

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ВЫСШЕЕ УЧЕБНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ГЕОТЕХНОЛОГИЙ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ**

**КАФЕДРА "УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ
им. Ю.В. БОНДАРЕНКО"**



**ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
ПРОИЗВОДСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СУБЪЕКТОВ
ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ**

**материалы III Всеукраинской
научной конференции студентов**

Том 2

23 апреля 2009 года

Донецк 2009

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ВЫСШЕЕ УЧЕБНОЕ ЗАВЕДЕНИЕ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ГЕОТЕХНОЛОГИЙ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ

КАФЕДРА "УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ им. Ю.В. БОНДАРЕНКО"

**ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
ПРОИЗВОДСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СУБЪЕКТОВ
ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ**

Материалы III Всеукраинской
научной конференции студентов

Том 2

23 апреля 2009 года

Донецк 2009

ББК 65.05

УДК 339.13

- П78 Проблемы управления производственно-экономической деятельностью субъектов хозяйствования: материалы III Всеукр. научн. конф. студ., 23 апреля 2009 г., г. Донецк, ДонНТУ. - Т.2 - Донецк: СПД Воробьев, 2009. - 228 с.

Приведены результаты научных разработок, студенческих работ, которые были представлены на III Всеукраинскую конференцию, организованную кафедрой «Управление производством имени Ю.В.Бондаренко» Донецкого национального технического университета.

Сборник предназначен для специалистов в области менеджмента и студентов вузов экономических специальностей.

Редакционная коллегия

докт. экон. наук, проф.

канд. техн. наук, доцент

канд. техн. наук, доцент

канд. экон. наук

Мартякова Е.В.

Кравченко А.А.

Костюк И.С.

Харченко В.А.

За справками обращаться по адресу:
83000, г. Донецк, ул. Артема, 58,
Донецкий национальный технический университет,
кафедра «Управление производством
им. Ю.В. Бондаренко»,
тел.8 (062) 304-37-06,
e-mail: upr@mine.dgtu.donetsk.ua

ВИХОРЕВА Н.И., ст.гр. МЕ-06-Б
Науч.руков.: Сорокина А.Н., асс.
Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского,
г.Донецк

МЕХАНИЗМ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Рассмотрен механизм налогового планирования на предприятии с учетом особенностей каждого направления бизнеса, приведены основные направления учетной политики, имеющие альтернативные способы учета.

Актуальность. Вопрос налогообложения является очень актуальным для любого предприятия, т. к. налоги это изъятие государством определенной части дохода предприятия, то любое предприятие естественно захочет минимизировать эту часть, а кто захочет отдавать свои деньги. В связи с этим существует понятие налогового планирования, с помощью которого можно грамотно, а главное законно существенно сократить свои налоговые обязательства, естественно не без помощи специалиста в области налогового планирования.

Цель исследования: теоретическое обоснование и анализ механизм налогового планирования на предприятии с учетом особенностей каждого направления бизнеса.

Основная часть. Налоговое планирование представляет собой одну из важнейших составных частей финансового планирования предприятия, оно неотделимо от общей предпринимательской деятельности и должно осуществляться на всех ее этапах. Проект по налоговому планированию включает в себя совокупность мер, направленных на снижение налоговых обязательств путем перевода предприятия в благоприятный режим налогообложения с использованием законных способов и методов.

Построение системы финансового и, в том числе, налогового планирования должно отталкиваться от определения стратегических целей предприятия. Основная цель бизнеса корпоративных структур - защита интересов собственников. Стратегия развития бизнеса предполагает обеспечение максимальной рентабельности и финансовой устойчивости. Следовательно, необходимо формировать такие финансовые отношения, которые бы обеспечивали получение положительных финансовых результатов, в основном за счет достижения синергетического эффекта, поэтому именно в корпоративных структурах и возрастает необходимость существенного повышения эффективности управления капиталом, управления денежными потоками, оборотом и расходами.

Определяющим критерием оптимизации налоговых платежей корпоративной структуры при любой системе налогообложения остается достижение максимального объема финансовых ресурсов, остающихся в ее распоряжении, в целях обеспечения конкурентоспособности организации и максимального удовлетворения интересов ее собственников.

Невзирая на жесткость принятых законодательных норм, организации имеют возможность, используя приемы налогового планирования, влиять на общий уровень налогообложения и сумму налоговых платежей.

Совершенствование системы налогового планирования позволит применить комплекс методов, позволяющих выбрать из многих возможных (альтернативных) вариантов один оптимальный вариант плана, т.е. наилучший с точки зрения заданных критериев оптимальности, а именно: увеличения доходов, прибыли; снижения затрат, налогового бремени и налоговых рисков. Важной проблемой налогового планирования

является выбор наилучшего момента принятия решения (принятия или пересмотра, корректировки ранее принятого плана). Затягивание этого момента ради сбора и учета более полной информации ведет к замедлению, поспешность - к ошибкам. Следовательно, для наиболее эффективного управления корпоративными финансами необходимо выбрать из всех видов учета наиболее оптимальный метод сбора информации по налоговым платежам для разработки эффективных схем налогового планирования.

Отсутствие налогового планирования в компании может повлечь налоговые потери по конкретному налогу или их совокупности, сокращение объема оборотных средств, ухудшение финансового положения организации, и как следствие сокращение реальных возможностей для дальнейшего развития организации.

Налоговое планирование - это целенаправленная деятельность предприятия, ориентированная на максимальное использование всех нюансов существующего законодательства с целью достижения наивысшего финансового результата путем законной оптимизации хозяйственной деятельности предприятия с точки зрения ее налоговых последствий [1].

Отличительной характеристикой планирования налогов является его альтернативность, что, собственно говоря, и обеспечивает возможность налоговой оптимизации [2].

Целью налогового планирования является минимизация налоговых платежей в пределах налогового законодательства, включая и налоговые льготы. Множество налоговых и установленных платежей в бюджет и внебюджетные фонды требует введения налогового планирования на фирме с целью обеспечения эффективного финансового управления.

Налоговое планирование с учетом особенностей каждого направления бизнеса предусматривает, прежде всего:

- правильный учет и оформление затрат, включаемых в себестоимость продукции (услуг);
- установление величины нормативных затрат, определяющей затратоемкость продукции;
- планирование состава затрат, включаемых в себестоимость;
- учет возможных налоговых льгот;
- установление рациональной учетной политики на фирме.

Содержание учетной политики динамично и корректируется с учетом изменений законодательной и нормативной базы бухгалтерского учета, однако фирмам не разрешается изменять учетную политику в течение отчетного года.

К основным направлениям учетной политики, имеющим альтернативные способы учета, относятся:

1. Оценка запасов и расчет фактической себестоимости в производстве:
 - по средней себестоимости;
 - по методу ФИФО (по цене первых закупок);
 - по методу ЛИФО (по цене последних закупок);
 - по себестоимости единицы закупаемых материальных ресурсов.

Начисление амортизации по основным средствам производят:

- равномерным методом по установленным нормам;
- по ускоренной амортизации;
- по способу уменьшаемого остатка;
- по сумме лет полезного использования;
- пропорционально объему продукции.

Традиционным для отечественной практики является способ оценки материальных ресурсов, списываемых с производства по средней себестоимости. В международной практике предусмотрены стандартные методы ФИФО и ЛИФО.

2. Группировка и включение затрат в себестоимость реализованной продукции (услуг):

- группировка затрат на прямые и косвенные с традиционным способом формирования полной себестоимости;
- группировка затрат на переменные и постоянные (общефирменные) издержки методом "директ-костинг".

В основе этого способа лежит группировка затрат в зависимости от объема производства продукции (услуг), т.е. на переменные и постоянные. Выделение в себестоимости переменных затрат необходимо для определения валового дохода как разницы между выручкой и величиной переменных затрат.

3. Оценка кредиторской задолженности:

- без учета причитающихся к выплате процентов;
- с учетом причитающихся к выплате процентов.

4. Методы определения выручки от реализации продукции (услуг):

- кассовый метод (по мере оплаты);
- метод начисления (по мере отгрузки) [3].

Каждый из рассмотренных способов снижения налоговых платежей должен быть оценен с точки зрения финансово-экономических последствий для фирмы.

При планировании состава затрат, включаемых в себестоимость продукции (услуг), необходимо прежде всего установить их производственный характер.

Следует различать затраты, непосредственно относящиеся к производству и реализации продукции, и затраты, связанные с долгосрочными инвестициями.

Затраты по созданию новой продукции, технологии, на проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, в себестоимость продукции не включаются, т.к себестоимость включает совокупность текущих затрат, а инвестиции на развитие фирмы относятся к инвестиционным затратам и учитываются отдельно от текущих затрат.

Планирование размера нормируемых затрат производится с целью коррекции фактических затрат с учетом установленных норм, нормативов, лимитов.

Законодательному нормированию подлежат прежде всего целевые расходы: командировочные, на подготовку и переподготовку кадров, на рекламу, расходы по уплате процентов по банковскому кредиту и на представительские цели.

Выводы. Таким образом, налоговое планирование заключается в разработке и внедрении различных законных схем снижения налоговых отчислений, за счет применения методов стратегического планирования финансово - хозяйственной деятельности предприятия. В процессе налогового планирования не только определяются возможности минимизации налогообложения, но и оценивается экономическое влияние принятых решений на текущую деятельность и перспективу.

Библиографический список

1. Мельник, Д. Ю. Налоговый менеджмент. – М.: Финансы и статистика. - 2003
2. <http://www.nalogplan.ru/> – практическое налоговое планирование.
3. <http://www.businessuchet.ru/> – бухгалтерский учет и налоги.

ЛЮБИМОВА Т.Ю., ст. гр. МО-06а
Науч. руков.: Губанова М.Г., ст. преп.
Автомобильно-Дорожный Институт ГВУЗ «ДНТУ»,
г. Горловка

НЕОБХОДИМОСТЬ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ КРЕДИТА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Рассмотрены основные понятия, принципы и причины кредитования в социально-экономических условиях, осуществлена попытка универсальной классификации кредитов и раскрытие главных принципов предоставления заемных средств, выделены преимущества и недостатки кредитования.

Актуальность. В современном мире большое внимание уделяется вопросам кредитования. Но понимание сущности и необходимости кредита не всегда является очевидным. Сущность кредита состоит в том, что его предоставление не является самоцелью, он предполагает движение средств и материальных ценностей на условиях возвратности для реализации общественных потребностей. Такое понимание может также трактоваться, как определение кредита в широком смысле.

Необходимость кредита, в первую очередь, обусловлена существованием рыночных отношений. Причинами, которые вызывают такую необходимость, в экономической литературе называют: колебание потребностей субъектов рынка в оборотных средствах и возникновение потребности в создании и воспроизводстве основного капитала. Также следует отметить, что благодаря кредитованию осуществляется следующее: уменьшается время на удовлетворение, как личных, так и общественных потребностей; он выступает, как опора современной экономики; кредиторы, которые предоставляют средства и материальные ценности в займы, имеют возможность получить дополнительные денежные средства.

Цель исследования: теоретически обосновать и подтвердить необходимость предоставления кредитных средств в социально-экономических условиях развития общества, выявить основные принципы, преимущества и недостатки кредита.

Основная часть. В экономической литературе встречается несколько определений кредита. С одной точки зрения, он представляет собой движение ссудного капитала, который предоставляется в займы на условиях возвратности и за плату в виде процента. Также кредит может быть определен как совокупность отношений (экономических или общественных) между субъектами по поводу пользования свободными средствами или перераспределения стоимости на условиях возвратности, срочности, платности и добровольности. Но не следует забывать о законодательной базе. Согласно Закону Украины «О налогообложении предприятий», кредит представляет собой «средства и материальные ценности, которые предоставляются резидентами или нерезидентами в пользование юридическим или физическим лицам на определенный срок и под процент». Следовательно, можно дать следующее обобщающее понятие: кредит – это средства и материальные ценности, которые могут предоставляться резидентами и нерезидентами страны юридическим и физическим лицам на условиях возвратности, платности, срочности и по поводу которых возникают экономические отношения между субъектами кредитования. При этом под субъектами кредитования подразумеваются кредиторы, с одной стороны и заемщики, с другой.

Кредит может осуществляться в двух формах товарной и денежной. Первая выражается в получении товара или услуги с отсрочкой платежа и возникает между продавцами и покупателями. Денежная представляет собой заемный капитал, когда у отдельных участников экономических отношений возникают свободные средства, а у

других потребность в заемных средствах.

Если говорить о видах кредита, то их большое количество. Попробуем выделить основные из них с помощью следующей классификации:

1. По назначению кредиты бывают: на производственные цели (предоставляются юридическим лицам под залог основных и оборотных средств), потребительский (дается физическим лицам). Такое разделение позволяет кредитору определить цель кредита, а также субъект кредитования – должника, что при значительных объемах кредитования весьма уместно.

2. Все активы делят по срокам использования, кредитные операции не являются исключением. По срокам пользования заемными средствами выделяют: краткосрочные (до 1 года), среднесрочные (до 3 лет), долгосрочные (свыше 3 лет) кредиты.

3. По обеспечению: обеспеченные залогом, гарантированные, с другим обеспечением, необеспеченные. Данная градация позволяет выделить из общего количества различных кредитов те, которые взяты под обеспечение (залог, гарантия и др.) и те, которые необеспечены. Это также разрешает определить степень риска, который берет на себя кредитор.

4. По степени риска: стандартные, нестандартные, сомнительные, небезопасные, безнадежные. Разделение кредитов по степени риска устанавливает вероятную возвратность средств и позволяет выявить кредитору необходимо ли в том или ином случае выдавать кредит, и к каким последствиям в итоге это может привести, а также устанавливает подверженность кредитора риску.

5. По методу предоставления: в разовом случае, соответственно открытой кредитной линии, гарантийные (по необходимости с заранее обусловленной датой предоставления). Кредитные средства могут быть по-разному предоставлены в пользование заемщику, что позволяет кредитору иметь индивидуальный подход к каждому клиенту и обслуживать его на максимально желаемых условиях.

6. По срокам погашения: одновременно, на выплату, долгосрочно погашенные, с регрессией платежей, после окончания обусловленного периода. Как и по методу предоставления, кредиты также могут подразделяться по срокам погашения. Но если предыдущая градация имела большее значение для заемщиков средств, то данная скорее необходима кредитору, т. к. одним из принципов кредитования и обеспечения прибыли для последнего является возвратность заемных средств.

7. По субъектам кредитных отношений: коммерческий (предоставляется товаро-производителями друг другу в виде продажи товаров с отсрочкой платежа, оформляется, как правило, векселем), банковский (предоставляется банками, как правило, в денежной форме), государственный (предоставляется юридическими и физическими лицами государству); международный (заемные капиталы одной страны, предоставленные другой на основных условиях кредитования). Данная градация позволяет выявить субъектов кредитования и особенности предоставления заемных средств кредитором.

Необходимо также отметить на каких принципах осуществляется кредитование и что подразумевается под тем или иным принципом. Выделяют следующие основные принципы:

1. Принцип возвратности. Основан на том, что заемные средства кредитор предоставляет заемщику на определенный срок, после чего они будут возвращены обратно. Именно принцип возвратности кредита отличает его от других экономических категорий, а также обеспечивает возобновление кредитных средств.

2. Принцип срочности. Данный принцип предполагает возвращение заемщиком средств кредитору в установленный срок. Если происходит нарушение со стороны заемщика, то кредитор в праве установить штрафные санкции, например в увеличении размера процентов по кредиту и может отказать в повторной выдаче кредита.

3. Принцип платности. Этот принцип гласит о том, что заемщик должен заплатить кредитору определенную сумму за пользование кредитом. Размер процентной ставки за использование заемных средств кредитуемая организация или учреждение устанавливают самостоятельно, в зависимости от кредитных ресурсов, размера затрат на содержание мероприятий по кредитованию, спроса и предложения на кредитном рынке в конкретной области и т. д. Размер процентной ставки должен быть такой, чтобы сумма полученных средств от заемщика покрывала затраты кредитора на привлечение средств, необходимых для предоставления кредита, затраты на ведение дела и обеспечивала бы получение дохода. Заемщик выплачивает сумму по процентам в сроки, которые установлены договором, заключенным с кредитором.

4. Принцип обеспеченности означает предоставление заемщиком документов, которые гарантировали своевременный возврат средств. Такими документами, как упоминалось ранее, могут быть гарантии, залоги, поручительства. Выше было отмечено, что также существуют необеспеченные кредиты, но они предоставляются в Украине крайне редко.

5. Принцип целевого характера кредитования. Кредит не может быть выдан без предоставления со стороны заемщика информации о цели, на которые пойдут заемные средства.

6. Дифференцированный принцип кредита. Данный принцип предполагает, что кредитор имеет индивидуальный подход к запросам каждого реального или потенциального заемщика.

7. Принцип добровольности. Кредитор и заемщик на добровольных началах решают вопросы: первый о предоставлении заемных средств в пользование заемщику, а второй о необходимости взятия средств у кредитора.

Что касается плюсов и минусов кредита, то преимуществами кредита можно назвать то, что благодаря ему происходит более быстрое удовлетворение и личных, и общехозяйственных потребностей, он является основным элементом экономического развития и стабилизатором экономики, он дает возможность получить дополнительные денежные средства кредиторам. Основным недостатком кредитования является то, что кредитные операции, особенно при безналичных расчетах, влияют на увеличение или уменьшение денежной массы.

Выводы. С бурным развитием хозяйственных отношений выделяют множество градаций кредитов по различным критериям (по субъектам кредитования, по срокам погашения, по назначению, по методу предоставления и т. п.), но при этом все виды кредитов реализуются на основе выше перечисленных принципов предоставления заемных средств. Кредитование имеет ряд преимуществ и недостатков, на которых оно осуществляется, но при этом его плюсы более значимы для социально-экономического развития общества и поэтому являются основой для существования кредитных отношений. Следовательно, необходимость предоставления кредитов в социально-экономических условиях обусловлена тем, что данные операции ускоряют воспроизводство, как в социальной, так и экономической сферах и позволяют максимально эффективно распределять временно свободные средства между участниками рыночных отношений.

Библиографический список

1. Орлюк О. П. Банківське право: Навч. посібник. – К.: Юрінком Інтер, 2006. – 392 с.
2. Гроші, банки та кредит: у схемах і коментаріях: Навч. посібник/ За ред. Б.Л.Луціва. – 2-ге видання, пероб. – Тернопіль: Карт-бланш, 2000. – 225с.
3. Демківський А. В. Гроші та кредит. – К.: Дакор., К.: Вира-Р., 2003. – 528с.
4. Ярослав Остапчук Уніфікація правового та економічного визначення кредиту // Економіст. – 2008. - №3. - с.42-46.

ДЕНИСЕНКО О.В., ст.гр. МО-046

Наук. керів.: Гришина Ю.В., ас.

Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу

«Донецький національний технічний університет»,

м. Горлівка

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ МЕТОДІВ ОЦІНКИ РИЗИКІВ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ

Рассмотрены основные методы оценки рисков в сфере потребительского кредитования, предложен оптимальный метод оценки и регулирования степени кредитных рисков, позволяющий минимизировать их в процессе кредитования.

Актуальність. Останнім часом в Україні спостерігається певний бум банківського споживчого кредитування. Причому відбувається зростання не лише абсолютних величин кредитів, наданих банками фізичним особам, а й питомої ваги споживчих кредитів у загальній сумі банківських кредитів. Це підкреслює важливість розробки методик оцінки кредитоспроможності фізичних осіб і ризику банків при наданні споживчих кредитів. Актуальність цієї проблеми посилюється також потребою диференціації цінових умов при наданні споживчих кредитів залежно від ступеня її ризикованості.

Мета дослідження: аналіз наведених методів оцінки ризику та обґрунтування найбільш оптимального методу оцінки щодо зниження ризику при наданні споживчого кредиту.

Основна частина. Основним видом діяльності банку є кредитна, яка забезпечує приблизно 50% доходності всіх активів, і як правило, висока доходність зумовлюється високим ризиком. Одним з основних видів ризику є кредитний ризик. Важливим етапом при кредитуванні є оцінка ризику невиклати, адже, якщо не правильно оцінити кредитоспроможність клієнта банк може понести значні збитки. Тому існує декілька методів оцінки ризиків при видачі кредиту, такі як:

1. метод експертних оцінок ризику;
2. нормативний метод оцінки ризику;
3. метод дерева рішень;
4. скоринг.

Найпопулярнішим і найпростішим методом оцінки ризику є метод експертної оцінки ризику, який ґрунтується на ідеї обговорення проблеми кількома особами, які вважаються спеціалістами у цьому питанні. Проблема, яка виникає при цьому, полягає в тому, що в результаті прийняття рішення ймовірність правильної оцінки знижується. Парадоксальність цього явища впливає з самого процесу обговорення. У переважній більшості випадків погляд експертів-аналітиків відрізняється від погляду практиків. Ця розбіжність може бути формалізована через так званий коефіцієнт розбіжності. Задавши цьому коефіцієнту декілька практичних значень, можна одержати ряд можливих ймовірностей розробки точної оцінки. Загалом спостереження за процесом експертної оцінки економічних явищ дають змогу зробити такі висновки:

- експертна оцінка та експертний прогноз у будь-якій галузі – особлива сфера людської діяльності, яка вимагає використання спеціальних методів;
- експертний метод оцінки економічних явищ і процесів так чи інакше пов'язаний з усередненням думок фахівців;
- найсуттєвіша причина неточності експертних оцінок полягає у системному характері явищ, які відбуваються у світі (в тому числі динаміки фінансових ринків). Експерти, які є фахівцями у вузькій галузі, висловлюються з точки зору імовірного

підходу, що побудований на принципі незалежності подій [4].

Нормативний метод оцінки ризику дає змогу визначити ступінь ризику з максимальною точністю: порівняння з нормативом відбувається за шкалою «низький ризик», «нормальний ризик», «високий ризик». Отже, цей метод не дає можливості врахування всіх нюансів конкретної ситуації.

На врахування індивідуальності конкретної ситуації, де вибір рішення пов'язаний із ризиком, більше спрямований рейтинговий метод оцінки. Головна його перевага – можливість добору коефіцієнтів, виходячи з конкретної мети аналізу. Отже, система рейтингової оцінки складається з таких елементів: системи оціночних коефіцієнтів; шкали ваги цих коефіцієнтів (якщо у ній є необхідність); шкали оцінки значень одержаних показників; формули розрахунку остаточного рейтингу.

Дерево рішень – це ще одна модель оцінки. Його завданням є застосування алгоритмів, що вирішують завдання класифікації. Завдання класифікації – це завдання віднесення якого-небудь об'єкта (Потенційний позичальник) до одного із заздалегідь відомих класів (Давати/Не давати кредит). Такого роду завдання з більшим успіхом вирішуються одним із методів Data Mining – за допомогою дерева рішень [3]. Приклад дерева рішень наведений на рисунку 1.

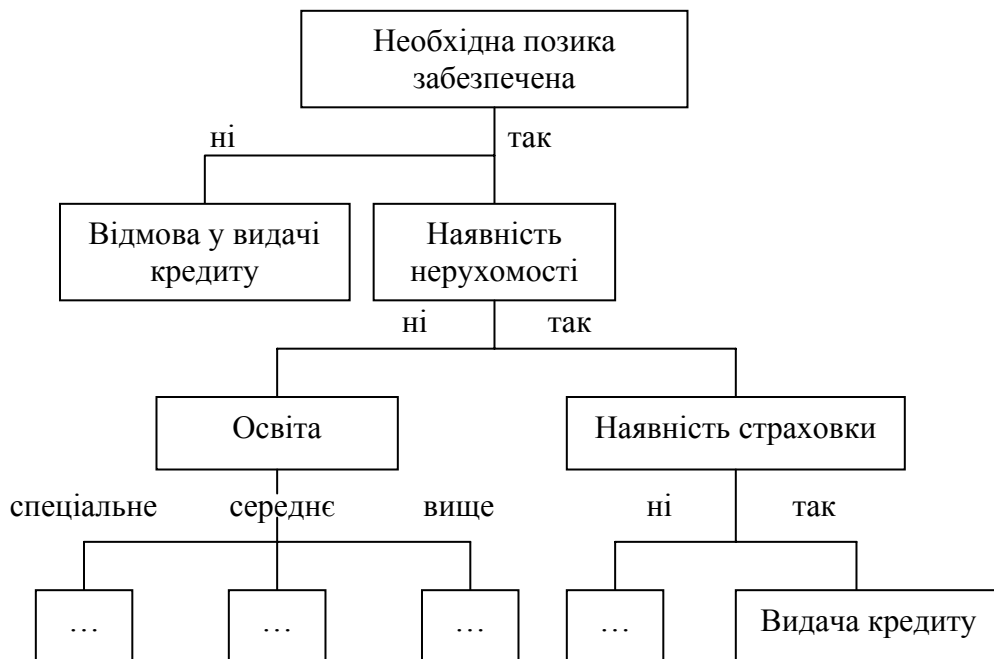


Рисунок 1 - Приклад дерева рішень

Сутність цього методу полягає в наступному:

На основі даних за минулі періоди будується дерево. При цьому клас кожної із ситуацій, на основі яких будується дерево, заздалегідь відомий. У нашому випадку повинне бути відомо, чи була повернута основна сума боргу й відсотки, і чи не було прострочень по платежах. При побудові дерева всі відомі ситуації навчальної вибірки спочатку попадають у верхній вузол, а потім розподіляються по вузлах, які, у свою чергу, також можуть бути розбиті на дочірні вузли. Критерій розбивки – це різні значення якого-небудь вхідного фактору. Для визначення поля, по якому буде відбуватися розбивка, використовується показник, називаний ентропія – міра невизначеності. Вибирається те поле, при розбивці по якому усувається більше

невизначеності. Невизначеність тим вище, чим більше домішок (об'єктів, що ставляться до різних класів) перебувають в одному вузлі. Ентропія дорівнює нулю, якщо у вузлі будуть перебувати об'єкти, що ставляться до одного класу.

