль відводиться проведенню всебічного

аналізу прийнятих рішень. Аналіз, як метод дослідження, рішеннях виявити наявні суперечності і невідповідності в прийнятих розробках, об'єктах, системах та способах, встановити причинно-наслідкові зв'язки, забезпечуючи отримання інформації.

Серед відомих методів аналізу (інженерний, техніко-економічний, економічний, екологічний) особливе місце відведено функціонально-вартісному аналізу (ФВА), який рекомендується використовувати при проектуванні нових виробів і технологій, модернізації техніки і освоєних виробів, реконструкції виробничих об'єктів, зниженні виробничих затрат тощо.

Сутність методу ФВА полягає в практичному розчленуванні об'єкту (конструкції, технології, управління виробничими процесами) на складові частини для визначення їх ролі та вартості в загальній системі, оцінки їх функцій та зниженні всіх зайвих затрат.

Головними завданнями ФВА вважаються:

- пошук та реалізація ефективних рішень підвищення технічного рівня та якості виробів;
- зменшення матеріаломісткості продукції та вибір раціональної технології;
- зменшення трудомісткості продукції;
- підвищенні технологічності та надійності виробів;
- створення нових організаційних форм колективної творчої роботи, скорочення циклу «дослідження-виробництво».
- Метод ФВА проводиться наступним чином: 1) виявляються функції елементів виробу (процесу або системи); 2) оцінюється вартість виконання кожної функції; 3) виявляється рівень виконання функцій та зайві функції; 4) виключаються елементи з непотрібними функціями та включаються елементи з потрібними функціями; 5) вибираються найбільш раціональні рішення.

Розвиток та всебічне використання функціонально-вартісного аналізу забезпечив можливість застосування його в процесі синтезу раціональних систем, що послужило базою створення функціонально-вартісного проектування (ФВП). Дослідження методології ФВП показало, що функціонально-вартісний підхід в проектуванні, при якому система розглядається як сукупність функцій, що нею виконуються, забезпечує можливість найкращого напрямку реалізації цих функцій, сприяючи прийняттю принципово нових ефективних рішень.

Досвід використання ФВА в електротехнічній промисловості засвідчує:

- на основні елементи (функції) системи, які складають 5% від їх загального числа, припадає 75% загальної вартості системи, тому розгляд згаданих елементів повинен бути першочерговим;

- похибки підсумкової калькуляції при виконанні ФВА повинні бути на порядок менші від обсягу зниження собівартості.

Найбільш поширеними похибками при проведенні ФВА є:

- недостатнє залучення спеціалістів різних служб;
- зосередження на одній з перших ідей;
- отримання надлишкової або недостатньої інформації.

Література.

1. Управление инновационными проектами. Учебное пособи епод. Ред.. профессора В.Л.Попова. М.»Инфра-М»-2006.
2. Цигилик І.І., Кропельницька С.О. та ін.. Економіка й організація інноваційної діяльності. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури. 2004.

УДК 658.89:004

В.Л.Гевко, М.Б.Глуховецька

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ CRM У КОМПАНІЯХ СФЕРИ ПОСЛУГ

V.L. Gevko, M.B. Gluhovetska

THE NEED OF CRM'S IMPLEMENTATION IN COMPANIES PROGRAMME AREAS OF SERVICES

У наш час сфері послуг характерний все більший і більший розвиток. За таких умов підприємству, яке надає послугу, зовсім не легко втриматися на плаву, через надмірний вплив конкуренції. Головним фактором успішності підприємства є ефективна робота з клієнтами. Проте напревеликий жаль не усі підприємства це розуміють, і як наслідок рано чи пізно вони стають витіснені із ринку.

У сфері послуг найважливішу роль відіграють такі складові, як : люди (працівники), а також спосіб подачі тієї чи іншої послуги. Саме персонал, що безпосередньо працює з клієнтами, створює у них уявлення про підприємство. Тому працівник, який обслуговує клієнта повинен не тільки володіти усією потрібною інформацією про дану послугу, йому повинні бути притаманні певні особові якості, та комунікаційні здібності. Він повинен зуміти визначити бажання кожного клієнта і у разі потреби швидко коригувати сам процес обслуговування, тим самим створити у споживача відчуття задоволеності, а таким чином перетворити його на постійного клієнта.

Дуже поширеною є концепція соціально-етичного маркетингу. Суть її полягає в тому, що підприємство спочатку визначає проблеми, вимоги та