

2. Кондратюк М. В., Лактіонова К. С. Шляхи удосконалення процесу управління інвестиційною діяльністю підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2014. Вип. 48. С. 172-174.

3. Наумова О. Управління інвестиційною діяльністю підприємства в умовах кризових явищ. Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Економіка. 2016. Вип. 4. С. 32-36.

4. Небава М. І. Теорія корпоративного управління : вузлові питання : електронний навчальний посібник <http://posibnyky.vntu.edu.ua/>.

5. Покотильська Н. В. Проблеми інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств України в сучасних умовах. Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету. Вип. 22. Т. 2. Економічні науки. Кам'янець-Подільський: ПДАТУ. 2014. С. 176-180.

6. Управління проектами: навч. посібник ; за ред. О.В. Ульянченка та П.Ф. Цигикала. Харків: ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, 2010. 522 с.

**Щегельський Максим**

студент 3 курсу

спеціальності «Менеджмент»,

Науковий керівник: **Чикуркова А.Д.**,

д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту,

публічного управління та адміністрування

Подільський державний аграрно-технічний університет,

м. Кам'янець-Подільський

## **ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Кожне підприємство, яке працює в умовах ринкової економіки, не може існувати без чітко розробленої стратегії. Ключове завдання формування стратегії полягає в пошуку шляхів подолання конкуренції на ринку та забезпеченні високих темпів економічного розвитку компанії за достатньої фінансової стійкості. Інвестиційна діяльність є найважливішою складовою частиною підприємницької діяльності.

Основною метою інвестиційної діяльності є забезпечення найбільш ефективних шляхів реалізації інвестиційної стратегії компанії на окремих етапах розвитку.

Найбільш суттєвим і визначальним рішенням за стратегічним плануванням є вибір цілей. Вибір місії підприємства здійснюється з урахуванням дії чинників зовнішнього середовища. Наступним важливим кроком є вивчення зовнішнього і внутрішнього середовищ.

Інвестиційна стратегія визначається як генеральний план дій у сфері інвестиційної діяльності підприємства, який враховує пріоритетні її напрямки і форми, характер формування інвестиційних ресурсів і послідовність етапів реалізації довгострокових інвестиційних цілей, що забезпечують передбачений загальний розвиток підприємства.

Розробка інвестиційної стратегії є творчим процесом, що включає постановку цілей інвестиційної діяльності, визначення її пріоритетних напрямків і форм, оптимізацію структури інвестиційних ресурсів і їхнього розподілу, виробленої інвестиційної політики з урахуванням найбільш важливих аспектів інвестиційної діяльності, підтримка взаємин із зовнішнім інвестиційним середовищем.

Процес розробки інвестиційної стратегії є найважливішою складовою загальної системи стратегічного вибору підприємства, основними елементами якого є місія, загальні стратегічні цілі розвитку, система функціональних стратегій у розрізі окремих видів діяльності, способи формування та розподілу ресурсів.

Істотною умовою, яка визначає актуальність розробки інвестиційної стратегії, є кардинальна зміна цілей операційної діяльності підприємства, пов'язана з новими комерційними можливостями.

Реалізація таких цілей вимагає зміни виробничого асортименту, впровадження нових виробничих технологій, освоєння нових ринків збуту продукції тощо.

Розробка інвестиційної стратегії відіграє значну роль у забезпеченні ефективного розвитку підприємства. Ця роль полягає в тому, що розроблена інвестиційна стратегія: забезпечує механізм реалізації довгострокових загальних та інвестиційних цілей майбутнього економічного та соціального розвитку підприємства в цілому й окремих його структурних одиниць; дозволяє реально оцінити інвестиційні можливості підприємства; забезпечує можливість швидкої реалізації нових перспективних інвестиційних можливостей, які виникають у процесі динамічних змін чинників зовнішнього інвестиційного середовища; враховує заздалегідь можливі варіації розвитку неконтрольованих підприємством чинників зовнішнього інвестиційного середовища і дозволяє звести до мінімуму їхні негативні наслідки для діяльності підприємства.

В умовах ринкової економіки існують різноманітні можливості для інвестування. Тому потрібно діяти, дотримуючись власної інвестиційної стратегії в цілому, а також враховувати позиції інвестиційної політики.

#### **Список використаних джерел**

1. Селіверстова Л. С. // Актуальні проблеми економіки. –2008. –№ 7. – С.133-137.
2. Галушка З. І. Стратегічний менеджмент: Навч.-метод. Посібник. – Чернівці: Рута, 2006. – С.248.

**Юрчук Денис**  
студент 1 курсу ОС «Магістр»  
спеціальності «Менеджмент»  
Науковий керівник: **Мушеник І.М.**,  
к.е.н., доцент кафедри інформаційних технологій,  
Подільський державний аграрно-технічний університет,  
м. Кам'янець-Подільський

## **СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ КОМП'ЮТЕРНОЇ ГРАФІКИ**

Одним із напрямів використання сучасних інформаційних технологій сьогодні є комп'ютерна графіка, яка широко застосовується майже у всіх

сферах діяльності людини: у науці, техніці, бізнесі, медицині, освіті, рекламі та індустрії розваг.