Отриману модель використовують при визначенні класу (давати / не давати кредит) знову виниклих ситуацій (Надійшла заявка на одержання кредиту).

При істотній зміні поточної ситуації на ринку дерево можна перешикувати, тобто адаптувати до існуючої обстановки [5].

У той час у зарубіжній банківській практиці найбільш поширеним методом оцінки ризиків споживчого кредитування є скоринг. Скоринг – це математична або статистична модель у вигляді зваженої суми певних характеристик, за допомогою якої на основі минулого досвіду банк намагається з'ясувати ймовірність того, що конкретний позичальник не поверне вчасно кредит. Основним принципом при побудові скоринг-систем є припущення, що майбутні клієнти комерційного банку будуть вести себе так, як існуючі клієнти. Score – інтегральний показник, який характеризує ступінь кредитоспроможності позичальника. Інтегральний показник кожного клієнта порівнюють з певним критеріальним значенням. Позичальникам з інтегральним показником, вищим за критеріальне значення, видається кредит, а позичальникам із показником, нижчим від критеріального значення – ні. Основна проблема при побудові скоринг-системи полягає у визначенні того, які характеристики необхідно включати в модель і які вагові коефіцієнти мають їм відповідати. У ній враховуються такі характеристики клієнта: вік, стать, строк проживання в даній місцевості, професія, трудовий стаж, наявність банківських рахунків, володіння нерухомістю, наявність полісу страхування життя.

Система скорингу пройшла довгий шлях свого становлення та розвитку. На сьогодні вже існує велика кількість видів скорингу. До найпоширеніших видів скорингу, які можливо застосовуються в Україні, належать такі: фродовий скоринг; експертний скоринг; поведінковий скоринг; аплікаційний скоринг; статистичний скоринг.

Звернемо більш детальну увагу на кожен з перерахованих вище видів скорингу.

Фродовий скоринг – система, спрямована на боротьбу з клієнтами комерційного банку, які не повертають кредит. Експертний скоринг – система, яка була побудована експертним шляхом для більш якісного оцінювання клієнтів до прийняття рішення. Поведінковий скоринг – система, розрахована на оцінювання подальшої поведінки вже існуючих клієнтів. Аплікаційний скоринг – система, розрахована на оцінювання клієнтів під час заповнення анкет. Статистичний скоринг – скоринг, який можна побудувати лише за умови наявності значного масиву даних з метою отримання прогнозів на майбутнє. Перераховані вище види скорингу не є вичерпними.

Моделей скорингу безліч, у кожній використовується свій набір чинників, що характеризують ризик, пов'язаний із кредитуванням позичальника, який отримує в результаті граничну оцінку (бал), що дозволяє визначити «поганих» і «добрих» позичальників. Зміст скорингу полягає в тому, що кожному пошукачеві кредиту приписується власна лише йому оцінка кредитного ризику. Порівняння значення скорингу, отриманого по конкретному позичальнику, із специфічною для кожної моделі скорингу порогової оцінки допомагає вирішити найскладнішу проблему вибору при видачі кредиту, тим кому можна видавати кредит, і тим кому заборонено видавати кредит [1].

Складність у тім, які характеристики-ознаки варто включати в модель і які вагові коефіцієнти повинні їм відповідати. Філософія скорингу укладається не в пошуку пояснень, чому ця людина не платить. Скоринг використовує характеристики, які найбільше тісно пов'язані з ненадійністю клієнта. Невідомо, чи поверне даний

позичальник кредит, але відомо, що в минулому люди цього віку, цієї професії, з таким рівнем утворення й числом утриманців кредит не повертали (або повертали) [6].

Для оцінки кредитного ризику проводиться аналіз кредитоспроможності позичальника, під якою розуміється його здатність повністю й у строк розрахуватися по своїх боргових зобов'язаннях. Відповідно до такого визначення основне завдання скорингу укладається не тільки в тім, щоб з'ясувати, у стані клієнт виплатити кредит чи ні, але й у ступені надійності й обов'язковості клієнта.

Треба зауважити, що залучення банками для оцінки кредитоспроможності кваліфікованих фахівців має кілька недоліків: по-перше, їхня думка все-таки суб'єктивна; по-друге, люди не можуть оперативно обробляти великі обсяги інформації; по-третє, оплата гарних фахівців вимагає значних видатків. Тому банки усе більше цікавляться такими системами оцінки ризику, які дозволили б мінімізувати участь експертів і вплив людського фактору на прийняття рішень.

У той же час переваги скорингової системи свідчать про її ефективність і оптимальність в сучасних умовах. Це: пониження рівня неповернення кредитів; швидкість розгляду кредитних заявок; можливість ефективного управління кредитним портфелем; відсутність необхідності довгострокового процесу навчання персоналу. Отже, скоринг є одним з найуспішніших прикладів процесу використання математичних і статистичних методів у бізнесі [1].

Висновки. Отже, розробка процесу оптимізації управління споживчим кредитуванням показала, що усі проаналізовані методи оцінки ризику спрощують процедуру вивчення потенційних позичальників споживчих кредитів. Комерційний банк може застосовувати кожний з цих методів, але при аналізі та порівнянні їх між собою виявлено, що одним з найкращих і перспективних методів оцінки ризиків та кредитоспроможності клієнтів є скоринговий метод. На даний момент складається сприятлива ситуація для повноцінної роботи кредитних установ зі скоринговими рішеннями, оскільки на сьогодні технологічний рівень забезпечення кредитних організацій достатньо високий і це вже не є перешкодою для впровадження скорингових систем, так як це було 4-5 років тому. В Україні впровадження скоринга уповільнюється не стільки об'єктивними, скільки суб'єктивними причинами, пов'язаними з недовірливим ставленням банківських менеджерів до математичних та статистичних методів. Не так вже багато потрібно для того, щоб почати ефективно аналізувати своїх клієнтів – кредитна історія минулих років та статистичний пакет, – а віддача буде колосальною.

Бібліографічний перелік

1. **Кириченко О., Патерікіна Л.** Банківське кредитування споживчого ринку: проблеми розвитку // Актуальні проблеми економіки, 2008. - №7. - С. 182-197.
2. **Машина Н.І.** Економічний ризик і методи його вимірювання: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2003, 188 с.
3. **Соложенцев Е. Д.** Сценарное логико-вероятностное управление риском в бизнесе и технике. Изд. 2-е. – СПб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2006. – 530 с.
4. **Ястремський О.І.** Основи теорії економічного ризику: Навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. – К.: «АртЕк», 1997. – 248 с.
5. **Ястремський О.І.** Моделювання економічного ризику. – К.: Либідь, 1992. – 176 с.
6. <http://www.solvency.boom.ru/> – Інтернет-ресурс.

ЧИКАЛОВА Ю.А., ст. гр. МО-04а

Науч. керівник.: Усова А.В., ас.

Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу

«Донецький національний технічний університет»,

м. Горлівка

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ ДОНЕЦЬКОГО РЕГІОНУ

Рассмотрено состояние машиностроительной отрасли в современных условиях, проанализировано финансовое состояние предприятий данной отрасли в Донецкой области, представлены результаты исследования.

Актуальність. В сучасних умовах винятково важливу роль в економічному розвитку промисловості України відіграє галузь машинобудування, оскільки більше 50% українського експорту припадає саме на продукцію машинобудування. Але у зв'язку з економічною кризою, на даний момент більшість машинобудівних підприємств, які мали унікальні технології, значну матеріально-технічну базу, стали не лише неконкурентоспроможними, а й втратили свій стабільний фінансовий стан. Тому в час всесвітньої економічної кризи набуває актуальності аналіз фінансового стану підприємств машинобудівної галузі. Для нестійкого в економічному плані машинобудівного підприємства актуальною є задача поновлення чи первинного встановлення фінансової стабільності.

Дослідженням різних аспектів фінансового стану промислових підприємств займалися багато вітчизняних вчених-економістів, зокрема М. С. Вороніна, В. І. В'юн, В. І. Довгалюк, І. В. Зятковський, В. О. Паламарчук, А. М. Поддєрьогін, Г. І. Філіна та інші. Однак, ще багато аспектів цієї проблеми залишаються не вирішеними [1].

Мета дослідження: теоретичне обґрунтування та аналіз фінансового стану підприємств машинобудівної галузі, перспективи розвитку вітчизняного машинобудівного комплексу в сучасних умовах.

Основна частина. Фінансовий стан підприємства – це сукупність показників, що відображають його здатність погасити свої боргові зобов'язання. Фінансова діяльність охоплює процеси формування, руху і забезпечення збереження майна підприємства, контролю за його використанням. Фінансовий стан є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства і тому визначається сукупністю виробничо-господарських чинників.

Показники фінансового стану підприємства: аналіз ліквідності та платоспроможності (коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт швидкої ліквідності, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт покриття, коефіцієнт маневреності власного оборотного капіталу), аналіз оборотності активів (тривалість одного обороту в днях, коефіцієнт оборотності коштів та завантаження коштів в обороті), аналіз показників ділової активності (продуктивність праці, фондовіддача основних фондів, фондоємність, фондоозброєність), аналіз фінансової стійкості (коефіцієнт автономії, коефіцієнт фінансової залежності, коефіцієнт маневреності власних коштів, коефіцієнт реальної вартості основних коштів у майні підприємства), рентабельність капіталу та продажів.

Основними задачами аналізу фінансового стану промислового підприємства є:

- оцінка динаміки складу і структури активів, їх стан і рух;
- оцінка динаміки складу і структури джерел власного і позикового капіталу, їх стан і рух;
- аналіз абсолютних і відносних показників стійкості підприємства і оцінка зміни

її рівня;

- аналіз платоспроможності підприємства і ліквідності активів його балансу[1].

Галузеві особливості господарської діяльності підприємства визначають структуру активів підприємства, їхню ліквідність. Підприємства з високим рівнем фондомісткості виробництва продукції через високу частку необоротних активів мають зазвичай низький кредитний рейтинг і вимушені орієнтуватися при формуванні капіталу на власні джерела його залучення. Крім того, характер галузевих особливостей визначає різну тривалість операційного циклу. Чим менший період операційного циклу, тим більше може бути використаний позиковий капітал, який залучається з різних джерел.

Багатогалузовий машинобудівний комплекс – потужний сектор промисловості України, який об'єднує 11267 підприємств (146 – великих, 1834 – середніх і 9287 – малих) з виробництва різноманітних машин і устаткування, приладів і апаратури, різних видів транспортних засобів тощо. Приріст виробництва в галузі машинобудування, який спостерігався в 2007-2008 рр. забезпечив збільшення питомої ваги галузі у загальних обсягах промисловості України на 0,3% порівняно з відповідним минулим періодом, але зараз в умовах кризи він є від'ємною величиною.

У машинобудуванні зосереджено понад 15% вартості основних засобів і майже 6% оборотних активів вітчизняної промисловості та понад 22% кількості найманих працівників. Частка галузі в загальному обсязі продукції (робіт, послуг) промисловості становить 13,4%, у валовій доданій вартості промисловості – 15,6%.

За даними Державного комітету статистики України станом на 12 жовтня 2007 року у першому півріччі 2007 року у машинобудуванні відбулося нарощування обсягів продукції порівняно із січнем – вереснем 2006 року. Так, підприємства виробництва автомобільного транспорту збільшили обсяги на 56,2%, машини для добувної промисловості і будівництва – на 38,8%, у залізничному машинобудуванні - на 29,3%.

У зв'язку з кризовим становищем у 2008 році показники по машинобудівній галузі значно погіршились. Якщо у першому півріччі 2007 року відбувалось нарощування обсягів продукції, то у другому півріччі 2008 року відмічається тенденція до спаду. Так, у 2007 році за межі України було реалізовано 42% продукції машинобудування, то у 2008 році цей показник знизився до 34% в залежності від загального обсягу промислового експорту [3].

Аналіз умов економічної діяльності підприємств машинобудівного комплексу поданий двома підрозділами. До першого підрозділу входять: ВАТ «Горлівський машинобудівний завод» та ЗАТ «ГМЗ», ВАТ «Новгородівський машинобудівний завод», ВАТ «Новогорлівський машинобудівний завод».

Ця група підприємств характеризується серійним випуском основної номенклатури виробів: ЗАТ "Горлівський машинобудівний завод": очисні комбайни, стругові установки, комбайнові лебідки; ВАТ "Новогорлівський машинобудівний завод": устаткування механізації поверхні шахти, бурові установки; ВАТ "Новгородівський машинобудівний завод": насосні станції.

Другий підрозділ підприємств Центрального району Донбасу складають: ВАТ «ГМЗ», ВАТ Горлівський завод "Реммаш", Дзержинський ремонтно-механічний завод, ВО "Орджонікідзевугілля".

Аналіз основних умов виробничої і фінансової діяльності підприємств машинобудівного та ремонтного комплексу показав, що на всіх заводах кредиторська заборгованість перевищує дебіторську, а саме:

ВАТ "Горлівський машинобудівний завод" - у 1,8 рази; ВАТ "Новгородівський машинобудівний завод" - у 1,9 рази; ВАТ "Новогорлівський машинобудівний завод" - у 1,75 рази; ВАТ Горлівський завод "Реммаш" - у 2,7 рази; Дзержинський ремонтно-

механічний завод - у 1,4 рази.

Усі заводи мають заборгованість із заробітної плати, яка складає від 586,2 тис.грн. до 4086 тис.грн.

Завантаження верстатного парку заводів знаходиться у межах 28-48 % [2].

Узагальнена оцінка фактичних даних з кредиторської та дебіторської заборгованостей, а головне з завантаження верстатного парку, свідчить про те, що всі заводи машинобудівного комплексу ЦРД мають дуже високий організаційно-технічний потенціал, який потребує завантаженості.

Підприємства машинобудування, здійснюючи фінансову діяльність, повинні враховувати не тільки власні стратегічні та поточні цілі, але й техніко – економічні чинники та тенденції, характерні для даної галузі. Нормальне функціонування машинобудування залежить від загального стану економіки, її розвитку як цілісної системи державними мірами макроекономічного характеру, що стимулюють інвестиційну діяльність і ділову активність [1].

Висновки. Результати досліджень показують, що на машинобудівних підприємствах Донецького регіону маються значні резерви забезпечення конкурентоспроможності продукції, зв'язані з реалізацією організаційно-технічних факторів, але вони важко реалізуються в умовах фінансової кризи. Основними передумовами для фінансового розвитку машинобудівних підприємств є в тому числі наступні:

- прискорення переходу від створення окремих машин і устаткування до проектування, виробництва і комплексного постачання систем машин в агрегатно-модульному виконанні;
- підвищення до оптимальних розмірів одиничної потужності ряду виробів;
- доведення рівня можливості і ремонтпридатності техніки до рівня світових стандартів;
- значне зниження матеріало-, енерго- і трудомісткості продукції, що випускається;
- підвищення експлуатаційних характеристик машин у розрахунку на одиницю робочої маси;
- підвищення рівня оснащення машин і устаткування убудованою мікро-процесорною технікою, що забезпечує оптимальний режим роботи машини;
- поліпшення ергономічних характеристик техніки, що забезпечують простоту роботи й обслуговування, комфортні умови для працюючих;
- максимальна пристосованість техніки до конкретних умов її експлуатації та вимог споживачів.

Всі ці заходи потребують додаткового фінансування та державної підтримки, що в умовах фінансової кризи є проблемою для підприємств. Пошук додаткових джерел фінансування для машинобудівних підприємств є основною задачею, реалізація якої дозволить стабілізувати фінансовий стан та підвищити конкурентоспроможність на рівні продукції та підприємства.

Бібліографічний список:

1. Гривківська О.В., Прокопєць О.В. Особливості управління фінансовою діяльністю підприємств машинобудування // Актуальні проблеми економіки. – 2008. - №8. – С.91-96.
2. Захаров П.О, Ханін О.Г. Оптиміальне управління економічним процесом на підставі перехідної динамічної характеристики // Актуальні проблеми економіки. – 2008. - №7. – С. 212-218.
3. www.smida.ua

ЛІХАЧОВА М.П., ст.гр. МО-046

Науч. руков.: Губанова М.Г., ст. вик.

Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу

«Донецький національний технічний університет»,

м. Горлівка

ОСОБЛИВОСТІ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Рассмотрены особенности кадровой политики в условиях экономического развития. Приведены рекомендации по усовершенствованию кадровой политики на предприятиях.

Актуальність. Сучасний етап політичного і економічного розвитку не може обійтися без енергійних, творчо мислячих керівників, що вміють аналізувати ситуацію, чітко формувати цілі та виявляти альтернативи, володіти методами їх об'єктивної оцінки, брати на себе відповідальність в складних ситуаціях.

На будь-якому, особливо переломному етапі функціонування суспільства одним із найважливіших факторів його розвитку та прогресивного поступу була і залишається кадрова політика, яка визначає основний зміст і характер усіх видів соціального управління в державі і на підприємстві.

Розробка, прийняття і реалізація державної кадрової політики у сучасній Україні обумовлені необхідністю суттєвої активізації та підвищення ефективності здійснення соціально-економічних, політичних і інших реформ Українського суспільства, значного вдосконалення механізму його управління. [1]

Управління персоналом набуває все більш важливе значення як фактор підвищення конкурентної спроможності, довгострокового розвитку підприємства.

Ціль дослідження: теоретичне обґрунтування і аналіз кадрової політики на етапі політичного і економічного розвитку. Розгляд основних напрямків діяльності кадрових служб на підприємствах та надання програми по вдосконаленню кадрової політики.

Основна частина. Вироблення кадрової політики в умовах ринкової економіки передбачає, перш за все, підходити до роботи з кадрами, розглядаючи її в нерозривному зв'язку з сутністю проблем, що вирішуються на даному етапі, підбираючи кадри у відповідності з новими задачами. Вирішальним критерієм при підборі і оцінці кадрів, перш за все керівних кадрів, є їх відношення до роботи в умовах ринку, причому відношення не на словах, а на ділі. Особливе значення має висунення і підтримка людей ініціативних, мислячих, енергійних, які можуть і бажають на практиці активно просувати в життя курс на розвиток підприємства в умовах ринкової економіки.

На сучасному етапі особлива увага приділяється використанню людського фактору, підвищенню якості і творчої віддачі інтелектуального, кадрового потенціалу, покращенню підготовки і використання спеціалістів.

Робота з кадрами – одна із складових частин управлінської роботи по керівництву даним підприємством. Вона, як і вся робота керівника, вимагає передусім плановірності та обдуманості дій, уміння протиставити калейдоскопу справ, які щоденно оточують нас, твердий, попередньо підготовлений план. [3]

Планування роботи з кадрами відбиває основні аспекти управління кадрами: виробничо-економічний, політичний, соціальний, психологічний, адміністративно-правовий.

Політичний аспект управління кадрами – це максимум демократизму, при якому людина відчувала би себе хазяїном і творцем, це налаштування кадрів на роботу,

необхідність революційних перетворень в умовах ринкової економіки.

Соціальний аспект управління кадрами направлений на активізацію участі у виробництві, на покращення умов, що впливають на процеси праці (житлових, культурно-побутових, охорони здоров'я, підвищення рівня освіти та кваліфікації і т.д.).

Психологічний аспект управління кадрами відображає дію на кожну окрему особистість з урахуванням її психологічних і психофізіологічних якостей, інтересів, можливостей з метою стимулювання високої продуктивності і якості праці.

Адміністративно-правовий аспект управління кадрами направлений на вирішення задач координування діяльності робітників в процесі вирішення визначеної виробничої задачі, розстановки кадрів по робочих місцях з врахуванням їх професійного і кваліфікаційного рівня.

Виробничо-економічний аспект управління кадрами безпосередньо зв'язаний з організацією і стимулюванням праці в нових умовах господарювання. Він вирішує задачу ефективності виробництва за рахунок найбільш повного задоволення економічних інтересів трудових колективів. Поряд з іншими аспектами управління кадрами виробничо-економічний направлений на встановлення повної відповідності між цілями і задачами виробництва – з однієї сторони, інтересами працівників – з іншої сторони.

Отже, кадрова політика направлена на формування такої системи роботи з кадрами, яка б орієнтувалась на одержання не тільки економічного, але й соціального ефекту, при умові діючого законодавства, нормативних актів і урядових рішень. [2]

В даний час основними напрямками діяльності кадрових служб на підприємствах є:

1. забезпечення комплексного вирішення завдань якісного формування й ефективного використання кадрового потенціалу на основі управління всіма компонентами людського фактора: від трудової підготовки і профорієнтації молоді до піклування про ветеранів праці;

2. широке впровадження активних методів пошуку і цілеспрямованої підготовки потрібних підприємству і галузі працівників. Основною формою залучення працівників повинні стати договори з навчальними закладами. Актуальною є випереджаюча підготовка робітників і спеціалістів для освоєння нової техніки і технології в галузях народного господарства, що вимагає від кадрових служб удосконалення планування підготовки кадрів;

3. планомірна робота з управлінським персоналом, з резервом для заміщення, висунення, яке повинно ґрунтуватися на таких організаційних формах, як планування ділової кар'єри, підготовка кандидатів на заміщення посад за індивідуальними планами, ротацій переміщення керівників і спеціалістів, навчання на спеціальних курсах і стажування на відповідних посадах;

4. активізація діяльності по стабілізації трудових колективів, підвищення трудової і соціальної активності працівників на основі удосконалення соціально-культурних і морально-психологічних стимулів;

5. забезпечення соціальних гарантій у сфері зайнятості, що вимагає від працівників кадрової служби дотримання порядку працевлаштування і перенавчання працівників, які вивільняються, надання їм встановлених пільг і компенсацій;

6. перехід від адміністративно-командних методів управління кадрами до демократичних форм оцінки, підбору та їх розміщення, широкої гласності в кадровій роботі.

7. освоєння науково-методичного забезпечення кадрової роботи і матеріально-технічної та інформаційної бази. Доцільно використовувати типову програму „АСУ–кадри”. [1].

В результаті дослідження сучасних аспектів та напрямків кадрової роботи на

підприємствах були виявлені їх позитивні якості та недоліки для підприємства. На основі цього розроблена програма по вдосконаленню кадрової політики, яка складається з таких заходів:

1. реорганізація відділу кадрів і створення нової служби управління персоналом. Тобто потрібно змінити структуру відділу кадрів і поєднати в одній службі такі відділи, як відділ кадрів, відділ організації праці та заробітної плати, відділ охорони праці та техніки безпеки, відділ підготовки кадрів, соціологічні, соціопсихологічні та психофізіологічні підрозділи.

2. введення нових функцій, які повинна виконувати служба управління персоналом у напрямках своєї роботи. Це – проведення роботи по формуванню оптимального управлінського апарату, проведення контролінгу персоналу, проведення кадрового маркетингу, кадрового моніторингу та кадрового консалтингу;

3. укомплектування служби управління якісним персоналом, спеціалістами, здатними успішно вирішувати широкий спектр питань діяльності підприємства;

4. оновлення нормативно-правових документів, які регламентують діяльність як відділу кадрів, так і працівників цього відділу;

5. переведення роботи з кадрами на сучасну інформаційно-технічну базу;

6. проведення планомірної роботи з управлінським персоналом та резервом для заміщення і висунення.

Саме ці пропозиції допоможуть досягти великих результатів та раціоналізації кадрової роботи та кадрової політики.

Висновки. Таким чином, вироблення кадрової політики в умовах ринкової економіки передбачає, перш за все, підходити до роботи з кадрами, розглядаючи її в нерозривному зв'язку з сутністю проблем, що вирішуються на даному етапі, підбираючи кадри у відповідності з новими задачами. Вирішальним критерієм при підборі і оцінці кадрів, перш за все керівних кадрів, є їх відношення до роботи в умовах ринку, причому відношення не на словах, а на ділі. Особливе значення має висунення і підтримка людей ініціативних, мислячих, енергійних, які можуть і бажають на практиці активно просувати в життя курс на розвиток підприємства в умовах ринкової економіки.

Отже, на сучасному етапі особлива увага приділяється використанню людського фактору, підвищенню якості і творчої віддачі інтелектуального, кадрового потенціалу, покращенню підготовки і використання спеціалістів.

Більшість спеціалістів формулюють сучасну концепцію управління людськими ресурсами достатньо широко, підкреслюючи й відмінності за критеріями оцінки ефективності (більш повне використання потенціалу співробітників, а не мінімізація витрат); за ознакою контролю (самоконтроль, а не зовнішній контроль); по переважній формі організації (органічна, гнучка форма організації, а не централізована бюрократична) і т.п. При цьому ними відмічається наявність тенденції до підвищення ролі аналітичних функцій кадрових служб, особливо в останні два десятиліття. Характерна риса в організації роботи з персоналом в рамках нової концепції – намагання кадрових служб до інтеграції всіх аспектів роботи з людськими ресурсами, всіх стадій їх життєвого циклу з моменту найму до виплати пенсійної винагороди.

Бібліографічний список

1. Концепція державної кадрової політики в сучасній Україні // Персонал, 2002. - №10. - с.40-43.

2. **Крушильніцька О.В., Мельничук Д.П.** Управління персоналом: Навч.посібник. – Кондер, 2003. – 296 с.

3. **Кибанов А.Я.** Основи управления персоналом: Учебник.- М.:ИНФРА – М, 2002.- 304 с.

МОГДАЛЬОВА Н.В., ст. гр. МО 056

Наук. керівн.: Руднева О.Ю., ас.

Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу

“Донецький національний технічний університет”,

м. Горлівка

ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ПЛАНУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙ

Проанализированы существующие формы представления инвестиционных проектов, определены сферы их применения, разработаны рекомендации по использованию сетевого моделирования при разработке оперативного инвестиционного плана.

Актуальність. Ринкові форми господарювання пред'являють нові вимоги до управління інвестиційною діяльністю підприємств, у процесі якої кожна організація повинна чітко уявляти потребу на перспективу у фінансових, матеріальних, трудових, інтелектуальних ресурсах, джерела їх отримання, а також уміти точно розрахувати ефективність використання ресурсів у процесі роботи. При цьому, зважаючи на обмеженість інвестиційних ресурсів в Україні, у найближчий час вирішальною повинна стати політика не стільки активізації інвестиційної діяльності, скільки підвищення її ефективності шляхом удосконалення структури і механізмів реалізації інвестицій на мікрорівні.

Однією з класичних функцій управління є планування. Для формування ефективного механізму планування інвестицій необхідно володіти знаннями про особливості, яких набуває планування інвестицій в умовах ринку, вивчати і застосовувати нові види і форми планування, узгоджувати проблеми, які виникають у сферах стратегічного і оперативного планування. При розробці планів необхідно поряд з традиційними техніко-економічними обґрунтуваннями використовувати сучасні методики бізнес-планування, бюджетування, спеціальні економіко-математичні методи і теорії математичного моделювання, які дозволяють оптимізувати інвестиційний процес і використовувати можливості обчислювальної техніки.

Різні аспекти управління інвестиціями досліджують у своїх роботах багато науковців, серед яких Хобта В., Гончаров В., Шапіро В., Ігошин Н., Книш М., Ю. Вебер. Процесу планування в цьому розрізі завжди приділяється значна увага, що підтверджує актуальність обраного напрямку дослідження.

Ціль дослідження: Враховуючи різнобічні аспекти процесу планування інвестиційної діяльності підприємств в умовах ринкових відносин (зменшення сфери регульованості факторів і умов, що впливають на результативність інвестиційної діяльності підприємств; безперервність планування; підвищення складності виконуваних розрахунків; підвищення гнучкості планування; забезпечення оптимальності прийнятих рішень) доцільним буде дослідження існуючих форм планування інвестицій, вивчення недоліків і переваг того чи іншого виду представлення інвестиційних проектів, сфери їх застосування та можливості оптимізації.

Основна частина: Інвестиційний проект, представлений як система організаційно-правових і розрахунково-фінансових документів, необхідних для здійснення інвестиційного задуму, може бути виконаний у виді рекламного проспекту, що відображає цей задум, техніко-економічного обґрунтування (ТЕО), бізнес-плану, бюджету. Підготовка і використання цих можливих форм зв'язана з різною глибиною пророблення інвестицій. Вони призначені для окремих етапів ухвалення рішення й охоплюють передінвестиційну, інвестиційну й експлуатаційну фази здійснення проекту.

Для передінвестиційної фази характерне складання документа у виді техніко-економічного обґрунтування інвестицій, що є основою (технічної, економічної, комерційної інформації) для ухвалення рішення про інвестування проекту. У ньому необхідна присутність аналізу всіх компонентів проекту і результатів його здійснення. Аналіз повинний охоплювати альтернативні рішення проекту і можливі умови його реалізації. Якщо отримані дані свідчать о нежиттєздатності проекту, то варто зробити коректування деяких параметрів для того, щоб знайти і використовувати існуючі можливості підвищення рентабельності проекту. При повторному одержанні негативної відповіді необхідно обґрунтувати нерентабельність інвестиції.

Для ухвалення обґрунтованого рішення з інвестування складається бізнес-план, який є спеціальним інструментом планування, який широко використовується практично у всіх галузях сучасної ринкової економіки незалежно від масштабів і сфери діяльності підприємства, форми власності.

Задача бізнес-плану – дати цілісну системну оцінку перспектив інвестиційного проекту. З цього погляду він виступає як форма представлення результатів попереднього техніко-економічного обґрунтування середніх і великих проектів. Стосовно до дрібних промислових і інших проектів він може бути документом, що представляє результати повного дослідження інвестиційного проекту.

У залежності від спрямованості і масштабів задуманої справи обсяг робіт із складання бізнес-плану може змінюватися в досить великому діапазоні, тобто ступінь деталізації його може бути різним. В одному випадку бізнес-план вимагає менш об'ємного пророблення, частина розділів може бути взагалі відсутньою. В іншому – бізнес-план має бути розроблений в повному обсязі, для цього необхідно проводити трудомісткі і складні дослідження. Структура бізнес-плану органічно впливає з його призначення як документа, у якому за визначеною схемою систематизовані результати передінвестиційних досліджень. У ньому описуються організаційна форма підприємства, продукція і послуги, що планується надати, передбачуване чи фактичне місце розташування підприємства, план управління і контролю, необхідна кількість персоналу і можливий ризик.

Для розробки бізнес-плану необхідно зібрати і проаналізувати інформацію про обсяг виробництва, потенційний попит, виробничі і фінансові потреби підприємства, що дозволяє розглянути кілька альтернативних варіантів реалізації інвестиційного проекту, що збільшує надійність успішного досягнення основної мети проекту і його привабливість для можливих інвесторів.

Серед інструментів планування слід зазначити бюджети. Якщо план формулює цілі підприємства і міри, необхідні для їхньої реалізації, то бюджет – це кількісне вираження плану у фізичних і фінансових величинах. Бюджет як інструмент узгодження планування і контролю являє собою метод вираження стратегічних цілей і поточних задач в операційних показниках. Його основною метою є ефективний розподіл ресурсів.

Розроблений у первісному своєму вигляді як статична система взаємин, бюджет надалі є системою еталонних показників, що порівнюються з результатами поточної діяльності підприємства і дає можливість, у залежності від відхилень, приймати коригувальні рішення. Доповнені моделями ринків збуту, функціонування виробництва, надходженням коштів на рахунок підприємства, бюджет стає інструментом, що дозволяє знаходити оптимальні щодо обраних критеріїв як поточні, так і перспективні рішення в сфері інвестиційної діяльності. Рекомендується представляти бюджети в графічній формі, що дозволяє зробити інформацію більш доступною і зрозумілою користувачу.

Слід зазначити, що на сучасному етапі розвитку науки і техніки планування

здійснення інвестиційних проектів вимагає застосування різних економіко-математичних методів з використанням сучасної обчислювальної техніки. Широку популярність у практиці інвестування здобуло використання різного роду матриць, побудова й аналіз моделей вихідних факторних систем, імітаційне моделювання, які дозволяють відобразити найбільш характерні властивості, структурні і функціональні параметри інвестиційного проекту як об'єкта управління, виділити його найважливіші взаємозв'язки з зовнішнім і внутрішнім середовищем підприємства, а також оцінити кінцеві результати інвестування.

Серед економіко-математичних методів планування виділяють сітьове моделювання (метод критичного шляху), розроблене спочатку для дослідницьких і дослідно-конструкторських проектів. Сітьові методи і моделі планування можна віднести до класу процедур упорядкування і координації. Планування робіт з їхньою допомогою дозволяє оцінити складений план з погляду правильного розподілу ресурсів, виявити стримуючі фактори виробництва, забезпечити скорочення термінів виконання робіт і зниження матеріальних витрат, дає можливість вносити виправлення в організацію робіт і оперативно вирішувати питання, зв'язані з їх ресурсним забезпеченням. Ці методи застосовні в будь-якому проекті, досить лише розробити деталі відповідно до вимог конкретного проекту.

Планування етапів реалізації інвестиційного проекту, ефективний і збалансований розподіл ресурсів по цих етапах є однією з найбільш складних стадій у процесі інвестування, що обумовлює використання сітьових методів як інструмент планування інвестицій. Вони дають загальний опис процесу розподілу інвестицій по роках і періодах інвестування.

Розробка сітьового плану починається з вивчення інвестиційного проекту, щоб виявити підходи, які використовуються, методи і технічні засоби; потім проводиться розбивка загального комплексу робіт на елементи для зручності планування і складання графіка. Елементи планування можна класифікувати в такий спосіб:

- цілі проекту – ті результати, що повинні бути досягнуті в ході проекту. Мету проекту визначають до того, як готовий план; план тільки визначає курс, який варто дотримувати при досягненні цілей проекту;
- види діяльності, задачі, роботи чи етапи проекту. Ці елементи позначають і описують ті роботи, які потрібно виконати для досягнення цілей проекту. Як правило, вони вимагають витрат часу й інших ресурсів;
- події чи контрольні рубежі. Ці моменти характеризують важливі здійснення в ході робіт – початок чи завершення окремих етапів чи задач, досягнення цілей, завершення оглядів проекту і їхнє схвалення і т. і. Звичайно при досягненні таких рубежів складаються звіти про стан проекту, вимірюється й оцінюється розвиток робіт.

Після того як всі елементи інвестиційного проекту визначені, встановлюється краща послідовність їхнього виконання. Це процес синтезу, у якому повинні бути враховані всі технічні аспекти робіт і задач, їхнього зв'язку між собою, їхнього зв'язку з цілями і із середовищем, у якому вони виконуються. Сіть служить для обліку цих факторів, оскільки вона задає послідовність виконання елементів проекту.

Можна вказати тільки кілька загальних принципів, якими потрібно керуватися при складанні сітьових планів, і більшість з них відноситься до того етапу складання плану, коли роботи і події проекту визначені. При складанні сітьового плану неминуче виникає питання про його деталізацію. Під цим мається на увазі масштаб і кількість подій і робіт, що повинні бути показані на плані. Очевидно, що якщо сітьова модель служить адекватним планом, то вона повинна бути досить детальною для складання графіка робіт інвестиційного проекту і для виміру його відповідності плану.

Некоректний розподіл ресурсів може привести до серйозних помилок у розрахунку бюджету стосовно реальних платежів по етапах інвестиції. Тому при визначенні потреби в ресурсах на кожному етапі інвестиційного проекту необхідно звертати увагу на режим фінансування робіт. Як типи оплати щодо часу здійснення етапу інвестиції варто виділити наступні режими фінансування:

- передоплата (із указівкою кількості днів до початку етапу чи безпосередньо перед його початком);
- рівномірними блоками;
- нерівномірними блоками;
- післяплата (із указівкою кількості днів після закінчення етапу чи безпосередньо після його закінчення).

Процедура розподілу ресурсів укладається в плануванні початку робіт відповідно до умов передування і наявності вільних ресурсів. Обмеженість ресурсів приводить до того, що не всі суміжні етапи можуть бути виконані одночасно, тому необхідно розробити систему правил переваги той чи іншої роботи порівняно з рівнобіжними.

Доцільно застосовувати наступну систему переваг: направляти ресурси на виконання робіт, що лежать на критичному шляху; направляти ресурси на виконання роботи, що має менший резерв часу в порівнянні із суміжними; направляти ресурси на виконання роботи, що вимагає найбільшого числа ресурсо-днів; направляти ресурси на виконання роботи, що вимагає найбільшої їхньої кількості.

Слід зазначити, що розподіл ресурсів по календарних термінах варто аналізувати по усіх з найважливіших видів ресурсів, які використовуються в інвестиційному проекті (персонал, устаткування, матеріали і т.і.). При цьому для різних видів ресурсів може знадобитися різний розподіл робіт по календарних термінах, через що приходить розглядати велику кількість варіантів лінійних графіків і вибирати такий з них, що відповідає обмеженням по всіх ресурсах одночасно.

Застосування методу критичного шляху (сітьове модулювання) для планування інвестиційних проектів дозволяє забезпечувати взаємозв'язок і послідовність робіт; враховувати обмеження і перешкоди; визначати вузькі місця; застосовувати методи оптимізації.

Висновки: При використанні сітьової моделі в процесі планування інвестиції вирішуються такі проблеми, як ефективність, керованість, контроль і проблема мінімізації деяких інвестиційних ризиків. Використання цього методу планування інвестицій дозволить у значній мірі оптимізувати інвестиційний проект, установити мінімально можливі терміни його реалізації, найбільш раціонально використовувати інвестиційний капітал.

Бібліографічний список

1. **Хобта В.М.** Управление инвестициями: механизм, принципы, методы/ Науч.ред. И. Амоша. – Донецк, 1996.
2. **Гончаров В.** Сетевые методы планирования инвестиционных проектов // Бизнес информ. – 1999.–№ 1-2. – С. 25-28.
3. **Юрген Вебер, Ханс Гельдель, Утц Шеффер.** Организация стратегического и оперативного планирования на предприятии. – [Электронный документ].– http://www.ptpu.ru/issues/2_98/20_2_98.htm.
4. **Николаев В.** Инвестиционное планирование и проектное управление. – [Электронный документ]. – <http://www.cfin.ru/investor>.

КАЛАШНИКОВА Є.С., ст.гр. МО-07Б

Наук.керів.:Заглада Р.Ю., к.е.н., доц.

Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу

“Донецький національний технічний університет”,

м. Горлівка

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ХЕДЖУВАННЯ РИЗИКІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Рассмотрена экономическая сущность существующих инструментов хеджирования, исследованы достоинства и недостатки использования различных видов деривативов в управлении рисками в производственно-экономической деятельности субъектов хозяйствования.

Актуальність. Сучасна виробничо-економічна діяльність суб'єктів господарювання в Україні характеризується особливою нестабільністю. Це викликано існуванням різноманітних ризиків: валютних, кредитних, фінансових тощо. Світова економічна криза чітко підкреслила існуючі в Україні проблеми щодо подолання ризиків і необхідність пошуку нових шляхів для їх розв'язання.

Зарубіжний досвід доводить ефективність використання інструментів хеджування для подолання ризиків, але вітчизняні підприємства не мають досвіду роботи з ними. Тому доцільним сьогодні є комплексне вивчення всіх тонкощів використання деривативів в керуванні ризиками.

Зарубіжні дослідження сутності, видів, особливостей, переваг і недоліків інструментів хеджування представлені в роботах таких вчених як Р. Брейм, С.Майєрс, Л.Д. Гітман, М.Д. Джанк, Е. Нікман, А. Гроппелі та інших. Серед вітчизняних вчених, що висвітлюють цю тему можна виділити В.М. Шелудько, О.І. Дегтярьову, Г.Г. Кірейцева, О.Л. Примостка та інших.

Мета дослідження: спираючись на аналіз сутності інструментів хеджування визначити доцільність їх використання в господарській діяльності, особливості окремих видів деривативів та особливості їх використання на українському ринку.

Основна частина. Термін «хеджування» використовується у банківській, біржовій і комерційній практиці для визначення різних методів страхування, а також валютних ризиків. Хеджування можна розглядати як систему укладання термінових контрактів і угод, що враховує ймовірні в майбутньому зміни обмінних валютних курсів і ставить за мету уникнення несприятливих наслідків змін цін на будь-які товарно-матеріальні цінності за контрактами і комерційними операціями, що передбачають поставку (продаж) товарів у майбутньому.

Хеджування - валютна угода, що укладається при страхуванні від можливого падіння цін при здійсненні довгострокових угод [1]. Хеджування за допомогою будь-яких строкових угод полягає в частковій або повній нейтралізації несприятливих коливань ринкової кон'юнктури як для покупців, так і для продавців фінансових чи матеріальних активів. Метою хеджування є перенесення цінового ризику з того, хто здійснює хеджування, на іншу особу, частіше на фінансового посередника [2].

Операція хеджування полягає в укладенні строкової компенсаційної угоди з третьою стороною з метою повної ліквідації або часткової нейтралізації фінансового ризику. Якщо компанія або банк планують провести операцію продажу або купівлі активів у майбутньому, то виникає ризик зміни ціни за даний період. З метою мінімізації цього ризику укладається додаткова угода з третьою стороною – учасник ринку, який жодним чином не пов'язаний з операцією купівлі-продажу активу. Умови такої угоди дозволяють одержати виграш (компенсацію) у разі фінансових витрат в

основній операції. Якщо ж за основною операцією отримано прибуток спекулятивного характеру (як наслідок сприятливих змін ціни активу), то за додатковою угодою матимуть місце втрати.

Операції хеджування фіксують майбутню вартість активів на визначеному рівні, що включає як можливість зазнати в майбутньому збитків, так і можливість одержати спекулятивні прибутки. Операції хеджування проводяться на ринку строкових угод, коли період від дати укладання угоди до дати виконання реальної операції становить більш як два робочих дні. На практиці тривалість такого періоду коливається від кількох тижнів до кількох років, здебільшого – 1-3 місяці [3].

Вибір конкретних інструментів хеджування здійснюється після аналізу потреб бізнесу, економічної ситуації та перспектив даного сектору, а також економіки в цілому. Недостатньо продумана стратегія може збільшити ризики.[4]. Розглянемо існуючі інструменти хеджування (рисунк 1).

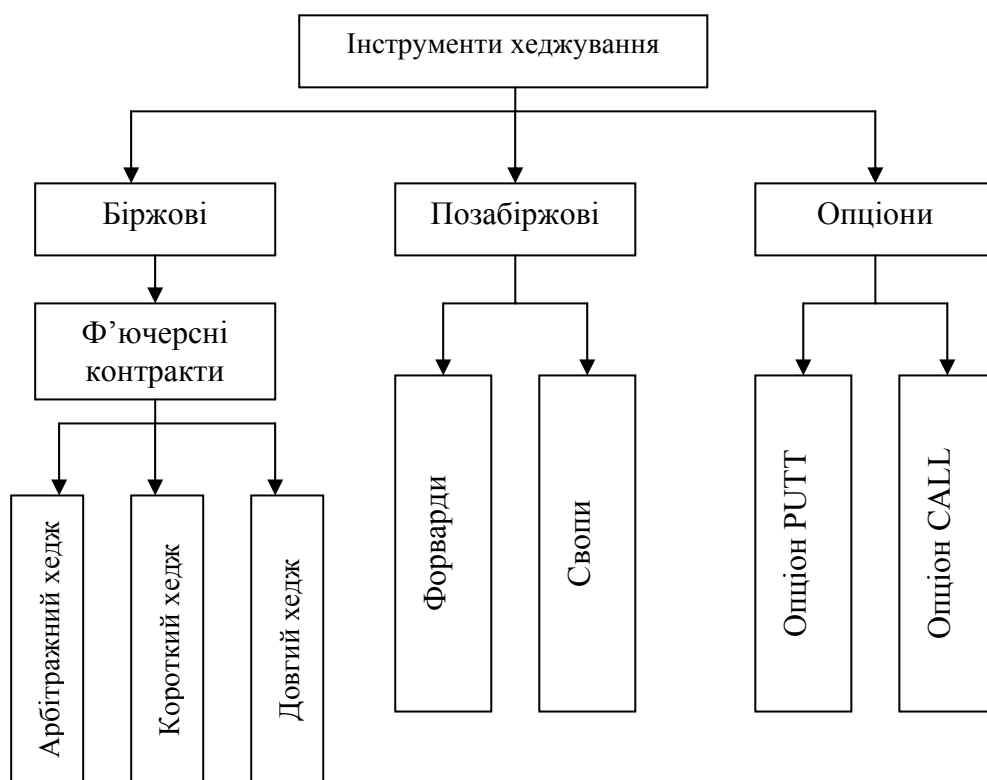


Рисунок 1 – Інструменти хеджування

Відповідно до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» ф'ючерсний контракт або ф'ючерс – стандартний документ, який засвідчує зобов'язання придбати чи продати на біржовому ринку базовий актив у визначений час та на визначених умовах у майбутньому з фіксацією цін на момент виконання зобов'язань сторонами контракту. [5]

Форвардний контракт або форвард – стандартний документ, який засвідчує зобов'язання особи придбати (продати) базовий актив у визначений час на визначених умовах у майбутньому з фіксацією цін такого продажу під час укладання контракту [5].

Своп – це фінансовий інструмент, зміст якого полягає у здійсненні обмінної операції, за якої контракт на придбання (продаж) певної кількості базових активів супроводжується контрактом на зворотній їх продаж на певну дату у майбутньому[6].

Окремим пунктом можна виділити використання опціонів у хеджуванні.

Валютний опціон – це право покупця купити і зобов'язання продавця продати певну кількість однієї валюти в обмін на іншу за фіксованим курсом на заздалегідь узгоджену дату або протягом узгодженого періоду. Таким чином, опціонний контракт обов'язковий для покупця. Суб'єкт господарювання купує валютний опціон, який надає йому право (але не зобов'язання) придбати певну кількість валюти за фіксованим курсом в обумовлений день (європейський стиль).

Використання біржових і позабіржових інструментів хеджування має свої переваги і недоліки, які представлені в таблиці 1. [4]

Таблиця 1 – Переваги і недоліки використання біржових і позабіржових деривативів

	Переваги	Недоліки
Біржові деривативи	<ol style="list-style-type: none"> 1. Висока ліквідність ринку (позиція може бути відкрита чи ліквідована у будь-який момент часу); 2. Висока надійність (контрагентом за кожною угодою є розрахункова палата біржі); 3. Порівняно низькі накладні витрати на укладання угоди; 4. Доступність (за допомогою засобів телекомунікації торгівля на більшості бірж може здійснюватися з будь-якої частини планети). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Строкові угоди жорстко регламентовані, існують обмеження на тип товару, розмір партії, умови та терміни поставки; 2. Не можливі операції з придбання чи продажу частини похідного фінансового інструменту; 3. Тривалість торговельної сесії обмежена, час роботи біржі опубліковано, торги проводяться за встановленими біржею правилами; 4. Потребують внесення маржі.
Позабіржові деривативи	<ol style="list-style-type: none"> 1. Не існує жорсткої регламентації даних деривативів, тому вони враховують потреби суб'єктів господарювання на тип товару, розмір партії та умови поставки; 2. Прості товарні контракти торгуються цілодобово, а разові угоди з особливими умовами укладаються протягом робочого дня за місцевим часом; 3. Не потребують внесення маржі. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низька ліквідність (розірвання угоди пов'язане, як правило, із значними матеріальними затратами); 2. Відносно високі накладні витрати; 3. Існують обмеження на мінімальний розмір партії; 4. Труднощі пошуку контрагента, оскільки учасники повинні знати один одного; 5. У випадку укладання прямих угод між покупцем і продавцем виникає ризик невиконання сторонами своїх зобов'язань

На торгах Української фондової біржі (УФБ) похідні цінні папери вперше з'явилися у 2003р. і з того часу займають досить значну частку ринку фінансових інструментів, зокрема у 2004р. частка угод щодо купівлі-продажу деривативів становила 98,55%, але у 2006р. впала до 0,05%.

Ринок похідних цінних паперів на УФБ у 2007 р. був представлений опціонами ЗАПБТ «Севастопольжитлбуд», ТОВ «Ринок-1» та ТОВ «Стар Софт», які розміщені в системі електронних торгів УФБ.

Протягом 2007р. в даному секторі укладено 776 угод з купівлі-продажу 51195 опціонів на суму 13,07 млн. грн. В цілому даний сектор займає 15,41% від загального обсягу торгівлі[3].

За підсумками діяльності УФБ протягом 2008 року біржовий обсяг торгів склав 114,53 млн. грн. (відповідний показник 2007 року – 84,79 млн. грн.). Збільшення обсягів

торгівлі в звітному році пояснюється підвищенням активності на ринку похідних цінних паперів та зростанням обсягів торгівлі на вторинному ринку акцій.