Як відомо, комп'ютерна графіка – це створення та опрацювання графічних зображень за допомогою комп'ютерної техніки. Графічне зображення може бути малюнком або фотографією, схемою або технічним кресленням, діаграмою або графіком, рекламним плакатом або архітектурним ескізом, кадром з відеоролику тощо. Графічні зображення необхідні для візуалізації даних, вони легко сприймаються, швидко обробляються (в інформаційному плані) й засвоюються людиною, і головне – повною мірою відповідають природнім психологічним особливостям сприйняття людиною навколишнього середовища.

На сьогоднішній день є два основні способи відтворення графічного зображення на екранах моніторів та збереження їх в цифровому вигляді у сховищах електронної інформації. Перший (хронологічно) спосіб має математичну форму запису – формулу, і називається векторним. Графічне зображення, яке побудоване за векторним способом легко масштабувати – збільшувати, або зменшувати без втрати якості зображення. Більш складні графічні об'єкти описують частинами, розбиваючи на прості фігури або лінії та групують.

Растрове зображення у спрощеному вигляді – це прямокутна таблиця пікселів, тобто зображення формується з точок.

Сучасні графічні пакети використовують як растровий, так і векторний спосіб подання зображень.

Найчастіше використовують таке програмне забезпечення для комп'ютерної графіки:

- Програми векторної графіки – пакет програм CorelDraw; Microsoft Visio; Corel Designer.
- Програми растрової графіки – Adobe Photoshop, Adobe ImageReady.
- Програми-переглядачі – Infan View; XnViewer; Microsoft Office Document Imaging.

- Серед пакетів тривимірної анімації – 3D Max, 3D Studio, True Spase/

INTERNET широко популяризує раніше маловідомі форми комп'ютерної графіки. Наприклад, інтерактивні фотопанорами, у яких відвідувач сайту, користуючись засобами навігації, може змінювати напрямок погляду, або розглядаючи предмет з різних сторін, або, навпаки, повертаючись у просторі.

У бізнесі засоби комп'ютерної графіки знайшли широке застосування у двох галузях: у розробці фірмового корпоративного стилю та у рекламній справі. За їхньої допомоги можна не лише швидко підготувати зразки для показу замовнику, але й оперативно внести необхідні зміни. Крім того, у сучасній рекламі широко використовують прийоми колажу, які ефективно реалізуються за допомогою графічних програм.

На базі засобів комп'ютерної графіки та інших прогресивних технологій останнім часом з'явилися зовсім нові, не схожі ні на що раніш відоме, напрямки виробництва, професії, навіть середовища та взаємостосунки. Звичними зараз звучать для більшості з нас поняття: "віртуальна реальність", "зона Інтернет", "телеконференція", "аудіо та відео у реальному часі". До прикладу відеоконференції дозволяють скоротити транспортні витрати та витрати на відрядження, дають можливість залучити до вирішення проблем максимальну кількість менеджерів та інших працівників, територіально віддалених від головного офісу.

У теперішній час, завдяки грандіозному розвитку комп'ютерної техніки, деякі сторони нашого життя неможливо уявити без застосування комп'ютерних технологій, у тому числі без комп'ютерної графіки.

### **Список використаних джерел**

1.Близнюк М. М. Інформаційно-комп'ютерні технології:/ мистецький аспект. – //К.: Каравела, 2006. — 272 с.

2. Глушаков С.В. Компьютерная графика: Учебный курс // Г. А. Кнабе. – Харьков: Фолио; М.: ООО «Издательство АСТ», 2001.- 500с.

3. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну: Підручник.— К.: Кондор, 2006.— 492с

4. Черниш Л.М. Комп'ютерні технології і мистецтво / Банк методичних розробок – “Аматорське мистецтво”. Нотатки фахівця.- [Http://www.culturalstudies.in.ua/metod\\_amator\\_16.php](http://www.culturalstudies.in.ua/metod_amator_16.php)

**Яловий Віталій**

студент 1 курсу

спеціальності «Агроінженерія»

Науковий керівник: **Марусей Т.В.,**

к.е.н., доцент кафедри інформаційних технологій,

Подільський державний аграрно-технічний університет,

м. Кам'янець-Подільський

## **СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГУ**

Сьогодні конкуренція на всіх рівнях ринку досить висока. Для того, щоб виграти конкурентну боротьбу підприємство вимушене не тільки залучати нових клієнтів, а й не втрачати вже існуючих. Вся діяльність підприємств — розробка нової продукції, планування і виконання виробничих програм, фінансова та кадрова політика має бути підпорядкована задоволенню купівельного попиту. Зробити своє підприємство конкурентоспроможним і його товари та послуги затребуваними допомагають маркетингові технології. Ці технології різноманітні, але мета їх реалізації одна — підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкової економіки. Сьогодні впровадження інновацій дуже важливо не тільки для загального зростання конкурентоспроможності підприємств, а й для формування ефективних клієнтських відносин, що забезпечують, у свою чергу, прибутковість. Сучасні рішення в CRM-систем дозволяють підприємствам оптимізувати процес взаємодії з клієнтами, а також створювати ефективний