Протягом 2008 року на УФБ та її філіях відбулося 53 торговельні сесії (за аналогічний період 2007 року – 32 сесії). Середньомісячний обсяг торгівлі склав 9,54 млн. грн. (відповідний показник 2007 року – 7,06 млн. грн.), за торговельну сесію – 2,16 млн.грн. (в 2007 році – 2,65 млн.грн.).

Кількість укладених у 2008 році угод збільшилася у 12 разів у порівнянні із 2007 роком. За звітний період на УФБ та її філіях укладено 9813 угод (в 2007 році – 816 угод), в середньому 185 угод за торговельну сесію; з них 9802 угоди укладено на УФБ, решта – на філіях біржі. В розрізі фінансових інструментів найбільшу кількість угод (9740) було укладено з похідними цінними паперами.

Структура торгів у розрізі фінансових інструментів за 2007-2008 рр. представлена в таблиці 2 [7].

Таблиця 2 – Структура торгів у розрізі фінансових інструментів за 2007-2008 рр.

Фінансовий інструмент	2007 рік		2008 рік	
	Сума, млн.грн	% від сукупного обсягу торгівлі	Сума, млн.грн	% від сукупного обсягу торгівлі
Акції	57,24	67,51	17,48	15,26
Облігації підприємств	14,48	17,08	46,16	40,30
Похідні цінні папери	13,07	15,41	50,25	43,87
Інвестиційні сертифікати	-	-	0,65	0,57
Разом	84,79	100	114,54	100

Згідно даних таблиці, обсяг продажу похідних цінних паперів у 2008р. склав 50,25 млн.грн., що на 37,18 млн.грн. перевищує відповідний показник за 2007р. Крім того, на українському ринку з'явилися інвестиційні сертифікати, обсяг продажу яких на ринку за 2008р. склав 0,65 млн.грн.

Висновки. Інструменти хеджування - провідний засіб боротьби з різноманітними видами ризиків для суб'єктів господарювання. В Україні використання інструментів хеджування тільки-но починає набирати оберти, але вже зараз спостерігається тенденція до збільшення обсягу операцій з їх використанням. При цьому при виборі конкретного інструменту і методу хеджування необхідно враховувати їх суттєві переваги і недоліки, а також особливості вітчизняного ринку.

Бібліографічний лист:

1. **Осовська Г. В., Юшкевич О.О., Завадський Й.С.,** Економічний словник
2. **Шелудько В.М.** Фінансовий ринок: Навч. посібник.-2-ге вид, випр. І доп.-К.: Знання Прес, 2003.-535с.
3. **Примостка Л.О.** Банківський менеджмент. Хеджування фінансових ризиків: Навч. посібник.-К.: КНЕУ, 1998.-108с.
4. **Бойко К.В.** Особливості використання інструментів хеджування ризиків господарської діяльності//Актуальні проблеми економіки.-2008.-№6(84).-С.203-212.
5. Про оподаткування прибутку підприємств: Закон України від 28.12.1994 №334/94-ВРУ зі змінами та доповненнями.
6. **Кірейцев Г.Г.** Фінансовий менеджмент.-Ж., 2001.-400с.
7. Аналітичний огляд за 2008 рік/ Українська фондова біржа//www.ukrse.kiev.ua

СЕРГЄЄВА О.Ю., ст.гр. МО-04 а

Наук.керів.: Севрюкова С.В., ас.

Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу

“Донецький національний технічний університет”,

м. Горлівка

НАПРЯМКИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Рассмотрены основные направления исследования экономической деятельности предприятий национальной экономики, аналитический анализ экономической деятельности предприятий пищевой промышленности Украины и условий социально-экономического развития предприятий.

Актуальність. В сучасних умовах економічного розвитку України стратегічною ціллю підприємства є забезпечення соціально-економічної ефективності функціонування фінансово-виробничої системи підприємства. Ринкові відносини потребують нового погляду на напрямки дослідження фінансової діяльності підприємства та визначення функціональної та соціально-економічної сутності прибутку як чинників економічного розвитку підприємства. Це дозволить виявити та реалізувати інвестиційний та економічний потенціал підприємства, оптимізувати процес реалізації соціально-виробничих відносин, вдосконалити програму інноваційно-технічного розвитку підприємства, виявити фактори раціонального використання виробничого та фінансового капіталів, забезпечити ефективність використання фінансових ресурсів підприємства.

Ціль дослідження: теоретичне дослідження фінансово-економічної діяльності та умов економічного розвитку підприємств хлібопекарської галузі регіону.

Основна частина. В сучасних умовах актуальною проблемою є прибуткова діяльність підприємств. Для забезпечення умов ефективності використання економічних, виробничих, фінансових та інформаційних ресурсів підприємства, необхідно, насамперед, вміти реально оцінювати фінансово-комерційну діяльність, як свого підприємства, так й існуючих потенційних конкурентів. Результати ефективності використання фінансово-виробничих ресурсів – найважливіша характеристика економічної діяльності підприємства. Вона визначає зміцнення соціального партнерства, конкурентноздатність, інвестиційну привабливість підприємства, потенціал у діловому співробітництві, оцінює рівень гарантованості економічних інтересів самого підприємства та його партнерів у фінансово-виробничих відносинах.

В умовах ринкової економіки для підприємства важливими питаннями є розширення виробництва та нарощування реалізації продукції, зростання норми та порогу прибуткової діяльності, реалізації податкового, фінансового та бухгалтерського обліку, що викликають потребу в дослідженні вказаних проблем.

Прибуток є головною метою та мотивом підприємницької діяльності, матеріальним джерелом економічного та соціального розвитку, інвестиційної та інноваційної діяльності. Він стає фактором удосконалення відносин власності.

Прибуток є однією з основних категорій товарного виробництва. Це передусім виробнича категорія, що характеризує відносини, які складаються в процесі суспільного виробництва. Водночас прибуток є однією з важливих форм розподілу національного доходу.

Еволюція поглядів на економічну природу прибутку розкрита в роботах відомих вчених в галузі політичної економії, економіки промисловості, бухгалтерського обліку,

фінансів тощо.

В економічній літературі питання прибутку, рентабельності та формування елементів економічного механізму підвищення ефективності функціонування підприємства широко розглянуті як у теоретичному, так і у практичному аспектах. Цим питанням присвячені роботи: французького економіста – Андре Бабо; англійських дослідників – Артура Томпсона і Джона Формбі, а також Мільтона Фрідмана, Девида Соломона, А.-Л. Шадо, Фрідріха Найта, Франсуа Перру, Ф. Мах лупа; російських вчених – М.М. Крейніної, С.Л. Вигодського, В.В. Ковальова, С.А. Кошечкіна, М.С.Мокія, Л.Г. Трубочкіної, А.Д. Шеремета, Р.С. Сайфуліна, Н.В.Колчиної, Я.В.Соколова, вітчизняних вчених І.О. Бланка, В.І. Іващенко, Л.Г. Мельніка, В.Г.Гриньової, А.В. Сидорової, П.В. Осіпова, О.О. Орлова та інших.

Карпенко Л.М. розкриває сутність соціально-економічної категорії “прибуткова діяльність” - економічний ефект, отриманий в результаті діяльності підприємства (відображає кінцевий фінансовий результат), визначає можливість підприємницьких структур у задоволенні потреб розширеного відтворення (виконання відтворювальної функції), є одним з джерел формування бюджетів різних рівнів [1].

Л. Абалкин розкриває прибуток: “як перевищення доходів від продажу товарів і послуг над витратами на виробництво й продаж цих товарів”[4].

На зростання ефективності прибуткової діяльності підприємств хлібопекарської галузі впливають зовнішні та внутрішні фактори:

1. впровадження сучасних інноваційних технологій у виробничий процес та використання енергозберігаючих матеріалів та напівфабрикатів;
2. нарощування обсягу виробництва і реалізації продукції;
3. зниження залишків нереалізованої продукції;
4. зниження рівня собівартості;
5. зростання продуктивності праці;
6. структурні зміни продукції, що випускається, і реалізованої продукції;
7. поліпшення рівня якості продукції;
8. оптимізація рівня цін на продукцію.

Останнім часом в складних умовах господарювання склалося важке економічне становище для всього народного господарства України і особливо для хлібопекарської галузі, так як ця галузь дуже залежить від інших галузей та соціально-економічного розвитку держави та Східного регіону.

Серед інших країн світу Україна має найбільш сприятливий природний, людський, геополітичний і ресурсний потенціал для розвитку харчової промисловості, раціональне використання якого забезпечило б їй провідне місце на світовому й регіональних продовольчих ринках.

Останнім часом розвиток хлібопекарської галузі в Україні характеризується різким зниженням впровадження новітніх технологій та витрат на розвиток промислового потенціалу, зношеністю засобів праці, зростання цін на енергоносії та газ, затуханням інвестиційного та інноваційного процесів, зменшенням обсягів надходження до бюджету та валютних надходжень у країну від експортних операцій галузі тощо.

На протязі останніх років тенденція зростання прибуткових підприємств зростає, як по Україні в цілому так і у Східному регіоні у тому числі – Донецькій, Харківській, Луганській областях (рисунок 1 та 2). На рисунках 1 та 2 введені умовні позначки: п – чисельність прибуткових підприємств та з – кількість збиткових підприємств.

Це стосується підприємств і великого (у своєму статутному капіталі мають іноземні інвестиції) так і малого кола (річний обсяг валового доходу не перевищує 500 тис. євро, а середньооблікова чисельність працівників не перевищує 50 осіб).

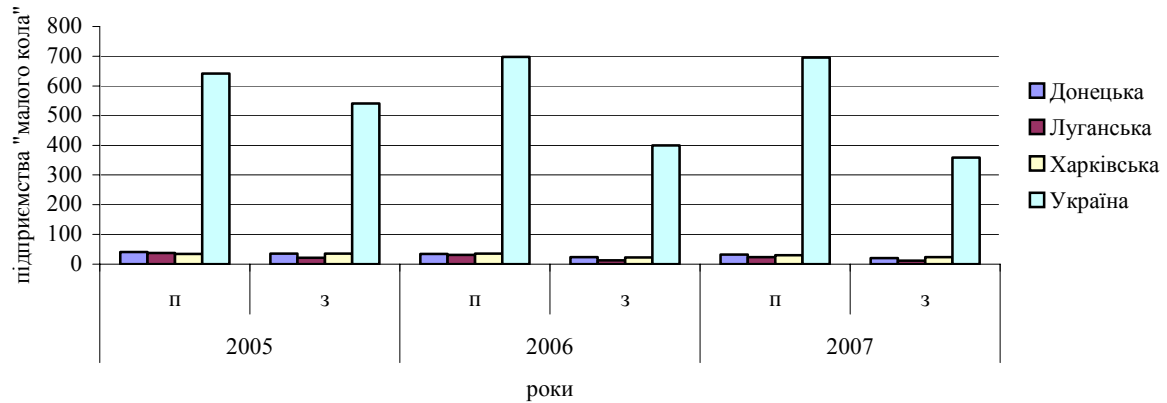


Рисунок 1 – Розподіл підприємств «малого кола» хлібопекарської галузі у Східному регіоні за результатами діяльності.

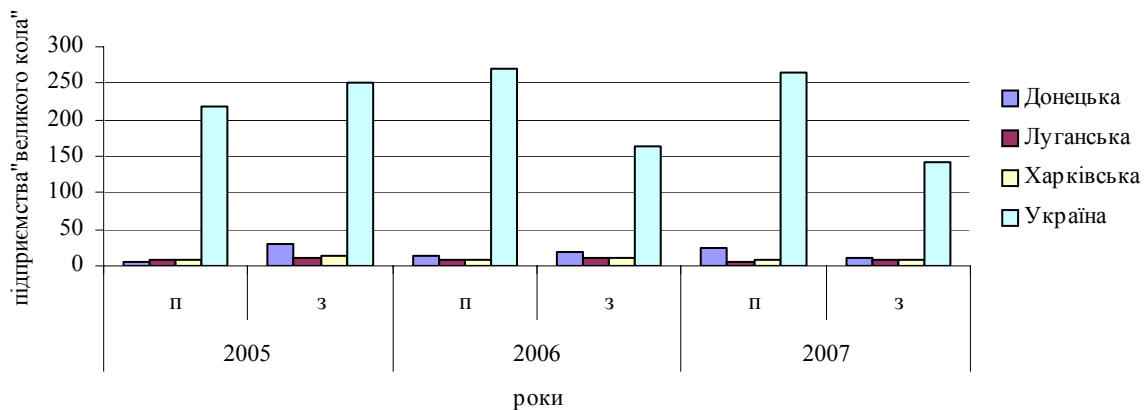


Рисунок 2 – Розподіл підприємств «великого кола» хлібопекарської галузі у Східному регіоні за результатами діяльності.

В хлібопекарській підгалузі харчової промисловості за 2003-2007 роки зменшилась на 34% суб'єктів господарювання, причому це, з одного боку, обумовлено аналогічними тенденціями до зменшення кількості підприємств в цілому в хлібопекарській галузі, а з іншого – зменшенням чисельності населення країни, і середньостатистичного споживання хліба і хлібобулочних виробів на 1 особу. За рахунок виокремлення середньогалузевого підприємства (СГП) зафіксовано тенденцію до підвищення ефективності функціонування галузі в цілому (якщо СГП за підсумками 2003 р. отримало збиток в розмірі 11,012 тис.грн., то вже в 2004-2007 рр. прибуток – відповідно 30,151 і 46,248 тис.грн.). Це пояснюється як особливостями державного регіонального регулювання цін на так звані «соціальні види хліба», так і повним переосмисленням інноваційної політики в контексті завантаження вже наявних виробничих потужностей (запровадження продуктивних інновацій) та активним введенням інновацій у виробничий процес енергозберігаючого характеру. Крім того з'ясовано, що, незважаючи на зменшення кількості збиткових підприємств (в середньому на 20%), спостерігається невпинна тенденція до накопичення маси збитку (в середньому майже на 26%). Це пояснюється тим, що в Україні, з одного боку, не сформована культура споживання елітного хліба, що призводить до надвисоких умовно-постійних витрат на підприємствах. З іншого – певною тонізацією реальної

маси отриманого економічного прибутку, оскільки вони використовують агресивну інноваційно-інвестиційну політику, яка обумовлює використання, поряд з прихованою масою отриманого прибутку, позикових коштів, підставою для отримання яких, насамперед, слугує задекларована маса чистого прибутку.

Основними шляхами та резервами забезпечення ефективності реалізації виробничо-фінансової діяльності підприємств хлібопекарської галузі є:

- зниження дебіторської заборгованості (шляхом використання факторингу, поширення нульового каналу розподілу продукції і зменшення довжини однорівневого і дворівневого каналів);

- зменшення вартості сировини на основі інтеграції хлібопекарських підприємств із підприємствами-представниками первинної переробки сільсько-господарської сировини і безпосередньо з сільськогосподарськими підприємствами-виробниками;

- інноватифікації виробництва, яка спрямована, з одного боку, на зменшення енерговитрат, а з іншого - на поновлення чи навіть створення товарної номенклатури продукції, яка не належить до так званої «соціальної групи».

З переходом економіки України на ринкові відносини фінансовий аналіз як один з важелів розподілу фінансових ресурсів поступово займає належне йому по значимості місце в аналітичній роботі бухгалтерів, фінансових менеджерів, керівників підприємств. У цей час кожен господарюючий суб'єкт незалежно від виду основної діяльності й форми власності підприємства повинен реально виявляти напрямки раціонального використання фінансово-економічного потенціалу та проведення моніторингу фінансового стану не тільки власного підприємства, а й потенційних партнерів або контрагентів.

Фінансовий стан підприємства, його стійкість і стабільність залежать від результатів виробничо-комерційної й фінансової діяльності. Якщо виробничий і фінансовий плани успішно виконуються, то це позитивно впливає на фінансове становище підприємства. І навпаки, у результаті недовиконання плану по виробництву й реалізації продукції відбувається підвищення собівартості, зменшення виторгу й суми прибутку і як наслідок погіршення фінансового стану підприємства і його платоспроможності.

Висновки. Отже, прибуткова функціонування підприємства не є щасливою випадковістю, а є підсумком грамотного, умілого управління всім комплексом факторів, що визначають на результати виробничо-фінансової діяльності підприємства.

Бібліографічний список

1. **Карпенко Л.М.** Керування формуванням прибутку підприємства у процесі інвестиційної діяльності // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. – Львів, 2002. – Вип.2, ч.1. – С. 193-197.

2. **Карпенко Л.М.** Чинники та резерви підвищення прибутку підприємства // Збірник матеріалів науково-практичної конференції “Стан та засоби підвищення ефективності підприємницької діяльності”. – Миколаїв, 2001. – С. 23-30.

3. **Н. Лоханова** Система управління станом економічної безпеки підприємства // Економіст.- 2005.-№2.- С.52-54.

4. **Балабанов И.Т.** "Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом?". - М.: Финансы и Статистика, 1994.

5. Бухгалтерський облік (учбово-практичний посібник) Сердюк В.Н., 7-і видання, изм. і доп., Донецьк, Донну, 2004 р.

ШЕВЧЕНКО В.А., ст.гр. МО-046

Наук. керів.: Гришина Ю.В., ас.

Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу

«Донецький національний технічний університет»,

м. Горлівка

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ

Рассмотрена система мотивации персонала организации с выделением подсистемы стимулирования, проанализированы основные подходы к формированию эффективного мотивационного механизма на предприятии в современных условиях.

Актуальність. Успішна діяльність організації, випуск продукції, яка була б конкурентоспроможною не тільки на вітчизняних, але й на зарубіжних ринках, залежить не тільки від технічного оснащення організації, наявності сучасних технологій, маркетингових досліджень ринкового середовища, чітко налагодженої системи контролю за якістю продукції, а й від кваліфікації робітників підприємства, ефективної кадрової політики.

Проблема формування ефективної кадрової політики організації тісно переплітається з питаннями мотивації. Тобто реалізація завдань щодо побудови конкурентоспроможної економіки в Україні вимагає формування нового мотиваційного механізму в сфері праці, тобто механізму який адекватно реагує на зміни в економіці країни. Існуюча на сьогодні мотиваційна система є застарілою та малоефективною, а її методологічні підходи є практично не адаптованими до умов ринкового середовища, а також не спрямованими на формування довготривалої мотивації. Тому актуальною зараз є орієнтація не тільки на інтенсивні трудові зусилля, але й на прояв творчості у праці, розробку та запровадження інновацій, постійне професійне зростання та самоосвіту.

Проблема забезпечення ефективної мотивації праці у різних галузях економіки є предметом уваги багатьох вітчизняних науковців. Серед них такі відомі вчені, як А.В.Базилук, А.М. Колот, В.М. Новіков, С.І. Бандур, В.В. Онікієнко та інші. Але незважаючи на наявність наукових праць та практичного досвіду, в даній сфері вітчизняної науки поки що не було досліджень, які б комплексно характеризували оптимальну систему мотивації персоналу.

Мета дослідження: узагальнення та систематизація досвіду щодо формування ефективної мотивації праці з метою виявлення нових адекватних сучасній економіці напрямків оптимізації мотиваційного механізму, а також підходів у стимулюванні кадрів для підвищення конкурентоспроможності організації.

Основна частина. У широкому розумінні мотивацією є сукупність рушійних сил, що спонукають людину до виконання певних дій. При цьому треба розуміти, що мотивація – це процес свідомого вибору людиною того чи іншого типу поведінки, який визначається комплексною взаємодією зовнішніх (стимули) та внутрішніх (мотиви) факторів. Збагнути мотивацію можна лише аналізуючи поведінку людини, порівнюючи її дії під впливом тих чи інших спонукальних причин [2].

Отже, мотивація персоналу – це поєднання цілої низки складових, таких як мотивація трудової діяльності; мотивація розвитку конкурентоспроможності працівника; мотивація володіння засобами виробництва; мотивація вибору нового місця роботи тощо.

У системі управління персоналом в організації підсистема стимулювання посідає важливе місце. Існують різноманітні проблеми визначення певних факторів

мотивації, культурних традицій, особливостей країн, оптимальних рівнів оплати праці.

Для формування ефективного мотиваційного механізму на підприємстві необхідно мати уявлення про:

1. стратегічні і тактичні цілі підприємства (галузі, суспільства) на певному етапі розвитку;
2. особисті цілі працівників, які прагнуть до їхнього досягнення з певною силою мотивації в залежності від сформованого мотиваційного ядра (переліку домінуючих трудових мотивів);
3. результати трудової діяльності та витрати, пов'язані з соціально-економічною мотивацією праці на підприємстві (в галузі, регіоні, суспільстві).

Стимулювання є орієнтацією на фактичну структуру ціннісних орієнтацій та інтересів робітника, на більш повну реалізацію наявного трудового потенціалу. Воно повинно відповідати потребам, інтересам та здібностям працівника [1].

Форми стимулювання персоналу поділяються на 4 групи:

- загальна матеріальна винагорода розглядається як база кожної країни та умов праці. Оклад (утримання або ставка заробітної плати) складає, як правило, від 40 до 70% загального розміру винагороди працівника міжнародної фірми. Другий рівень – надбавки, доплати, додаткові виплати, премії, комісійні винагороди – складає в сумі до 60% загальних витрат;

- компенсації – специфічний набір інструментів стимулювання працівників (особливо при закордонних відрядженнях). Фірми компенсують працівникам реальні та передбачені затрати, які пов'язані з пересуванням (транспорт, харчування, наймання приміщень), а також надають соціальні виплати та пільги (навчання дітей, проведення відпусток та ін.);

- нематеріальне стимулювання являє собою класичні форми мотивації співпрацівників за винятком матеріального стимулювання (вдячність, нагороди, новий вид праці);

- змішане стимулювання – комбінування матеріальних та нематеріальних форм, що є необхідним додатком до загального стимулювання та компенсацій. Різноманітні прийоми спонукання працівників (призи, подарунки, пенсійні та страхові програми), спрямовані на зміцнення лояльності працівників сьогодні та збільшення тривалості їхньої активної праці в майбутньому [3].

Аналізуючи політику проведення мотивації персоналу, варто навести основні принципи компанії «Sony». Вони полягають у наступному:

- створення стимулів та умов, завдяки яким працівники працювали б продуктивно та могли вирішувати складні та масштабні завдання;

- кожен працівник може та прагне максимально використовувати свої потенційні можливості;

- єдине прагнення працівників та компанії до загального успіху;

- заохочення кооперації працівників всередині фірми, у рамках різного роду невеликих груп, атмосфера рівності між робітниками незалежно від посад, які вони займають [4].

Розглянувши такі важливі питання як: «що таке мотивація?»; «як заохотити працювати більш продуктивно?»; «які форми мотивації існують?», ми підійшли до визначення «ефективності мотивації праці».

Варто зауважити, що трудова мотивація – це процес стимулювання окремого працівника чи групи працівників до діяльності, спрямованої на досягнення цілей підприємства, на продуктивне виконання прийнятих рішень або зазначених робіт. Виходячи з цього визначення доцільно оцінювати ступінь ефективності мотивації досягненням окремих економічних та соціальних цілей (таблиця 1).

Таблиця 1 – Основні передумови розвитку персоналу підприємства

№	Напрямки розвитку	Заходи, які стимулюють розвиток
1.	Забезпечення зацікавленості перших осіб	Переведення керівників на контрактну систему оплати праці залежно від кінцевого результату діяльності підприємства. Чіткий розподіл повноважень та відповідальності
2.	Формування колективу однодумців	Створення ідеології реформування, широке розповсюдження інформації стосовно програми реформування серед робітників підприємства
3.	Стимулювання (всього персоналу підприємства)	Чіткий розподіл повноважень та відповідальності. Створення відповідної системи оплати праці. Створення багатокомпонентної системи матеріального стимулювання, що орієнтована на остаточний результат. Активне використання нематеріального стимулювання
4.	Інформаційне забезпечення процесів реформування	Створення системи інформованості персоналу стосовно інновацій. Створення системи оберненого зв'язку від персоналу підприємства. Висвітлення досягнень у процесі реформування (створення атмосфери переможців)
5.	Навчання персоналу	Реалізація програми навчання та підвищення кваліфікації. Атестація за підсумковими результатами навчання. Перегляд розмірів заробітної плати за висновками атестації
6.	Організаційно-правове забезпечення	Розроблення, узгодження та контроль реалізації положень, інструкцій, наказів, розпоряджень, які регламентують процеси інноваційної діяльності

В контексті мотивації праці загальна економічна ефективність мотивації може характеризуватись співвідношенням таких результатів, як обсяг випуску продукції, прибуток, додана вартість витрат, пов'язаних з мотивацією людини до праці на підприємстві. До останніх відносимо матеріальне стимулювання. В свою чергу загальна соціальна ефективність мотивації передбачатиме як результат мотивації досягнуті показники якості трудового життя, конкурентоспроможності тощо.

Таким чином, ефективність мотивації праці – це характеристика результативності процесу спонукання до праці на основі врахування ступеню реалізації економічних та соціальних цілей підприємства та окремих працівників підприємства, а також співвідношення результатів трудової діяльності і витрат, пов'язаних із соціально-економічною мотивацією [1].

Висновки. Досліджуючи питання ефективного використання мотивації в менеджменті персоналу, ми дійшли висновку, що під впливом сучасних методів мотивації в провідних фірмах склалася нова філософія менеджменту персоналу, де знайшли відображення як традиційні, так і нетрадиційні підходи щодо впливу на поведінку людей, їхні інтереси. Для того щоб мотиваційний механізм на підприємстві ефективно функціонував необхідно використовувати цілу систему форм та методів активізації трудової поведінки. Оптимальні системи матеріальних стимулів повинні ґрунтуватись на детальному вивченні економічних інтересів працівників, урахуванні умов їхньої праці і життя, сімейного стану, трудових навичок.

Бібліографічний список

1. Семикіна М. Індикатори економічної та соціальної ефективності мотивації праці // Актуальні проблеми економіки. - 2004. - №10(40). - С.181-190.
2. Є.П. Качан, Д.Г. Шушпанов Управління трудовими ресурсами: Навч. посібник. – К.: Видавничий Дім «Юридична книга», 2005 – 358 с.
3. Виноградський М.Д., Беляєва С.В., Виноградська А.М. Управління персоналом: Навч. посіб. – К: Центр навчальної літератури, 2006. – 504 с.
4. Егоршин А.П. Управление персоналом: Учебник для вузов. – 6-е изд., доп. и перераб. – Н. Новгород: НИМБ, 2007. – 1100 с.

ПАНТІЛІМОНОВ С.Г., ст.гр. МО-056

Наук.керівн.: Севрюкова С.В., ас.

Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу

“Донецький національний технічний університет”,

м.Горлівка

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЙ В СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Определена сущность инвестиционных процессов, как по всей стране в целом, так и конкретно по банкам, выделены и изучены аспекты инвестиционной привлекательности, рассмотрены основные инвестиционные операции банка, осуществлено рассмотрение наиболее распространенных инвестиционных операций, проведен их анализ и разработан механизм улучшения инвестиционной привлекательности.

Актуальність. Сьогодні, в умовах ринкової економіки, в Україні усе більше зростає інтерес до питань інвестиційної діяльності комерційних банків. Успішне становлення цієї сфери діяльності банків поряд зі становленням інфраструктури фондового ринку має величезне значення для долі ринкової економіки в Україні. Від діяльності банків на фондовому ринку виграють не тільки керівництво й акціонери, але також їхні контрагенти й позичальники, жителі й підприємства регіону, де функціонують банки. Сучасний стан української економіки після десяти років трансформаційного періоду свідчить про певні реформаційні перетворення й позитивні практичні зрушення. Разом з тим, річні обсяги інвестицій поки що залишаються на низькому рівні через несприятливий інвестиційний клімат, що пояснюється недосконалою законодавчою базою, нерозвиненим фондовим ринком та фінансово-кредитною системою, а також низьким рівнем трансформації заощаджень населення в інвестиційні процеси, що призводить до відпливу вітчизняних капіталів за кордон та не сприяє залученню іноземних інвестицій в економіку України. Саме активізація інвестиційного процесу є тією головною складовою економічних вимог, котрі покликані забезпечити подальші реальні зрушення в економічній структурі суспільства, перехід економіки на якісно інший рівень індустріального розвитку та інвестиційний тип відтворення, підвищити рівень вітчизняної продукції та її конкурентоспроможність на світовому ринку. Без здійснення економічних перетворень неможливо підвищити ефективність вітчизняної економіки і на цій основі вирішити найгостріші соціальні проблеми, що накопичилися протягом багатьох десятиріч, а за роки реформ – набули катастрофічних розмірів.

Ціль дослідження: виокремлення ролі банків в інвестиційній діяльності країни, аналіз інвестиційної спрямованості банків, виявлення шляхів покращення ефективності інвестиційних операцій, пошук можливих заходів, направлених на підвищення інвестиційної привабливості.

Основна частина. Сучасне становище в Україні безпосередньо пов'язане з посиленням впливу банківського сектору на активізацію інвестиційного процесу, структурною перебудовою та зростанням економічного потенціалу країни.

Економіка України відчуває нестачу інвестиційних ресурсів, що викликано низькою інвестиційною активністю суб'єктів господарювання. Одним з джерел фінансування інвестиційної діяльності підприємств є банківський кредит.

Механізм впливу банківського інвестиційного кредитування на поведінку економічних суб'єктів теоретично можна представити у вигляді моделі, зображеної на рисунку 1, яка включає такі економічні суб'єкти: Національний банк України,

банківські установи, уряд, підприємства-позичальники та сімейні господарства (населення).

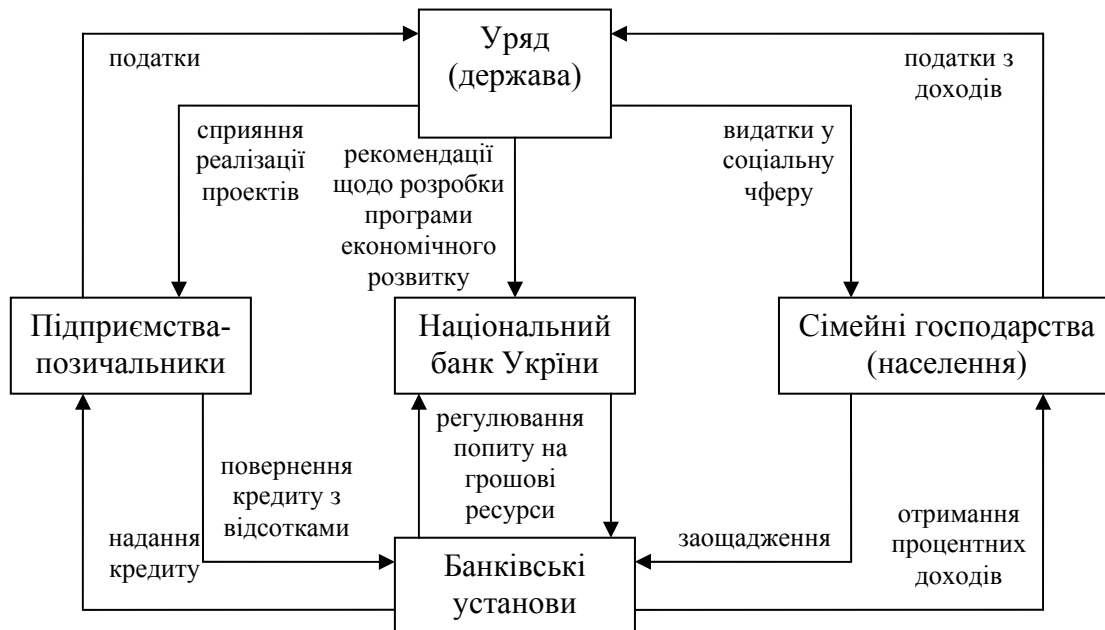


Рисунок 1 – Модель взаємозв'язків між окремими економічними суб'єктами в процесі банківського інвестиційного кредитування

Охарактеризувати дану модель можна наступним чином. Уряд надає рекомендації щодо розробки програми економічного розвитку. Національний банк України, маючи за мету поживавлення економічної кон'юнктури, застосовує відповідні інструменти грошово-кредитної політики. Внаслідок цього зростає ресурсна база українських банків, а звідси – їх кредитний потенціал, тобто збільшується обсяг наданих кредитів суб'єктам господарювання (що, в свою чергу, впливає на загальне зростання грошової пропозиції).

Суб'єкти господарювання отримані кредити направляють на фінансування інвестиційної діяльності. Внаслідок реалізації інвестиційних проектів, спрямованих на удосконалення та модернізацію техніки і технології, зростає ефективність виробництва, а отже і доходи підприємств. Повертаючи кредит, суб'єкти господарювання сплачують відсотки за користування ним, які становлять банківський доход. У свою чергу, за рахунок доходів підприємств зростає база оподаткування та обсяги податкових надходжень до бюджету держави. Зростання доходної частини бюджету приводить до збільшення державних видатків, зокрема у соціальну сферу. Це сприяє збільшенню добробуту населення, а отже – збільшенню їх заощаджень та інвестицій у банківську систему. Внаслідок цього, відбувається зростання ресурсної бази банківських установ. Цикл даного процесу повторюється. Саме тому вкрай необхідно підвищувати інвестиційну привабливість банків задля покращення загального економічного становища України в цілому.

Проаналізуємо ситуацію, яка характеризує сучасний стан інвестиційної діяльності в Україні.

Оскільки розвиток реального сектору економіки дійсно потребує значних капіталовкладень, особлива увага приділяється розробці відповідних програм. Так, у 2001р. Кабінетом Міністрів України було розроблено "Програму розвитку інвестиційної діяльності на 2002-2010 роки", в якій зазначено, що: "поліпшення

інвестиційного клімату в державі залежить від розв'язання проблем діяльності банківської системи, зокрема від забезпечення підвищення рівня концентрації банківського капіталу, збільшення обсягів довгострокового кредитування реального сектору економіки, залучення коштів населення".

Протягом 2001-2007рр. спостерігалось зростання інвестицій в основний капітал. Причому темпи надходжень інвестицій випереджали динаміку ВВП, що свідчить про інвестиційну спрямованість економічного розвитку. Обсяг освоєних капітальних вкладень за рахунок всіх джерел фінансування в 2007 р. становив 83,6 млрд. грн. За цей же період кількість довгострокових кредитів значно зросла. Але, незважаючи на позитивні зміни, активізація діяльності банківських структур у сфері надання інвестиційних кредитів незначна.

Зарубіжний досвід свідчить, що банки саме в інвестиційній сфері можуть працювати в трьох напрямках:

1. обслуговування руху грошей, що належать клієнтам і призначені для інвестицій;
2. акумулювання заощаджень і спрямування їх на ринок цінних паперів;
3. вкладення в інвестиційні проекти як власних, так і залучених коштів.

Вітчизняна банківська система сьогодні діє переважно в першому напрямку, розвитку двох інших перешкоджає низка проблем. Отже, одним із головних заходів, спрямованих на збільшення інвестиційної привабливості, має бути розвиток останніх двох напрямків діяльності банків в інвестиційній сфері та розповсюдження серед населення досягнутих результатів в цих напрямках задля підвищення довіри к банківським установам, що має призвести до збільшення потоку грошових коштів у вигляді депозитних вкладів. Саме цей потік можна буде застосовувати для здійснення більш ефективної та прибуткової інвестиційної діяльності.

До числа важливих факторів, які визначають кредитно-інвестиційну активність банків, відноситься ціна банківського кредиту. На сьогодні рівень процентних ставок за банківськими кредитами досить високий, незважаючи на існуючу динаміку його зменшення. Заходи Національного банку України щодо зниження облікової ставки дали змогу підвищити ліквідність банківської системи, розширивши ресурсну базу банків. Але результати діяльності банків свідчать, що основна проблема полягає в ризиках, які закладаються банками у ціну кредитів.

Інвестиційним кредитам найбільш притаманна модель, яка, крім базової ставки, включає премію за ризик, пов'язаний зі строковістю кредиту. Розмір премій за ризик визначається банком в кожному конкретному випадку окремо. Чим більший рівень ризику, тим більша премія за ризик і тим вища процентна ставка за користування кредитом. Тому зниження ризику кредитно-інвестиційних операцій збільшить активність банків у інвестиційному забезпеченні економічного розвитку.

Для визначення заходів, яких слід вживати з метою зменшення ризиків, доцільно звернутися до досвіду банківських систем економічно розвинутих країн. На основі аналізу цього досвіду було виявлено найтипівіші заходи:

1. створення єдиного реєстру позичальників із зазначенням історії ведення їх бізнесу в площині повернення боргових зобов'язань;
2. удосконалення та врегулювання нормативно-правової бази банківського кредитування;
3. оптимізація системи прийняття рішень стосовно механізму надання кредитів (дотримання принципу об'єктивності, раціональності та прагматизму);
4. активізація співпраці між клієнтами та банками з метою посилення між ними взаємодії.

Запровадивши та закріпивши дані заходи, банки зможуть знизити досить високу

ризиковість, що надасть змогу збільшити об'єми інвестицій. В результаті інвестиційна привабливість банків також зросте.

Основним джерелом довгострокових інвестиційних кредитів є довгострокові депозити. Але їх частка в загальній сумі залучених коштів складає лише 41%, що пов'язано з нестабільністю економічної ситуації в країні, великим рівнем інфляції та недостатнім відновленням довіри до банківської системи.

Як відмічається в зазначеній "Програмі розвитку інвестиційної діяльності на 2002-2010 роки", для активізації інвестиційної діяльності слід:

- знизити рівень державного регулювання підприємницької діяльності;
- усунути неоднозначність трактування нормативно-правових актів;
- подолати бюрократизм та прояви корупції;
- знизити податкове навантаження;
- забезпечити стабільність політичного середовища;
- активізувати діяльність із створення позитивного іміджу держави.

Варто зазначити, що завдяки відносному виконанню більшості даних пунктів, інвестиційна привабливість Донецької області зростала в до кризові часи досить великими темпами. Іноземні капіталовкладення в економіку області збільшувались щорічно в середньому в 1,3 рази.

Станом на 01.01.2007 р. в економіку області залучено іноземних інвестицій на загальну суму 581,7 млн.дол. Це позитивно впливає на банківську систему: з'являються нові можливості для більш продуктивної інвестиційної діяльності та залучення більшої кількості ресурсів, розширення обсягів і кількості здійснюваних операцій, за рахунок чого банківська система Донецького регіону може розвиватися і вдосконалюватися для зростаючих вимог клієнтів та зростання обсягу капіталовкладень, джерелом яких можуть виступати кредити банків.

Висновки. Поліпшення інвестиційного клімату в державі дасть змогу забезпечити перехід економіки на інноваційно-інвестиційний тип відтворення, підвищити конкурентоспроможність вітчизняної продукції, збільшити добробут населення. Активізація інвестиційної діяльності в багатьох випадках залежить від питань участі банків в інвестиційному процесі, адже банки займають особливе місце в економіці, забезпечуючи рух грошових потоків та впливаючи на всі стадії суспільного відтворення. В свою чергу, банки повинні усіма можливими способами, які залежать від них, підвищувати свою привабливість в сфері інвестицій. Необхідно доносити до населення результати своєї інвестиційної діяльності, її сутність та важливість для національної економіки, гарантувати низьку ризиковість та показувати досягнуті успіхи. Державна політика при цьому повинна бути направлена на підтримку та забезпечення правових гарантії для здійснення даних операцій. Саме при умові, якщо банки і держава будуть функціонувати як єдине ціле, позитивні результати як для фінансових установ, так і для пересічного громадянина не змусять на себе чекати.

Бібліографічний список

1. Кузнєцова А., Карпа А. Банківський сектор України як джерело фінансування інвестиційно-інноваційної діяльності // Вісник НБУ. – 2004. – № 1. – С.60-63.
2. Луців Б.Л. Банківська діяльність у сфері інвестицій. – Тернопіль: Економічна думка, Карт-бланш, 2001. – 320 с.
3. Програма розвитку інвестиційної діяльності на 2002-2010 роки, затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 28 грудня 2001 р. №1801 // <http://nau.kiev.ua>.

КОСТИКОВА Ю.О., ст.гр. МО-04а

Наук. керівник: Кулаков В.О., к.т.н., доц.

Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу

“Донецький національний технічний університет”,

м. Горлівка

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИВАННЯ У ПІДПРИЄМСТВА ВУГІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Рассмотрено и проанализировано состояние угольной промышленности Украины на сегодняшний день, выделены основные проблемы отрасли, а также предложены некоторые перспективные направления инвестирования угольной промышленности Украины.

Актуальність. У останні роки акцент досліджень з проблем, пов'язаних із специфікою процесів трансформаційної економіки змістився у бік пошуку механізмів економічного зростання та підвищення ефективності функціонування економіки України у цілому. Центральне місце сьогодні займають проблеми інвестиційної активності розвитку вугільної промисловості. Тому що, на теперішній час і на віддалену перспективу вугілля - єдиний енергоносіє, обсяги якого потенційно достатні для практично повного забезпечення потреб національної економіки.

Мета дослідження: аналіз існуючих на підприємствах вугільної промисловості проблем і розробка перспективних напрямків інвестування у підприємства вугільної промисловості України

Основна частина. Результати проведеного аналізу тенденцій розвитку світової енергетики свідчать про те, що в структурі світових запасів органічного палива на вугілля припадає 67 відсотків, на нафту - 18 та на природний газ - 15 відсотків. В Україні ці показники становлять відповідно 95,4 відсотка, 2 і 2,6 відсотка. Загальний обсяг запасів вітчизняного вугілля становить близько 117,5 млрд. тонн, з них промислових на діючих шахтах - 6,5 млрд. тонн, з яких майже 3,5 млрд. тонн - енергетичне вугілля.

Незадовільний стан галузі зумовлений цілим рядом факторів як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру. До об'єктивних належить складність гірничо-геологічних умов видобутку вугілля, низький технічний рівень вугледобувних та вуглепереробних підприємств, великий ступінь фізичного і морального зносу основних фондів; суб'єктивні пов'язані з обмеженістю інвестиційних ресурсів, неефективною системою управління галуззю і відсутністю ринкового механізму ціноутворення на вугільну продукцію.

За останні роки у вугільній промисловості України посилюються процеси, пов'язані з трансформацією форм власності, насамперед вугледобувних підприємств. Проте, через низьку інвестиційну привабливість підприємств галузі, проведення непослідовної державної політики, відсутність досконалого механізму реформування відносин власності та їх правового забезпечення - роздержавлення шахт і розрізів не відповідає ринковим вимогам та перетворенням, які відбуваються у національній економіці. На теперішній час у вугільній промисловості функціонують 167 вугледобувних підприємств різних форм власності, з них 93 відсотки державної власності.

В 2005 році розроблена Концепція розвитку вугільної промисловості. Згідно з якої фінансове забезпечення розвитку вугледобувної галузі передбачає залучення інвестицій.

Справа в тому, що сам інвестиційний процес бере початок з кожного окремого

підприємства, в надрах якого формується той імпульс, що надає руху інвестиційним циклам, які суттєво впливають на спрямованість та швидкість економічного розвитку країни.

Якщо розглядати сучасну українську економіку, можна виділити ряд факторів, які обумовлюють загальну низьку ефективність інвестиційних процесів в Україні. Серед таких антиінноваційних факторів основними є:

- низький попит на кінцевий продукт виробника;
- наявність альтернативних (не інноваційних) варіантів підтримки прибутковості бізнесу. Справа в тому, що інтерес підприємства до інноваційного ресурсу залежить від того, як співвідносяться його ціна і доступність з іншими видами ресурсів;
- швидкість обігу капіталу. Об'єктивно, одним із головних критеріїв формування пріоритетів інвестиційної політики є норма прибутку на капітал;
- низький конкурентний клімат вітчизняної економіки.

В економіці нашої країни, як показує практика, подібного ефективного конкурентного середовища не існує - має місце досить високий рівень монополізації серед вітчизняних підприємств і відсутня ефективна конкуренція з боку зарубіжних виробників. Високий рівень концентрації виробництва вітчизняної економіки є, по-перше, спадком від попередньої централізовано-планової системи і, по-друге, результатом не досить ефективної антимонопольної політики сьогодні. Що ж стосується конкуренції з боку зарубіжних економічних суб'єктів, то її інтенсивність ніколи не була значною, тому що привабливість українського ринку для вкладання інвестицій була і залишається не досить високою. Більш того, досить часто подібна конкуренція, як не парадоксально, стимулювала гальмування інноваційних процесів у нашій економіці. Подібні тенденції пояснюються тим, що, як правило, зарубіжні фірми виходили на наш ринок з морально застарілими технологіями та продукцією і, одночасно, прагненням не створювати собі в майбутньому потенційно сильного конкурента.

Зважаючи на це, як уявляється, механізмом вирішення цього протиріччя повинна стати науково обґрунтована, виражена та послідовна діяльність державних інститутів, спрямована на створення сприятливих передумов для підвищення інвестиційної активності економічних суб'єктів на вітчизняному ринку. Необхідно зауважити, що на сьогодні безперечним фактом є досить обмежений потенціал держави як основного інвестора, тому що загальна макроекономічна ситуація в Україні зумовлює досить мізерні можливості як бюджету (державного і місцевих), так і державних спеціальних фондів (наприклад, інвестиційного фонду України) брати участь у широкомасштабних інвестиційних проектах. Тому, одним з найбільш важливих завдань державної інвестиційної політики є стимулювання приватних інвесторів вкладати свої кошти в розвиток вітчизняної економіки.

Як показує практика найбільш привабливою формою залучення фінансових ресурсів для національної економіки є прямі інвестиції, бо, на відміну від запозичення, вони не лягають додатковим тягарем на внутрішній чи зовнішній борг держави. Проте в Україні на сьогодні ще не створені сприятливі умови для прямого інвестування у вітчизняну економіку. Більш того, і в найближчій перспективі не слід очікувати значного збільшення пропонування інвестиційних ресурсів з боку вітчизняних підприємств. Це зумовлене тим, що в Україні немає реальних підстав для суттєвого збільшення в найближчій перспективі доходів населення та більшості підприємств - основних суб'єктів заощаджень та інвестицій.

Найбільш привабливими та ймовірними джерелами необхідних фінансових потоків за цих умов можуть бути іноземні прямі інвестиції. Така форма інвестування

має ряд суттєвих переваг порівняно з іншими. По-перше, прямі іноземні інвестиції можуть забезпечувати трансферт технологій, ноу-хау - передових методів управління та маркетингу. По-друге, вони можуть сприяти найбільш ефективній інтеграції національної економіки у світову завдяки зростаючим зовнішнім контактам, різноманітному виробничому та науково-технічному співробітництву. Тому держава повинна забезпечувати привабливі умови для залучення іноземних інвестицій. У цьому контексті можна виділити ряд факторів, які або будуть зумовлювати реальні надходження іноземних прямих інвестицій, або перешкоджатимуть їм. Серед них:

- загальні умови накопичення та оподаткування, регулювання експорту та імпорту, характер банківської системи, механізм валютного регулювання;
- характер національного законодавства у цілому та спеціального законодавства, що визначає діяльність іноземних інвесторів;
- загальна економічна та політична стабільність, розвинута культура підприємництва, державного управління тощо.

Як показує практика інших країн з економікою подібного типу, особливу увагу іноземні інвестори звертають на останній факт. Це пояснюється тим, що навіть при пільгових умовах вкладення капіталу потенційна прибутковість від подібних вкладень перекривається політичним та комерційним ризиком, пов'язаним із загальною внутрішньополітичною та економічною нестабільністю, відсутністю нормального доступу до інформації, високим ступенем бюрократизму та корумпованості. Поліпшення інвестиційного клімату в Україні багато в чому буде визначатися змістом та характером дій державних органів влади, подальшим реформуванням адміністративної системи, успішністю проведення загальноекономічних реформ, спрямованих на досягнення стійкої макроекономічної стабільності

Висновки. Таким чином, в теперішній момент часу вугільна промисловість як вид підприємницької діяльності не є привабливою для іноземних та вітчизняних інвесторів, оскільки в порівнянні з іншими видами діяльності їй притаманна найбільша ступень залежності від зовнішніх джерел фінансування, а ефективність використання власних засобів є самою низькою та найбільш непристосованою до динамічних змін як зовнішніх, так і внутрішніх факторів. Отже, окрім ефективного керування, підприємства вугільної промисловості потребують гострий нестаток приватних інвестицій для функціонування та подальшого розвитку.

Виходячи із стратегічної важливості вугільної промисловості, яка гарантує енергетичну безпеку держави, держава повинна спрямувати усі зусилля на усесторонню підтримку, створивши для цього сприятливий клімат у вугільній галузі, який би об'єднав в собі сукупність політичних, економічних, організаційних та соціальних умов, які будуть визначати привабливість та доцільність інвестування вугільних підприємств.

Бібліографічний список

1. **Л. Алавердян.** Сравнительная оценка угольной промышленности как вида предпринимательской деятельности. – Економіст. - №5. – 2008. – с. 52-57.
2. **Тополов В.С., Грядущий Б.А., Петренко С.Я.** Энергоресурсы и энергопотребление в мире и Украине // Сбойка, 2007, № 2-3. – 44 с.
3. **Тополов В.С.** Стратегия развития угольной промышленности // Сбойка, 2007, № 2-3. – 44 с.

ЗУЙКОВ Р.П., ст.гр. МО 04-б

Науч. руков.: Гришина Ю.В., асс.

Автомобильно-дорожный институт Государственное высшее учебное заведение
«Донецкий национальный технический университет»,
г. Горловка

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Определена необходимость финансового анализа деятельности коммерческих банков в условиях экономической нестабильности; рассмотрены основные сценарии проведения такого анализа потенциальными клиентами банков.

Актуальность. В современных условиях, с уменьшением ценности национальной валюты и ростом инфляции, наиболее выгодным является хранение свободных денежных средств в форме банковских депозитов. При этом, наблюдается снижение доверия населения к банковским учреждениям. В подобных условиях необходимо выделить те основные показатели банковской деятельности, которые помогут потенциальным потребителям определить более надежные финансовые институты и снизить возможные финансовые риски.

Цель исследования: разработка рекомендаций по универсальной оценке банковской деятельности с целью минимизации финансовых рисков потребителя.

Основная часть. Прежде всего, для оценки финансового состояния интересующего банка в условиях большого количества разрозненной и противоречивой информации следует выбрать наиболее релевантную и наиболее достоверную. Среди основных источников здесь следует обозначить: официальные сайты Национального банка Украины, Министерства финансов Украины, отдельных коммерческих банков и т.д.; материалы финансовой отчетности, годовые аудиторские отчеты банков; аналитические статьи в источниках печати, имеющих статус официальных государственных и т.п. Также в данном случае не следует пренебрегать мнениями специалистов, а также возможно мнениями знакомых потребителю клиентов банка, которые заслуживают доверия.

Далее определяются основные направления, по которым необходимо провести анализ.

Условно можно выделить 3 этапа в процессе анализа: предварительный, собственно анализ и формулировка результатов.

На предварительном этапе, из полученной информации отбирается та, которая позволяет определить базовые характеристики банка, такие как размер и структура капитала банка (в данном случае, под структурой, кроме стандартного понимания, подразумевается долевое соотношение в общей сумме капитала соответственно национального и иностранного; данный критерий заслуживает особого внимания, поскольку сегодня большим спросом пользуются услуги банков с иностранным капиталом, которые считаются более надежными и конкурентоспособными). Также заслуживают внимание история банка, его владельцы либо основные акционеры, наиболее крупные и влиятельные клиенты и т.п.

На втором этапе – этапе собственно анализа – предположим два сценария, по которым может происходить деятельность потенциального клиента.

Первый – более простой, требует меньше затрат времени и труда, однако поэтому более поверхностный и менее надежный. Здесь сущность состоит в просмотре рейтингов банков, сравнительных характеристик сумм капитала, активов и обязательств, показателей эффективности (в частности, прибыльности). На основании

полученных результатов, потенциальный потребитель оценивает наиболее выгодный с его точки зрения вариант либо выбирает из нескольких вариантов.

При выборе конкретных вариантов особое внимание следует уделить тому факту, что наиболее выгодные с точки зрения потребителя варианты вложения средств являются и наиболее рисковыми, поэтому в данном случае является необходимым выбор «усредненного» соотношения доходности-уровня риска.[1]

Что же касается второго возможного сценария осуществления аналитической деятельности будущим клиентом, то здесь предполагается более основательный подход к проблеме, а именно – анализ показателей ликвидности, платежеспособности, маневренности капитала; оценка экономической эффективности деятельности и т.п. Данный вариант дает более весомые, надежные результаты, однако требует больше временных и трудовых затрат [2]. Следует также отметить, что для расчета и анализа ряда показателей, потенциальный потребитель должен обладать хотя бы минимальным уровнем знаний в области экономики, то есть данная методика является условно универсальной с данной точки зрения.

Финансовое состояние коммерческих банков характеризуется достаточностью капитала, качеством активов, ликвидностью баланса, эффективностью деятельности и уровнем управления (менеджментом) банка.

Капитал коммерческого банка выполняют несколько важных функций в ежедневной деятельности и для обеспечения долгосрочной жизнеспособности банка. Он служит для защиты от банкротства, компенсируя текущие потери до решения возникающих проблем; обеспечивает средства, необходимые для создания, организации и функционирования банка до привлечения достаточного количества депозитов; поддерживает доверие клиентов к банку и убеждает кредиторов в его финансовой силе. Капитал должен быть достаточно велик для обеспечения уверенности заёмщиков в том, что банк способен удовлетворить их потребности в кредитах, даже если экономика переживает спад.

Качество активов оценивается с точки зрения их возвратности (для кредитного портфеля) и способности своевременно и без потерь обращаться в платёжные средства (для ценных бумаг и основных средств).

Так как выдача ссуд составляет основу активных операций банка, то они (по мере возвращения) являются и основным источником для погашения обязательств перед клиентами. Поэтому затруднения при возврате средств банку могут вызвать наиболее серьёзные сбои в его работе. Таким образом, надёжность банка во многом будет определяться двумя величинами - размером кредитного портфеля (как основного источника риска) и объёмом просроченной задолженности (потерянные активы).

Ликвидность оценивается на основе способности превращать свои активы в денежные средства или другие платёжные средства для оплаты предъявляемых обязательств в случае, если имеющихся в наличии платёжных средств для этого не хватает.

Эффективность банка выражается в уровне его доходности и отражает положительный совокупный результат работы банка во всех сферах его хозяйственно-финансовой и коммерческой деятельности. За счет доходов банка покрываются все его операционные расходы, включая административно-управленческие, формируется прибыль банка, размер которой определяет уровень дивидендов, увеличение собственных средств и развитие пассивных и активных операций.

Доходность банка является результатом оптимальной структуры его баланса как в части активов, так и пассивов, целевой направленности в деятельности банковского персонала в этом направлении. [3]

Что же касается расчетных операций, если такие проводятся, то наиболее

популярные коэффициенты и методология их расчета приведены в таблице 1. [5]

Таблица 1 – Примеры расчетных коэффициентов для определения финансового состояния банка

Показатель	Что характеризует	Порядок расчета	Оптимальное значение
Коэффициент фондовой капитализации	Отображает возможность банка наращивать капитал за счет прибыли	Отношение уставного капитала к капиталу	Не менее 65%
Коэффициент рискованности кредитной политики	Характеризует рискованность кредитной политики	Отношение выданных срочных кредитов к капиталу	300-500%
Коэффициент клиентской базы	Показывает степень доверия к банку и доступность для банка максимально дешевых ресурсов	Отношение остатков на клиентских счетах до востребования к суммы обязательств банка	Не менее 20%
Коэффициент срочных депозитов	Характеризует уровень минимизации риска устойчивости	Отношение срочных депозитов к чистым обязательствам банка	20-45%
Коэффициент покрытия депозитов физ. лиц	Определяет способность банка рассчитаться с вкладчиками – физ. лицами за счет собственного капитала	Отношение депозитов физ.лиц к капиталу банка	100-300%

Выводы. Таким образом, в современных условиях потенциальный потребитель банковского учреждения для определения «точки равновесия» между уровнем желаемого дохода и риска должен провести оценку финансового состояния конкурирующих на национальном рынке банковских учреждений.

При этом возможны различные подходы к подобной оценке, такие как ознакомление с имеющимися аналитическими материалами, анализ статистической информации, отчетности, либо более времени- и трудоемкий коэффициентный анализ, который при этом является более обоснованным и результативным.

Бibliографический список

1. Інструкція № 10 Національного банку України "Про порядок регулювання та аналіз діяльності комерційних банків (затверджена Постановою Правління Національного банку України від 30.12.2003р. за №469).
2. Аналіз діяльності комерційного банку. Навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів / за ред. **Ф.Ф. Бутинця та ін.** – Житомир: ПП "Рута", 2001.-384с.
3. **Коваль В.М.** Методи забезпечення оптимального співвідношення між ліквідністю і доходністю комерційного банку // Фінанси України.-2000.-№2.-С.104-109.
4. **С. Халява.** Прибутковість і ліквідність комерційних банків та управління грошовою позицією - Вісник Національного банку України -2006. - № 5.
5. <http://www.dengi-ua.com> – электронный ресурс

ГОРОБЕЦЬ Ю.С., ст.гр. МО-056
Наук. керів.: Фархшатова О.В., ас.
Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу
«Донецький національний технічний університет»,
м. Горлівка

ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ПРОЦЕС ПОКРАЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Рассмотрены конкурентоспособность персонала и проанализированы основные направления ее повышения в настоящее время.

Актуальність. В Україні в сучасних умовах проблема підвищення конкурентоспроможності персоналу набула особливого важливого значення. Новостворені форми господарської діяльності і власності надають широкі можливості для формування і практичного використання безлічі мотивів і стимулів з метою підвищення продуктивності праці робітників а її потенціалу.

Мета дослідження: Теоретичний аналіз конкурентоспроможності персоналу та основних напрямків його покращення в сучасних умовах.

Основна частина. В сучасних умовах і під тиском науково-технічного прогресу потрібні універсально підготовлені керівники та персонал. Високої кваліфікації в будь-якій вузькопрофесійній області сьогодні вже недостатньо для того, щоб ефективно управляти людьми та досягати істотних результатів.

Рівень кваліфікації трудового потенціалу разом з організацією та мотивацією праці стає вирішальною ланкою в підвищенні конкурентоспроможності. Ці три складові – мотивація, організація, кваліфікація – пов'язані і взаємно доповнюють один одну. Успішна розробка та впровадження нових технологій неможливі без піднесення матеріальної зацікавленості кадрів в результаті їхньої праці. Це, в свою чергу, потребує розвитку ініціативи і творчого ставлення до праці, що обумовлює розширення виробничих функцій, гнучкість форм організації праці.

Конкурентоспроможність (взагалі), - як соціально-економічна категорія - це спроможність, вміння досягати законним шляхом найвищих економічних та соціальних переваг. З цього визначення виходить важливий практичний висновок про те, що конкурувати (досягати найвищих економічних та соціальних переваг) можливо: а) самому з собою (у часі: коли результати досягнуті в попередній період діяльності та результативність за аналогічний останній період суттєво відрізняються); б) один з одним (суперництво за досягнення будь-чого); в) колективу з колективом; г) продукції даного виду з аналогічною продукцією і т.д. [1].

Конкурентоспроможність персоналу слід розглядати, по-перше, як головну складову конкурентоспроможності підприємства; по-друге, як вирішальний чинник конкурентоспроможності продукції підприємства на ринку; по-третє, як здатність конкурувати на ринку праці; по-четверте, як здатність реалізувати власний потенціал на конкретному підприємстві [4].

Одним з головних положень Послання Президента України до Верховної Ради України: «Україна: поступ у ХХІ сторіччя, стратегія економічного і соціального розвитку, починаючи з 2000 року» є питання покращення дії системи матеріального стимулювання працівників, нормативно – правового забезпечення охорони праці, удосконалення системи навчання та підготовки кадрів. Названі положення є пріоритетними напрямками державної політики, від реалізації яких багато в чому залежить покращення виробничого процесу та соціально – економічного розвитку

нашої держави [3].

Слід зауважити, що на даному етапі головними причинами обмеження такого розвитку, є, по – перше, політична нестабільність, злочинність, корупція. По – друге, неефективна система мотивації праці: низька заробітна плата, несвоєчасна її виплата, відсутність дійових моральних та матеріальних стимулів до праці, соціальних пільг та гарантій. По – третє, значні недоліки управління: недосконала організація праці, слабкий контроль за працею підлеглих, негнучка політика стимулювання.

Саме ці явища, і, зокрема, особливо низька конкурентоспроможність праці робітників, яка є наслідком дії неефективної системи мотивації праці, і створення сприятливих умов для розвитку виробництва в Україні, приваблюють до себе багатьох дослідників.

Розглядаючи мотивацію праці на підприємствах України, слід зазначити, що діюча система матеріального стимулювання персоналу, як основна складова частина системи мотивації, перейняла здебільшого риси, притаманні попередній системі господарювання. З причини відсутності прямої залежності розміру премій від конкретних результатів роботи працівників структурних підрозділів підприємства, премія перестала виконувати свою головну функцію – стимулюючу і перетворилась в просту надбавку до окладу [5].

Відсутність науково – обґрунтованої системи планування, організації, мотивації та контролю діяльності виробничих підприємств, а також виважених критеріїв роботи працівників структурного підрозділу призвели до так званої «зрівнялівки» в системі преміювання. А відсутність висококваліфікованих кадрів, спроможних забезпечити організацію і функціонування підприємств за ринкових умов, зводять практично нанівець усі спроби розробки, в якій чільне місце належить системі мотивації, яка є спонукаючим елементом розвитку конкурентоспроможності працюючих.

Подальше послаблення конкурентоспроможності персоналу неминуче приведе до загострення негативних економічних наслідків для нашої держави. Тому саме зараз особливу актуальність набуває необхідність розробки науково обґрунтованого ефективного підвищення конкурентоспроможності персоналу, який би зміг за допомогою дійових важелів і стимулів підвищити зацікавленість працівників продуктивно і якісно працювати, розвинути їх конкурентоспроможність, забезпечити якісне оновлення трудового менталітету. Слід розробити такий інструментарій мотиваційного механізму, який дозволив би поєднати в єдине мету і результати, щоб на практиці реалізувати ціле – орієнтовану мотивацію високопродуктивної праці персоналу – адміністрації, службовців і робітників. Головною пружиною цього мотиваційного механізму є оцінка праці, у відповідності з якою організовується система стимулювання [3].

Рівень конкурентоспроможності робочої сили визначається як ступінь можливостей працівника витримати конкуренцію з боку реальних або потенційних претендентів на його робоче місце або претендувати самому на інше, більш престижне.

У формуванні конкурентоспроможності працівників мають значення різні фактори, які є, у свою чергу, її складовими. Перерахуємо деякі з них [1]:

1. Професійна придатність працівника – це відповідність психофізіологічних і соціально-психологічних особливостей особи вимогам професії (спеціальності, робочого місця, посади), відповідність людини цим вимогам з погляду стану її здоров'я і фізичного розвитку, ступінь відповідності оволодіння громадянином загальними, професійними знаннями, уміннями і навичками, належну психологічну, моральну та економічну готовність працівника до продуктивної праці в організації.

2. Стимулювання розвитку працівників (матеріальне, нематеріальне) є винятковими і у свою чергу досить важливими складовими конкурентоспроможності

персоналу організації.

3. Ступінь задоволеності працівників виконуваною ними працею. Якщо працівник цілком задоволений виконуваними завданнями, власним результатом та ще й отримує при цьому задоволення, працівник на рівні даного підприємства та ринку персоналу є конкурентоспроможним.

4. Підвищення ролі і відповідальності працівника за доручену ділянку роботи в структурі конкурентоспроможності персоналу значною мірою обумовлене моральною та психологічною готовністю особистості до професійної діяльності, відповідністю робочому місцю чи посаді, яку він обіймає.

5. Творчі здібності працівника. Це може бути володіння суміжними професіями, володіння новими інформаційними технологіями, новою технікою і технологіями, неординарність у прийнятті рішень та ін.

6. Стан здоров'я і фізичного розвитку працівника. Працівник повноцінно може виконувати поставлені перед ним завдання.

На думку науковців конкурентоспроможність персоналу повинна оцінюватися за такими напрямками [2]:

1. Індекс конкурентоспроможності працівника (визначає ступінь його відповідності оптимальним конкурентним характеристикам).
2. Співвідношення між ціною та якістю робочої сили.
3. Співвідношення корисного ефекту від споживання праці персоналу та її ціни.

Отже, лише систематична та об'єктивна оцінка конкурентоспроможності працівників, що динамічно відбивається на оплаті праці, має реально стимулювати працівника до вдосконалення професійно-кваліфікаційних якостей, розробки інновацій у будь-якій сфері трудової діяльності.

Взагалі кадрова політика - основа конкурентноздатності персоналу сучасного підприємства і має співпадати з концепцією розвитку виробництва. Одним із найважливіших напрямів забезпечення продуктивної зайнятості є зростання вимог до якості робочої сили – це сукупність людських характеристик, що виявляються в процесі труда, вони включають особливі якості, його здоров'я, та розумові здібності. На сьогоднішній день до працівників, які швидко адаптуються до сучасних мінливих умов. Згідно науковій літературі виділяються шість груп трудового потенціалу: висококваліфіковані професії, представники масових професій, кваліфіковані робітники, представники традиційних професій, непрестижні професії. Якість трудового потенціалу визначається у кваліфікації – як рівень професійної придатності працівника [3].

Кадрова політика на підприємствах майбутнього повинна будуватися на наступних принципах: повна довіра до співробітника і надання йому максимальної самостійності; у центрі економічного управління повинні бути не гроші, а людина і її ініціатива; результат діяльності підприємства визначається ступенем згуртованості колективу; максимальне делегування функцій управління співробітникам; розвиток мотивації працівників. У зв'язку з розробленими стратегічними концепціями управління персоналом пред'являються і нові вимоги до формування якостей у майбутніх менеджерів по кадрам, зокрема, цілеспрямованості, масштабності, комунікативності, здатності аналізувати і вирішувати комплексні проблеми, синтезувати рішення в умовах невизначеності й обмеженості, тому аналізу персоналу потрібно приділяти велике значення, також це має великий вплив на конкурентоспроможність як на сукупність якісних та власних характеристик специфічного товару «робоча сила», що забезпечує задоволення конкурентних потреб роботодавця в працівниках певної професії.

Для досягнення конкурентоспроможності працівників необхідно [2]:

1. закріпити спеціалістів за певними підрозділами;
2. встановити заохочення;
3. в усіх управліннях створити діючу систему винагород.

Планомірна робота з управлінськими кадрами, з резервом, який повинен будуватись на таких організаційних формах, як планування ділової кар'єри, підготовка кандидатів на висунення по індивідуальним планам, стажування на відповідних посадах. Перехід від переважно адміністративно - командних методів управління кадрами до форм оцінок, підбору та їх розстановки. Кадрові служби в сучасних умовах стають органами організаційно-методичного забезпечення виборності та конкурентності, періодичної звітності посадових осіб перед трудовим колективом, що потребує від працівників по кадрам вміння застосовувати методи психологічного тестування та методики вивчення громадської думки[1]. Перед головою правління стоїть робота не тільки, щоб правильно організувати роботу людей, а й виховувати у працівників усвідомлення значимості виконуваної справи, виховувати інтерес до своєї праці.

Основними факторами конкурентоспроможності персоналу та підвищення продуктивності праці є[5]:

1. шанси просування по службі;
2. оплата, пов'язана з результатами праці;
3. визнання добре виконаної праці;
4. робота, що потребує творчого підходу;
5. складна і важка праця;
6. праця, яка потребує самостійного аналізу;
7. високий рівень відповідальності;
8. цікава робота;

Висновки. Таким чином, в ході теоретичного аналізу необхідності конкурентноспроможного потенціалу персоналу та його покращення було визначено, що ефективне управління конкурентоспроможністю персоналом має базуватися на врахуванні специфічних факторів, які визначають особливості розвитку організації, завдання, які постають перед нею у кожен конкретний момент та необхідність досягнення стратегічних цілей. До складу системи управлінських дій входять планування ресурсів, набір персоналу, його відбір, визначення заробітної плати й пільг, мотивація персоналу, професійна орієнтації й адаптація, навчання та оцінка результатів трудової діяльності. Тільки єдність усіх перерахованих елементів управління персоналом стає запорукою досягнення визначених цілей, у тому числі й загальних цілей організації – забезпечення конкурентоспроможності працюючих.

Бібліографічний список

1. **Маслов В.И.** Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры: Учебник. – М.: Финпресс, 2004. – 286 с.
2. **Грішнова О.А.** Економіка праці та соціально-трудові відносини.—К.: Знання, 2006.—с.346-347.
3. **Федулова Л.** Конкурентоспроможність підприємства // Економіст.—2007. — №12.—30с.
4. **Фатхутуинов Р.А.** Организация производства.—М.: Инфра-М, 2002.—160с.
5. <http://studentbooks.com.ua/content/view/>.

ЖМАЙЛО Ю.А., ст.гр. МО-08маг

Науч. Руков.: Кулаков В.А., к.т.н., доц.

Автомобильно-дорожный институт Государственное высшее учебное заведение

«Донецкий национальный технический университет»,

г. Горловка

МАРКЕТИНГ - ЗАЛОГ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрена необходимость и эффективность внедрения маркетинга на автотранспортном предприятии. Проведение сегментации на предприятии, как эффективного маркетингового мероприятия. Проанализированы направления развития автотранспортного предприятия.

Актуальность. Для успешного функционирования на рынке любое предприятие, в том числе и автотранспортное предприятие (АТП), экспедиционное и посредническое должно владеть правилами поведения на рынке, знать основные законы рыночной деятельности и уметь вовремя подготовиться и приспособиться к изменению рыночных условий. Большую помощь по этим и другим вопросам рыночной деятельности может оказать изучение основ маркетинга. Маркетинг является одной из наиболее новых и современных концепций рыночной деятельности. Глубокое изучение теории маркетинга позволит выбирать правильный путь рыночного развития предприятия, прогнозировать спрос на автотранспортные услуги, разрабатывать стратегию развития АТП, планировать расходы на маркетинговую деятельность и т.д.

В последние годы маркетинг стал рассматриваться как ведущая функция управления, определяющая не только рыночную, но и производственную политику предприятия. Маркетинг представляет собой сложную и динамическую систему, обеспечивающую рыночную ориентацию управления предприятием. [1]

Цель исследования: Теоретическое обоснование и анализ эффективности применения маркетинга на АТП. Используя маркетинг, предприятие активно реагирует на рыночные явления, проводит продуманную, хорошо скоординированную политику завоевания рынков сбыта. Предприятие направляет свою деятельность по двум путям:

1. Приспосабливает ассортимент предлагаемых услуг к требованиям рынка;
2. Активно формирует потребности и спрос с целью наиболее прибыльной реализации имеющихся ресурсов.

Применение концепции маркетинга позволит создать предприятие, наиболее полно отвечающее мировым требованиям. Деятельность данного предприятия будет ориентирована на рынок и потребности клиентуры, что будет заставлять АТП постоянно совершенствовать свою производственную деятельность для лучшего удовлетворения потребностей обслуживаемой клиентуры.

Основная часть. Специалист по маркетингу выполняет большой комплекс работ по изучению спроса, удовлетворению потребностей, оформлению товара, установлению цен, распределению товаров по рынкам, разработке рекламы и т.д.

Под стратегией маркетинга обычно понимают процесс анализа возможностей формы, выбора целей - разработки и формулировки планов и осуществления маркетинговых мероприятий, контроль за их реализацией.

Процесс разработки стратегии маркетинга можно начинать по трем основным направлениям:

1. Поиск возможностей АТП;
2. Определение целей АТП;
3. Оценка имеющихся ресурсов АТП.

Эффективность пользования маркетинговых возможностей зависит от того, в какой степени АТП может учесть условия внешней среды, лучше, чем ее конкуренты.

Для достижения успеха на рынке автотранспортных услуг необходимо выполнение следующих условий:

1. Наличие налаженных связей с клиентурой;
2. Наличие опыта работы в данной области;
3. Наличие возможностей для хранения, погрузки–разгрузки и доставки грузов;
4. Наличие доверия у клиентуры к данным АТП.

Маркетинговые возможности, предоставляющиеся фирме, называются комплексом возможностей фирмы. Будущее фирмы зависит от широты и разнообразия этого комплекса. [2]

На предприятии СП “Автобаза” ГП “Орджоникидзеуголь” проведено маркетинговое исследование и принято решение о проведении сегментации на рынке услуг, предлагаемых предприятием. Сегментация дает возможность:

- более точно очертить целевой рынок в значениях потребностей клиентов;
- определить преимущество и слабости АТП в борьбе за освоение данного рынка;
- более точно поставить цели и прогнозировать возможности успешного проведения маркетинговой программы.

По результатам исследования, методом экспертных оценок, определили, что наиболее влиятельные факторы сегментации: вид груза и стоимость перевозок. Поэтому сегментация была проведена именно по этим признакам.

Развитие АТП может идти по 3 основным направлениям, соответственно выделяются 3 уровня анализа возможностей развития АТП:

1. Возможности, имеющиеся в существующей товаропроводящей системе (интенсивное развитие);
2. Возможности из других элементов системы маркетинга (комплексное развитие);
3. Возможности, лежащие вне существующей системы маркетинга (диверсифицированное развитие).

Интенсивное развитие. Возможно, если еще есть скрытые резервы в производимых услугах и завоеванных рынках. Существует 3 основных типа развития:

1. Проникновение на рынок. Попытаться за счет более активной маркетинговой политики увеличить объем продаж имеющихся услуг на существующих рынках. При этом АТП может:

- a. Попытаться побудить клиентов к увеличению потребления услуг путем ускорения модернизации услуг, рекламы новых областей использования, снижения цены;
- b. Завоевание клиентуры конкурирующих АТП путем активизации деятельности по продвижению услуг на рынке;
- c. Привлечение потенциальных покупателей путем рекламы новых способов использования услуг.

2. Расширение рынка сбыта (выход на новые рынки). Выход на новые рынки с имеющимися услугами – расширение продаж. При этом АТП может:

- a. Открыть для себя новые географические рынки;
- b. Попытаться привлечь другие сегменты рынка путем разработанных новых модификаций услуг, использование других каналов сбыта и рекламы.

3. Разработка новых услуг. Разработка более совершенных услуг для существующих рынков – увеличение объема продаж. При этом АТП может:

- a. Улучшить потребительские характеристики;

- b. Создать различные модификации услуг;
- c. Разработать новые виды услуг.

Комплексное (интегрированное) развитие. Этот путь выбирается АТП, если его вид деятельности имеет перспективы развития или оно может увеличить прибыль путем контроля над поставщиками, товаропроводящей системой и подавления конкурентов.

1. Вертикальная интеграция. Возможны 2 направления:

- a. Поглощение поставщиков или увеличение контроля над ними;
 - b. Завоевание товаропроводящей системы или увеличение контроля над ней.
- АТП выбирает этот путь, если посредники имеют высокие темпы прибыли или если она не удовлетворена их работой.

2. Горизонтальная интеграция. АТП или полностью приобретает некоторых конкурентов или увеличивает контроль над ними.

Диверсифицированное развитие. Используется в тех случаях, когда АТП считает, что существующая система маркетинга себя исчерпала, и оно будет искать возможности увеличения прибыли вне этой системы. При этом АТП будет стремиться выявить сферу деятельности, в которой оно имеет хорошие конкурентные позиции. Существует 3 вида диверсификации:

1. Концентрическая. Расширение ассортимента услуг за счет новых. Их совокупность с существующими услугами может привести к техническому и маркетинговому синергизму (явление в деловой практике, когда совокупный результат превосходит сумму отдельных эффектов). Новые услуги привлекают новые группы покупателей.

2. Горизонтальная. Расширение АТП ассортимента услуг за счет аналогов в надежде вызвать интерес у традиционной клиентуры или посредников.

3. Многоотраслевая. Попытки АТП расширить ассортимент для потенциальных клиентов. Новые услуги не связаны с имеющимися технологией, сырьем, рынками сбыта.

Для выбора возможностей АТП необходимо иметь четкое представление о своих намерениях в сфере предпринимательства:

- 1. Формированию у сотрудников такого представления об их роли в деятельности АТП;
- 2. Созданию основы для построения всей деятельности АТП;
- 3. Созданию предприятий для контроля деятельности АТП.

Цели АТП должны:

- a. соответствовать определенным критериям;
- b. определенным образом упорядочены;
- c. иметь количественное выражение;
- d. быть реальными и достижимыми;
- e. не противоречить друг другу.

Цели АТП определяют направления развития его деловой активности. Стратегия – план достижения целей АТП, в нем отражаются все элементы маркетинга, финансовые ресурсы, производственные возможности.

В основе стратегии маркетинга лежит пять стратегических концепций:

- a. сегментация рынка, т.е. выделение конкретных целевых рынков в рамках совокупного рынка;
- b. выбор целевых рынков в рамках совокупного рынка;
- c. выбор месяца выхода на рынок;
- d. выбор методов и средств маркетинга;
- e. выбор времени выхода на рынок.[3]

Выводы. Таким образом, следует отметить, что маркетинг является одной из наиболее новых и современных концепций рыночной деятельности. Глубокое изучение теории маркетинга позволит выбирать правильный путь рыночного развития предприятия, прогнозировать спрос на автотранспортные услуги, разрабатывать стратегию развития АТП, планировать расходы на маркетинговую деятельность и т.д.

На предприятии СП “Автобаза” ГП “Орджоникидзеуголь” проведено маркетинговое исследование и принято решение о проведении сегментации на рынке услуг, предлагаемых предприятием.

Развитие АТП может идти по 3 основным направлениям, соответственно выделяются 3 уровня анализа возможностей развития АТП: интенсивное развитие, комплексное развитие, диверсифицированное развитие.

Библиографический список

1. Кулаков В.А., Борданов С.В.- Некоторые вопросы формирования рынка автотранспортных услуг. - К., 1998. с.б Деп. В ГНТБ Украины 28.09.98 №417.
2. Миротин Л.Б., Гольдин А.Г., Колик А.В. осбие /Основы маркетинга на грузовом автомобильном транспорте : Учебное п МАДИ . -М.. 1991.-94 с.
3. Кулаков В.А. Труш Е.А. Управление комплексом маркетинговых коммуникаций автотранспортного предприятия в современных условиях.-К., 2002 .-8с.-Деп. в ГНТБ Украины 10.06.201)2, №87.

МІРОШНИЧЕНКО Т.О., ст. гр. МО–06 б

Наук. керів.: Кравцова Л.В., ст.пр.

Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу
«Донецький національний технічний університет»,
м. Горлівка

СИСТЕМА РЕГУЛЮВАННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ І ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ

Определена совокупность проблем теоретического и методологического обоснования управления фондом заработной платы на предприятии. Раскрыта несогласованность системы экономических и правовых категорий относительно фонда заработной платы. Выявлены недостатки функционирования механизма регулирования заработной платы и обозначены факторы частичной утраты заработной платы стимулирующей функции.

Актуальність. Ефективне управління будь-якою економічною системою чи підсистемою виходить з наукового обґрунтування побудови системи управління чи процесу управління. Фонд заробітної плати підприємства є суттєвим елементом розподільчих відносин, вагомим тимчасовим джерелом фінансових ресурсів підприємства та джерелом фінансових ресурсів, які забезпечують життєдіяльність і соціальні потреби працівників підприємства та їхніх родин. При трансформації національної економіки України від адміністративної до ринкової принципові засади утворення та функціонування фонду заробітної плати підприємства не змінилися. Причини полягають як у певній інерції функціонування економічних систем і мислення керівників підприємств, так і у відсутності достатньої обґрунтованості трансформації управління фондом заробітної плати. Очікуване обґрунтування має полягати удосконаленні теоретичних і методологічних засад управління фондом заробітної плати та розробці інноваційних способів емпіричного управління.

Ціль дослідження: виявлення пріоритетних напрямів удосконалення теоретичного забезпечення управління фондом заробітної плати на підприємстві. Об'єктом дослідження є заробітна плата як економічна категорія, чільна в системі економічних категорій, які стосуються доданої вартості на підприємстві і фінансового забезпечення робочої сили. Предметом дослідження є фонд заробітної плати підприємства як специфічний об'єкт управління.

Основна частина. Теорії заробітної плати підтримує, зокрема Р.Барр. Яскравими прикладами дедуктивних теорій заробітної плати є теорії Р. Оуена, Н.Сеніора, А. Сміта, які поширюють на заробітну плату положення загальних теорій вартості і цін.

Розрізняють два принципові підходи у розумінні сутності заробітної плати:

- заробітна плата є результатом розподілу доданої вартості за працюю, котра представляє собою грошовий еквівалент частки трудового внеску працівника в кінцевий спільний результат праці;
- заробітна плата є результатом розподілу доданої вартості за вартістю робочої сили, коли її величина відповідає ціні продуктів(життєвих засобів), необхідних для відтворення саме цієї робочої сили.

Історія фонду заробітної плати, заснована Міллем, за своїм змістом дедуктивною і спирається на тезу, що рівень заробітної плати в будь якій праці у певний час визначається двома показниками: кількістю запасу, призначеного для виплати заробітної плати, тобто фондом заробітної плати, та кількістю працюючих. Суттєві недоліки теорії фонду заробітної плати полягають у відсутності визначення взаємозв'язку між величиною фонду і продуктивністю праці, між величиною фонду і мінімальною заробітною платою, необхідною для забезпечення відтворення робочої сили. Основним джерелом формування недоліків теорії фонду заробітної плати є односторонність сприйняття її тільки як результату розподілу створеної доданої вартості, а не одночасне розуміння як грошового еквіваленту частки трудового внеску працівника в кінцевий спільний результат праці. Відповідно основним напрямом доповнення теорії фонду заробітної плати є комплексне розуміння його утворення як результату взаємодії процесу розподілу створеної доданої вартості і процесу формування вартості робочої сили.

Правове розуміння заробітної плати містить суттєві розбіжності із розумінням заробітної плати як економічної категорії. З юридичного погляду заробітну плату можна розглядати в двох аспектах. По-перше, як правовий інститут трудового права, що охоплює систему правових норм, які регулюють порядок виплати, систему та критерії оплати праці тощо. По-друге, заробітну плату можна розглядати як елемент трудових правовідносин. Ґрунтуючись на ст. 21 КЗпП України, можна стверджувати, що заробітна плата є суб'єктивним для роботодавця обов'язком, який впливає зі змісту трудового договору. Водночас вона є винагородою, на яку має право претендувати працівник за виконану роботу. Отже, заробітна плата – це оплата затрат живої праці в процесі суспільного виробництва.

Якщо ґрунтуватися на структурі заробітної плати, зазначеної у ст.2 Закону України «Про оплату праці», під заробітною платою можна розуміти будь-яку виплату роботодавця працівникові в грошовій або натуральній формі.

Розширення структури заробітної плати з фіскальною метою призводить до викривлення її змісту, зменшення або приховування частини фонду оплати праці, погіршення обліку і статистики заробітної плати. У Законі України «Про податок з доходів фізичних осіб» зазначається: «Для цілей цього Закону під терміном «заробітна плата» розуміються також інші заохочувальні та компенсаційні виплати або інші виплати та винагороди, які виплачуються платнику податку у зв'язку з відносинами

трудового найму згідно із законом». Таке розширення структури заробітної плати приводить до спотворення її економічного змісту. Друга група проблем стосується удосконалення механізму формування функціонування фонду оплати праці. Заробітна плата є головним джерелом доходу переважної більшості населення як країн, що перебувають у стані ринкової трансформації, так і країн з розвинутою ринковою економікою. У структурі доходів населення країн ЄС частка зарплати становить 70%; доходи від власності – 4%; соціальні трансферти – 26%.

Децентралізовану систему регулювання оплати праці реалізує безпосередньо власник підприємства, який визначає фонд заробітної плати, темпи зростання заробітної плати, залежно від економічного стану, і фінансових можливостей підприємства, вимог виробництва до залучення й утримання працівників, загальної економічної кон'юнктури в країні та в регіоні. Саме на рівні децентралізованого регулювання оплати праці виникають чинники, які приводять до недостатності виконання заробітною платою стимулюючої функції. Втрата мотиваційної природи заробітної плати пов'язана з недостатністю її диференціації на рівні підприємств відповідно до рівня складності праці, кваліфікації працівників і умов праці. Сучасні тенденції динаміки заробітної плати і взаємопов'язаної динаміки економічного розвитку країни обмежують доцільність простого підвищення заробітної плати. Зокрема, починаючи з 2005 року, праця стала лімітуючим чинником потенційного зростання ВВП.

Третя група проблем теоретичного обґрунтування процесу управління фондом заробітної плати на підприємстві пов'язана з тим, що сучасні тенденції трансформації мотиваційної природи заробітної плати у світі та в Україні цілком протилежні. Основна відмінність полягає у такому зменшенні заробітної плати в Україні, що підвищення її рівня переважно не призводить до посилення мотивації праці. Втрату заробітною платою стимулюючої функції можна вважати і наслідком суттєвого зниження її рівня в період кризових явищ в економіці України. Відомо, що при зменшенні заробітної плати значно знижується і мотивація працівника до праці і якість його роботи. Після відновлення рівня заробітної плати мотивація та якість роботи працівника залишаються на низькому рівні.

Заробітна плата є важливою мотиваційною складовою продуктивної зайнятості. Дослідження взаємозв'язків між зайнятістю і заробітною платою, виконані Ю.Спасенко і С. Шелешковою на етапі ринкових перетворень в Україні, вказує на те, що низька ціна трудових послуг стає суттєвим чинником протидії економічному зростанню, оскільки підтримує неефективну зайнятість, призводить до нагромадження обсягів прихованого безробіття. Зниження продуктивності праці, поширення вторинної зайнятості та зайнятості в неформальному, тіньовому секторі економіки, деградації робочої сили. Низький рівень заробітної плати, соціально і економічно необґрунтована її міжгалузева, міжсекторальна, міжрегіональна диференціація обумовлені відривом системи оплати праці від основних макроекономічних показників, диспропорціями в динаміці економічних показників зайнятості.

Висновки. Таким чином, розвиток теоретичного обґрунтування функціонування фонду заробітної плати має спиратися на інтеграцію розуміння заробітної плати як ціни праці відповідно до потреб відтворення робочої сили. Така інтеграція призведе до формування дуалістичної категорії фонду заробітної плати. Потребують узгодження правові й економічні категорії заробітної плати, оплати праці, фонду оплати праці, що дасть змогу поліпшити організацію оплати праці на підприємстві та ефективність функціонування фонду оплати праці. Відповідного методичного обґрунтування потребує регенерація основних функцій заробітної плати: відновлювальної і стимулюючої. Це дасть змогу досягти сталого зростання економічних і фінансових результатів діяльності підприємств та підвищити соціальні стандарти життя населення.

Бібліографічний список

1. Кодекс Законів про працю України від 10.12.1971 №322-VIII із змінами і доповненнями // zakon1.rada.gov.ua.
2. **Вачевська Н.Л.** Теоретичні аспекти заробітної плати в умовах ринкової економіки // Актуальні проблеми економіки. – 2005. - №1. – С. 177 – 187.
3. **Шелешкова С., Спасенко Ю.** Заробітна плата як мотиваційна складова продуктивної зайнятості // Україна: аспекти праці. – 2006. - №4. – С. 9 – 16.

ФАДИНА Т.И., ст.гр. МО-08маг

Наук.керів.: Коверга С.В., к.э.н., доц.

Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу

“Донецький національний технічний університет”,

м. Горлівка

СТАН ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Рассмотрены вопросы эффективного управления предприятием строительной отрасли путем улучшения использования трудового потенциала, с целью формирования обеспечения эффективной деятельности предприятия.

Актуальність. Управління персоналом один з головних аспектів ефективного управління підприємством. В сучасних умовах управління підприємством істотно підвищилась роль і місце людського чинника. Саме працівники підприємств, їхній високий професіоналізм і майстерність забезпечують необхідний ріст продуктивності праці, якості послуг, досягнення фінансових показників діяльності підприємства. [6]

Питанням розвитку управління трудового потенціалу присвячено багато наукових праць М. Долішнього[2], Л. Янковської[3], М. Дергаусова [3], А. Білоусова[1], В.П.Мица [7], О.Ю.Чубукова, З.Я.Шацька [6], О.В.Гривківська, Ж.В.Соловійов [5] та ін.

У вище зазначених працях знайшли своє відображення окремі аспекти управління персоналом, використання трудового потенціалу, мотивації робітників, підвищення продуктивності праці. Але, разом з тим, необхідно зазначити, що в сучасних умовах з'являються нові особливості управління персоналом, які вимагають більш глибокого вивчення. Наприклад управління персоналом під час кризи.

«Трудовий потенціал» - це сукупна чисельність громадян працездатного віку, які здатні та мають намір здійснювати трудову діяльність. [2]

Метою статті є дослідження питань формування ефективного управління підприємством будівельної галузі шляхом покращення використання трудового потенціалу в умовах кризи.

Будівництво – матеріально утворювальна галузь, яка відіграє ключову роль в підйомі економіці. Це стосується як матеріально-технічного, так і безпосередньо трудового потенціалу. Але, як бачимо на сьогоднішній день, становище трудового потенціалу погіршується, що пов'язане з тим, що на розвиток трудового потенціалу впливають внутрішні (набір потрібних кандидатів, якісна оцінка працівників, підготовка кадрів та ін.) та зовнішні (тенденції в економіці, демографії, технології, політиці, законодавстві та ін.) чинники. [7]

У січні - лютому 2009 року підприємствами України виконано будівельних робіт на суму 3,6 млрд. грн., що у порівнянних цінах становить всього 42,7% до обсягів будівництва у відповідному періоді попереднього року (рисунок 1).

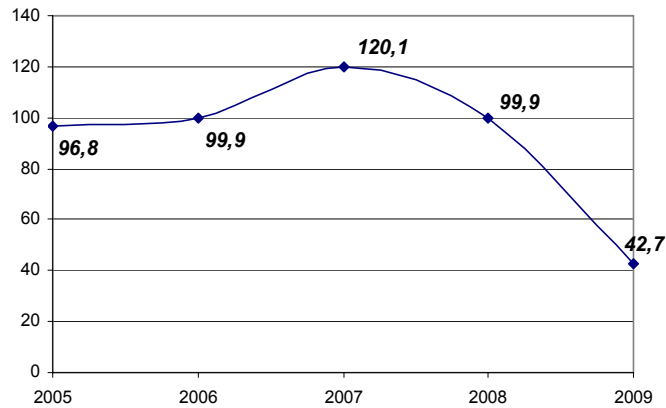


Рисунок 1. – Зміни обсягів будівельних робіт за січень – лютий (у % до відповідного періоду попереднього року) [8]

Таким чином, кількість обсягів будівельних робіт за січень – лютий 2009 р. у порівнянні з відповідним періодом 2008 р. знизилась на 57,2 %. Це означає зменшення замовлень на різні види будівельних робіт, що тягне за собою вивільнення працівників з даної сфери.

Таблиця 1. – Порівняльна характеристика структури і складу трудових ресурсів ТОВ «Стиролбудмонтаж» та галузі загалом

№	Назва показника	Од. вим.	Період				
			2005	2006	2007	2008	2009 січень
1	Середньорічна кількість працівників зайнятих на будівництві	тис. чол.	431	441	461	470	430
2	Вивільнення працівників зайнятих на будівництві	%	8,4	6,7	6,5	7,9	12
3	Середньорічна кількість працівників ТОВ «Стиролбудмонтаж»	тис. чол.	870	920	1100	1250	400
4	Вивільнення працівників ТОВ «Стиролбудмонтаж»	%	6,33	12,16	11,99	12	68
5.	Середньорічна заробітна плата працівників зайнятих на будівництві	грн.	894	1140	1486	1832	1700
6.	Середньорічна заробітна плата працівників ТОВ «Стиролбудмонтаж»	грн.	1100	1350	1400	1500	900

Таким чином, середньорічна кількість працівників зайнятих на будівництві скоротилась на 12% у 2009 р. (січень) у порівнянні з 2008 р. Середньорічна кількість працівників ТОВ «Стиролбудмонтаж» скоротилась на 68 %.

Основна проблема складається в тім, що під час скорочення штату було звільнено більшу частину кваліфікованих працівників. Це пов'язано з тим, що на підприємстві працювали люди, які мали пільги при звільненні (рисунок 2). Тому деякі працівники не мають достатнього рівня компетентності, що впливає на якість послуг. З однієї сторони підприємство має достатню кількість працівників для нормального функціонування, а з іншої – працювати нікому. Адже є такі робітники, які працюють декілька місяців та не мають досвіду роботи, але так сталося, що згідно законодавству

їх не мають права позбавити роботи. Саме тому підприємство залишається в невідгідних для себе умовах, ще і під час фінансової кризи в країні.

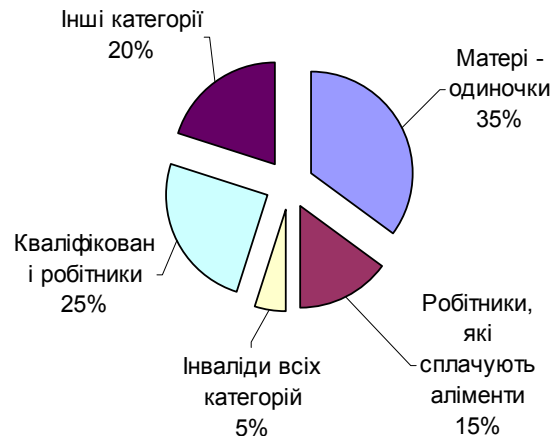


Рисунок 2 – Категорії робітників, які працюють на ТОВ «Стиролбудмонтаж»

Таким чином, можна зробити висновок, що трудовий потенціал є конкурентною перевагою кожного підприємства, від якості та ефективності використання якого залежать результати діяльності підприємства в цілому та його конкурентоспроможність. Людина є найважливішим елементом виробничого процесу на підприємстві [5]. Саме тому важливе значення має те, що багато співробітників не зацікавлені в результатах діяльності підприємства, тому працюють менш ефективно, не прикладають зусилля для досягнення цілей. Така поведінка працівників зрозуміла, адже важко працювати «сьогодні», не знаючи чи працюєш ти «завтра». Ще однією проблемою є те, що певна кількість «ключових» співробітників залишившись без роботи виїждять працювати за кордон, де потрібні їх знання та послуги. Це може призвести до того, що коли закінчиться криза, на підприємстві нікому буде працювати, адже робітники, які досконало знають виробничий процес працюють у конкурентів. Тому підприємству потрібно шукати інші виходи із кризової ситуації, ніж скорочення штату. Виконання зазначених положень сприятиме низка ефективних заходів:

1. Впровадження системи «наставництва», що дасть можливість досвідченим працівникам навчати молоді кадри, адаптуючи їх до виробничих умов [7].

2. Сприяти в допомозі підготовки до «Євро 2012». Не дивлячись на стан економіки в Україні підготовка до «Євро - 2012» триває, адже ці змагання можуть допомогти вирішити деякі економічні питання в країні. Тому доцільно буде надати «кращих» робітників на допомогу в будівництві.

3. Знайти іншу спеціалізацію – встановити «контакт» з комунальними підприємствами та допомагати в реконструкції будівель, витяжних вентиляційних і димових труб, резервуарів, водонапірних башт, газоходів, бункерів, силонів, зведенні бетонних та залізобетонних монолітних конструкцій будівель і споруд, виробництво із дрібно штучних виробів (з природного каменю, цегли), виконання штукатурних робіт на фасадах будівель і споруд та ін.

4. Надавати послуги іншим підприємствам, з якими можливо домовитись про часткову оплату та частковий бартер (за надання послуг заводу харчової промисловості, частку оплати отримати продуктами харчування за ринковими цінами).

5. Стати організацією, що «навчається» (організація, яка здатна швидко та планомірно адаптуватись до змін зовнішніх умов, а також перебудувати внутрішню

структуру і виробничі процеси). [6]

Отже, розглянуті проблеми управління персоналом на підприємстві будівельної галузі не вичерпують увесь спектр недоліків ефективного використання трудового потенціалу. Але вони є основними без яких неможливе ефективне функціонування підприємством.

Бібліографічний список

1. Белоусов А.В., Назаренко В.В., Батченко Л.В., Стрюковский Г.П. «Кадровая политика предприятия: теория и практика»// Менеджер.-1999.-№2 (4)-с.55
2. М. Долишний. О человеческом потенциале экономики Украины. //Економіка України. - 2006 - №10 - с.92-93
3. М. Дергаусов. Трудовой потенциал современного предприятия. //Економіка України. - 2003 - №6 - с.26-32
4. Л.А. Янковська. Оптимізація трудового потенціалу в системі менеджменту персоналу промислового підприємства. //Актуальні проблеми економіки. - 2003 - № 6 - с.26-32
5. О.В. Гривківська, Ж.В. Соловійов. Проблеми мотивації праці управлінського персоналу. //Актуальні проблеми економіки. - 2008 - № 9 - с.86-91
6. О. Ю. Чубукова, З.Я. Шацька. Підвищення кваліфікації кадрів підприємства в умовах невизначеності. //Актуальні проблеми економіки. - 2008 - № 4 - с.171-178
7. В.П. Мица. Кадрова політика на підприємстві: проблеми і перспективи. //Актуальні проблеми економіки. - 2008 - № 6 - с.165-168
8. www.ukrstat.gov.ua.

СТУПИШИНА А.А., ст.гр. МО-08маг

Науч. руков.: Гончаренко В.И., к.т.н., доц.

Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу

“Донецкий национальный технический университет”,

г. Горловка

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА НА АВТОТРАНСПОРТНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Рассмотрены основные принципы и особенности формирования системы вознаграждения работников АТП, проанализированы действующие системы и формы оплаты труда, выделены основные функции заработной платы.

Актуальность. Вопросы организации труда занимают одно из ведущих мест в социально-экономической политике государства. В условиях рыночной экономики практическое осуществление мероприятий по совершенствованию организации оплаты труда должно быть основано на соблюдении ряда принципов оплаты труда, которые необходимо базировать на следующих экономических законах: законе возмещения расходов на воспроизводство рабочей силы, законе стоимости.

Основным направлением усовершенствования всей системы организации заработной платы является обеспечение прямой и твердой зависимости оплаты труда от конечных результатов хозяйственной деятельности трудовых коллективов. В решении этой задачи важную роль играет правильный выбор и рациональное использование форм и систем заработной платы.

Цель исследования: анализ организации оплаты труда на автотранспортном предприятии, анализ действующих систем и форм оплаты труда на предприятии.

Основная часть. Основная задача организации заработной платы заключается в том, чтобы поставить оплату труда в зависимость от количества и качества трудового вклада каждого работника и тем самым повысить стимулирующую функцию вклада каждого. Организация оплаты труда на предприятии предусматривает:

1. определение форм и систем оплаты труда работников предприятия;
2. разработку системы должностных окладов служащих и специалистов;
3. разработку критериев и определение размеров доплат за отдельные достижения работников и специалистов фирмы;
4. обоснование показателей и системы премирования сотрудников.

Под организацией заработной платы следует понимать правильное использование основных положений законодательства о труде, направленных на определение размера заработной платы отдельных категорий работников, попытка установить оптимальные соотношения между номинальной и реальной заработной платой.

Система вознаграждения отдельного работника в значительной степени влияет на его поведение, поскольку это своего рода индикатор, пользуясь которым, сотрудники решают, следует ли считать цели предприятия своими целями.

Существуют вполне определенные условия, которые необходимо учитывать при разработке системы вознаграждения работников. Первое из этих условий – система вознаграждения работников должна быть согласована с целями предприятия и показателями, характеризующими степень эффективности его деятельности. В идеале вознаграждение должно связывать работу персонала с многомерными показателями деятельности предприятия, однако на практике чаще всего системы вознаграждения базируются на поощрениях, привязанных к финансовым показателям деятельности предприятия.

Второе условие, учитываемое при разработке системы вознаграждения работников, – это распространение зоны действия системы вознаграждения за пределы предприятия. Формой реализации этого условия может быть согласование системы вознаграждения с экономическими партнерами или специальная мотивация их деятельности. Если в границах предприятия система вознаграждения может реализовываться как заработная плата, то по отношению к поставщикам, клиентам и другим экономическим партнерам приходится действовать по-другому, предоставляя ценовые скидки, вручая награды, приглашая на торжественные мероприятия и т.д.

И, наконец, третье условие, выполнение которого позволяет разработать эффективную систему вознаграждения, – участие работников в определении ее сути и их непосредственная заинтересованность во внедрении такой системы. В связи с этим следует помнить, что наиболее эффективные системы вознаграждения предлагают не только формальное признание заслуг работника и соответствующую оплату труда, но и вознаграждение нематериального характера, например предоставление работникам права разрабатывать и реализовывать собственные идеи или существование понятной работникам реальной перспективы повышения уровня профессионализма, карьерных перемещений и т.д.

Как и в других отраслях экономики, на автотранспортных предприятиях используется как сдельная, так и повременная форма оплаты труда. Величина заработной платы при этом соответственно зависит либо от количества единиц продукции, либо от затрат времени на производство продукции.

Заработная плата состоит из элементов (рисунок 1), каждый из которых имеет специфическое значение для стимулирования эффективного труда. Роль каждого из элементов можно обеспечить и далее повысить, профессионально решая вопросы организации заработной платы.

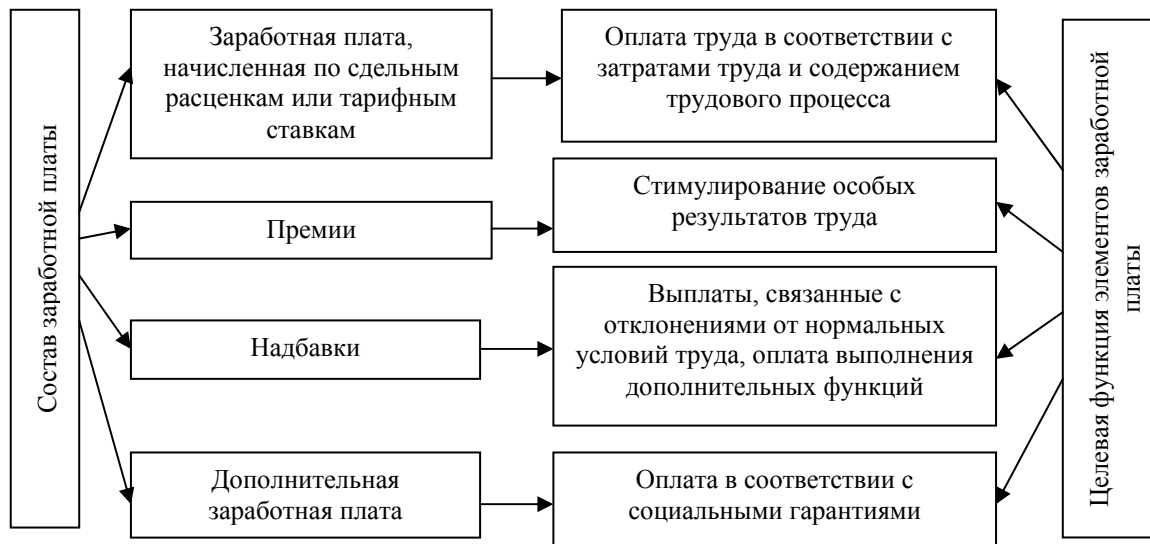


Рисунок 1 – Оплата труда работников автотранспортного предприятия

При выборе показателей премирования можно и следует учитывать преимущества и недостатки форм оплаты труда, усиливая первые и сглаживая вторые. Так, при оплате труда по сдельным расценкам целесообразно стимулировать достижение определенного уровня качества транспортных услуг, а при повременной оплате труда премия должна обеспечивать высокие количественные показатели выполнения заданий, выдаваемых водителям и ремонтным рабочим.

Кроме того, премии должны стимулировать достижение таких результатов труда, которые недостаточно или вообще не стимулируются выплатами, предусмотренными тарифной системой, например, экономии эксплуатационных и ремонтных материалов, запасных частей, автомобильного топлива; уменьшение износа автомобильных шин и т.д.

Любая система премирования должна быть увязана с характером выполняемых перевозок, с уровнем технической вооруженности труда рабочих, занятых техническим обслуживанием и ремонтом подвижного состава, с особенностями организации производства на рассматриваемом участке и с конкретными задачами предприятия.

Следует отметить, что премия как материальный стимул входит в компетенцию управления предприятием, причем права предприятия в области премирования довольно широки. Премию можно назвать одним из самых гибких и мощных стимулов к труду, однако применяется этот стимул не всегда эффективно.

Существуют следующие правила разработки и реализации системы премирования:

1. Показатели премирования выбираются из числа показателей, понятных работникам, и подбирают таким образом, чтобы выполнение их находилось в прямой зависимости от результатов индивидуальной или коллективной деятельности работника (премируемой группы работников).

2. Количество показателей премирования не должно быть более трех. В противном случае снижается ответственность работников за выполнение каждого из показателей и уменьшается эффективность системы премирования в целом.

3. Большое значение имеет определение размера премии, точнее, определение рационального соотношения тарифной (сдельной) и премиальной частей заработной платы.

4. Следует правильно установить срок выплаты премии, так, чтобы ее выплата

следовала непосредственно за возникновением результата, предусмотренного в положении о премировании.

5. Положение по оплате труда должно корректироваться при изменении степени актуальности задач, стоящих перед предприятием. Корректировка должна производиться не реже одного раза в год.

6. Внедрению системы оплаты труда должен предшествовать расчет экономической эффективности премиальных выплат. Этот расчет позволит выбрать из нескольких возможных вариантов лучший, обеспечивающий высокий коэффициент эффективности затрат на премирование.

В положении о премировании, кроме показателей (факторов) премирования, должны быть указаны условия премирования, очерчен круг премируемых работников, определен расчетный период премирования, установлены порядок начисления, сроки выплаты, источники премий и описан порядок введения, продления, изменения и отмены премиальной системы.

Таким образом, при выборе той или другой формы и системы оплаты труда необходимо учитывать объективные условия: характер применяемого оборудования, особенности технологических процессов и организации производства, формы организации труда, требования к качеству продукции, использование трудовых и материальных ресурсов.

Формы и системы заработной платы представляют собой способы установки зависимости величины заработной платы рабочих от количества и качества потраченного ими труда посредством совокупности количественных и качественных показателей. Основным назначением форм и систем оплаты труда является обеспечение правильного соотношения между мерой труда и мерой его оплаты.

Выводы. Таким образом, можно сказать, что оплата труда в нашей стране играет двоякую функцию: с одной стороны, является главным источником доходов работников и повышения их жизненного уровня, с другой стороны – основным рычагом материального стимулирования роста и повышения эффективности производства.

Ни одно АТП не может обеспечить достаточно высокий уровень профессиональной надежности работников, если оно не выплачивает денежное вознаграждение по конкурентоспособным ставкам и не имеет шкалы оплаты, стимулирующей высокую эффективность труда. Величина и система заработной платы влияют не только на решение людей о поступлении на работу, но и на их отношение к работе и на мнение о том, не стоит ли вообще уйти из предприятия и найти новое место работы.

Для достижения таких целей, как повышение, а также полное и рациональное использование трудового потенциала, важна верная направленность мотивации – процесса побуждения работников к продуктивной деятельности в соответствии с производственно-коммерческими задачами автотранспортного предприятия. В ходе мотивации особое внимание уделяется организации заработной платы – денежного вознаграждения, выплачиваемого предприятием работнику.

Библиографический список

1. Экономика автомобильного транспорта: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / (А.Г. Будрин, Е.В. Будрина, М.Г. Григорян и др.); под ред. **Г.А. Кононовой**. – 3-е изд., стер. – М.: Издательский центр “Академия”, 2008. – 320 с.
2. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. **А.Я. Кибанова**. – 2-е изд., доп. и перераб. - М.: ИНФРА-М, 2003. - 638 с.

БЕЛОУСОВА Р.О., ст.гр.МО-05 б

Науч.руков.: Кулаков В.А., к.т.н., доц.

Автомобільно-дорожній інститут державного вищого навчального закладу

“Донецький національний технічний університет”,

м.Горлівка

РОЛЬ СЕГМЕНТАЦІЇ РИНКУ ПРИ РОЗРОБЦІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ НА АВТОТРАНСПОРТНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ (АТП)

Рассмотрено понятие сегментации рынка автотранспортных услуг и его роль в формировании маркетинговой политике на автотранспортном предприятии, приведена специфика автотранспортного рынка

Актуальність. Транспорт, поряд з іншими інфраструктурними галузями, забезпечує базові умови життєдіяльності суспільства, як важливий інструмент досягнення соціальних, економічних, зовнішньополітичних та інших цілей. Продукцією транспорту є тонни перевезених вантажів і величезна кількість перевезених пасажирів.

Основна умова ринку автотранспортних послуг - наявність рівних об'єктивних соціально-економічних умов для підприємницької діяльності. Ринок автотранспортних послуг являє собою місце вільного вибору клієнтом виду та виробника послуг, які б в найбільшій мірі відповідали умовам виробництва та споживання фінансових інтересів клієнта, власника транспортних засобів та регіону. Основою функціонування ринку автотранспортних послуг обслуговування народного господарства та населення повинна бути комерційна та фінансова самостійність автотранспортних підприємств та приватних власників транспортних засобів, які здійснюють свою комерційну діяльність в умовах конкуренції та рівноправності всіх форм власності.

Автотранспортне підприємство, організуючи свою діяльність по наданню транспортних послуг, що забезпечують одержання прибутку на основі всебічного вивчення запитів клієнтів і динаміки платоспроможного попиту на перевезення, проводить тим самим маркетингову політику завоювання ринків збуту. При маркетинговому дослідженні конкретного ринку аналізуються ті його частини (сегменти), ті групи клієнтів, потреби яких підприємство має намір задовольняти з урахуванням власних виробничих і фінансових можливостей. Розуміння потреб своїх клієнтів, виражених у виді сегментів ринку, дозволяє підприємству більш чітко визначити перелік послуг, що користуються найбільшим попитом, підвищити якість їхнього виконання.

Мета дослідження: обґрунтування ролі сегментації ринку автотранспортних послуг при розробці маркетингової політики на автотранспортному підприємстві.

Сегментація ринку полягає в його розділенні на відносно чіткі групи споживачів (ринкові сегменти), які можуть бути орієнтовані на різні послуги і, відповідно, вимагати різних маркетингових зусиль.

Ринковий сегмент - це група споживачів, що характеризується однотипною реакцією на пропоновані послуги і на набір маркетингових стимулів.

Першим кроком при проведенні сегментації є вибір критеріїв сегментації. При цьому слід проводити відмінність між критеріями сегментації.

Основна частина. Сегментація ринку є одним з важливих моментів при формуванні маркетингової політики на АТП. Маркетингова політика повинна формуватися обґрунтовано. Для цього на підприємстві проводиться маркетинговий аудит.

Маркетинговий аудит – це незалежне періодичне дослідження компанії, стратегій і діяльності з погляду виявлення проблем і прихованого потенціалу.

Характер і аудиту на автотранспортному підприємстві залежить від безлічі обставин. У загальному випадку аудит на АТП складається з 4 основних складових: маркетинговий аудит підприємства, маркетинговий аудит продуктів (товари і послуги), маркетинговий аудит по кожному сегменту і маркетинговий аудит зовнішнього середовища.

Маркетинговий аудит підприємства включає:

1. загальна характеристика: історія і основні параметри, категорії товарів і послуг, структура управління і алгоритм управлінських рішень, персонал (стосунки підприємством), партнери, преса про підприємство;
2. логістика: прийом і оформлення замовлень, своєчасність і особливості надання автотранспортних послуг;
3. персонал: загальна характеристика, кваліфікація, підготовка і перепідготовка;
4. інформаційні технології, Інтернет: рівень і культура використання ІТ, наявність і оцінка сайту, використання мережі Інтернет в операціях;
5. продажі автотранспортних послуг: загальна характеристика, вартість, рівень підготовки продавців;
6. маркетинг: орієнтації на клієнта, задоволення клієнта, рівень маркетингового мислення, хто ухвалює маркетингові рішення, до маркетингологів на підприємстві, розуміння маркетингових керівництвом, внутрішній маркетинг, база даних клієнтів, робота з клієнтами, маркетинговий бюджет;
7. реклама: необхідності в проведенні рекламної компанії, загальна оцінка попередньої реклами (якщо така мала місце), раціональність використання рекламного бюджету, використання безкоштовних і маловитратних ;
8. брендінг: існування бренду, брендабельність, рівень популярності.

Маркетинговий аудит продуктів (товари і послуги) включає:

1. власне надання послуг: загальна характеристика, контроль якості;
2. постачальники: загальна характеристика, стосунки з постачальниками, наявність сертифікації;
3. по кожній категорії послуг: загальна характеристика, зв'язок з іншими категоріями, досвід роботи з категорією, людина і дана категорія;
4. окремі послуги: загальна характеристика, позиціонування і імідж;
5. ринок: загальна характеристика, динаміка ринку, ступінь обізнаності ринку про автотранспортне підприємство і його послуги, наявність на ринці упереджень проти підприємства;
6. регіон: загальна характеристика, затребуваність в автотранспортних послугах, регіональні представники, як послуги надаються в регіоні;
7. сегментація: обґрунтування сегментації, зміна в часі.

Маркетинговий аудит по кожному сегменту включає:

1. ємність ринку сегменту;
2. категорія покупців;
3. характер покупки послуги (проста або складна, рутинна і ін.)
4. критерії оцінки
5. цільова аудиторія. Має на увазі тих, хто є споживачем даних послуг в даному регіоні або сегменті – споживач, корпоративний споживач, посередник і ін. Його вік, дохід, інтереси, спосіб життя, що для нього важливо і престижно, що він читає і дивиться, наскільки він утворений, кваліфікований, як купує послуги і так далі і тому подібне.
6. потреби, наявність прихованих потреб.

Маркетинговий аудит зовнішнього середовища включає:

1. Конкуренти: по сегментах і в регіоні, порівняльний аналіз автотранспортних

послуг, маркетинг і реклама конкурентів;

2. законодавство;

3. науково-технічні досягнення;

4. керівництво по маркетингу: результати аудиту, перелік продаючих моментів і рекомендацій, які можуть бути використані для розробки маркетингової політики на автотранспортному підприємстві.

Слід зазначити, що кількість питань при реальному аудиті може бути значно більше.

Головний результат маркетингового аудиту на АТП – перелік продаючих моментів підприємства, його продуктів по категоріях і сегментах. В ході аналізу і мозкових штурмів розкривають резерви, розробляють пропозиції, удосконалюють автотранспортні послуги, підвищують рівень customer satisfaction (задоволеності клієнта). На підставі цих результатів розробляють рекомендації, проводять рекламні і маркетингові компанії, іншими словами розробляють маркетингову політику на автотранспортному підприємстві.

Автотранспортні підприємства, що діють на ринку, усвідомлюють, що їх товари або послуги не можуть повністю задовольнити запити і бажання всіх споживачів. У ідеалі фірма прагнуче зайняти всі ринкові ніші (сегменти). На ділі вона проводить маркетингові дослідження і в результаті акцентує свою «увагу» на окремих сегментах ринку, де її послуга принесе максимальний дохід - адже достатньо очевидно, що різні споживачі потребують надання різних послуг.

В процесі сегментації ринку визначаються підгрупи покупців з схожими потребами, деякі з них вибираються для подальшої роботи і їм пропонуються ретельно розроблені збутові і маркетингові програми.

У вітчизняній і зарубіжній практиці існують різні підходи і методи проведення сегментного аналізу. Вибір методики сегментації ринку представляє складне завдання, вирішення якого потрібно починати з визначення технології і методів побудови сегментів.

Процес сегментації складається з двох стадій:

1. Визначення принципів сегментації (формування ознак сегментації, вибір методу) і здійснення сегментації ринку.

1. Характеристика виявлених сегментів (інтерпретація отриманих сегментів).

Визначення принципів сегментації починається з вибору ознак сегментації. Для сегментації ринку пропонується використовувати великий спектр ознак.

Сегментування ринку перевезень вимагає залучення таких додаткових ознак сегментації, як напрямок перевезень, предмет перевезень, ціна перевезень, відстань перевезень, періодичність перевезень (протягом тижня, місяця, кварталу, року), терміновість доставки, обсяг перевезень вантажів, вимоги до безпеки перевезень та інші.

Сегментація ринку з використанням великого числа виділених ознак веде, як правило, до підвищення точності обчислення сегменту, сенсильності дії маркетингових зусиль на споживача. Проте, при цьому різко зменшується число споживачів в сегменті, тобто чисельність споживчої групи і відповідно платоспроможна ємність такого сегменту.

Орієнтуватися на той або інший сегмент (сегменти) автотранспортного ринку – це означає позиціонувати автотранспортні послуги. Потрібно вирішити, що АТП може цьому сегменту запропонувати, що відрізняє його від послуг конкурентів, який має бути імідж АТП і його послуг. Правильне позиціонування важливе для всієї маркетингової політики.

Продаючими моментами автотранспортних послуг або автотранспортного

підприємства називають все те, що в них може представляти інтерес для споживача, що обіцяє йому вигоди. Особливо цінні такі продаючі моменти (якщо вони є), які вигідно відрізняють об'єкт від пропозицій конкурентів. При цьому продаючі моменти для різних сегментів можуть бути різними. Продаючі моменти не слід плутати з характеристиками. Характеристики послуги – це сировина для виявлення продаючих моментів.

Перелік продаючих моментів – це основа всієї маркетингової політики автотранспортного підприємства.

Висновок. Таким чином, маркетингове сегментування автотранспортного ринку підпорядковано стратегічним ідеям автопідприємств (збільшення частки ринку, оволодіння новими ринками, ослаблення позицій конкурентів, утримання своїх позицій на найбільш важливих ринках і т.д.). З іншого боку, результати сегментування ринку дозволяють уточнювати і навіть змінювати стратегічні цілі і задачі, вносити корективи в маркетингову політику. Маркетингова сегментація розширює спектр можливостей одержання прибутку, оскільки різноманітні групи споживачів по-різному оцінюють запропоновані їм товари і послуги й очікують одержання різноманітних економічних або психологічних вигод.

Бібліографічний список

1. Деречинский Ю.Н., Рудава Н.В. Аспекти стратегічного управління діяльністю автотранспортних підприємств у сучасних умовах//Вісті Автомобільно-дорожнього інституту, 2006. - №1(2). – С.49-53.
2. Кулаков В.А., Борданов С.В. Некоторые вопросы формирования рынка автотранспортных услуг. – К., 1998, с.6. Деп.ВГНТБ Украины 28.09.98. № 417
3. Кулаков В.О., Лупаренко Н.В., Коваленко О.П. Методика прогнозування розвитку АТП//Вісті Автомобільно-дорожнього інституту, 2008. - №1(6). – С.39-45.
4. Кулаков В.О., Макеєв М.С. Застосування маркетингових досліджень на АТП як основна вимога ринкової економіки// Вісті Автомобільно-дорожнього інституту, 2007. - №1(4). – С.16-20.
5. Мудрый рекламодатель. – М.: Изд-во Эксмо, 2007. – 352с. – (Профессиональное издание для бизнеса). – С.335-340.

ШОКАРОВ В.О., ст.гр. МО-056

Наук.керів.: Севрюкова С.В., ас.

Автомобільно-дорожній інститут державного вищого навчального закладу

“Донецький національний технічний університет”,

м.Горлівка

ПРОБЛЕМА СТРАХУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ В РИНКОВИХ УМОВАХ

Рассмотрены особенности страхования финансовых рисков, определена сущность инвестиционных рисков, указаны объективные причины необходимости проведения их страхования, выделены и изучены аспекты страхования финансовых рисков в банковской системе Украины.

Актуальність. Зіткнення з різноманітними ризиками – звичайна загроза для будь-якого інвестора в умовах сучасної ринкової економіки. Здебільшого, вкладаючи свої кошти в виробництво тих чи інших товарів чи послуг, інвестор не може мати цілковитої впевненості в суспільному визнанні результатів цього виробництва. На

практиці таке визнання залежить від вдалого сполучення різних факторів, отже інвестори ризикують отримати прибуток, менший за очікуваний, або, навіть, зазнати збитків. Банк – не виключення.

Таким чином, дослідження інвестиційних ризиків, виявлення факторів, які їх викликають та обчислення можливих втрат – ось важливі проблеми, на які необхідно зважати сучасному інвесторові, приймаючи рішення щодо вкладання коштів у той чи інший напрям виробничої чи комерційної діяльності. Саме тому вміння оцінювати інвестиційні ризики є необхідним для сучасного менеджера.

Про важливість врахування різних фінансових ризиків свідчить чимала увага, що приділяється даній проблемі дослідниками у високорозвинених країнах. Так, по цій проблемі у США видана багаточисленна довідкова література; в таких спеціалізованих журналах, як “Форчун”, “Бізнес уік”, з’явилися спеціальні рубрики, присвячені проблемам обліку ризику в фінансовій та кредитній діяльності, придбанні цінних паперів і т.і.

За умов сучасної української економіки проблема фінансових ризиків є особливо гострою через нестабільність податкового режиму, падіння курсу національної валюти, низьку купівельну спроможність значної частини населення та політичну нестабільність. Тому для усіх суб’єктів економічної діяльності, які мають справу з вітчизняним ринком, особливо важливо ретельно обчислювати можливий вплив фінансових ризиків.

Ціль дослідження: визначення сутності та виокремлення видів інвестиційних ризиків, аналіз страхування фінансових ризиків та обґрунтування його необхідності.

Основна частина. Страхування комерційної діяльності – одне з найбільш складних як на стадії укладання договору, так і на протязі всього періоду його дії. Справа в тому, що відповідальність страховика по забезпеченню захисту комерційних ризиків полягає у відшкодуванні страхувальнику втрат, що виникли внаслідок несприятливої, непередбаченої зміни ринкової кон’юнктури та погіршення інших умов для здійснення комерційних операцій. Страхування комерційних та фінансових операцій полягає в тому, щоб відшкодувати можливі втрати у випадку, коли через певний період застраховані угоди не дадуть очікуваної віддачі. Страхове відшкодування в такому разі встановлюється в обсязі різниці між страховою сумою та одержаним прибутком від застрахованої комерційної діяльності.

Враховуючи, що змістом страхування є захист від можливих втрат інвестиційних вкладень, строк дії договору страхування визначається періодом окупності капітальних вкладень. Очевидно, що конкретні строки окупності дуже розрізняються за видами діяльності (напрямах вкладень) навіть в одній галузі. Це залежить від часу функціонування підприємства, рівня його технічної озброєності, якості організації та управління, ступеня включення в інфраструктуру, тощо. Тому строки дії та умови договорів переважно носять індивідуальний характер, хоча й можлива їх певна уніфікація. Зазначу, що при визначенні строку дії договору страхування комерційних та фінансових операцій інтереси партнерів проявляються по-іншому, ніж в будь-якому виді страхування майна.

Так, страхувальник зацікавлений в якнайшвидшому окупленні затрат на підприємницьку діяльність, а тому об’єктивно прагне скоротити строк дії договору. Разом з тим, при цьому підвищується ризик для страхової організації, який пов’язаний з можливою неоправданою виплатою відшкодування.

Даний вид страхування має ту особливість, що виплата відшкодування переважно відбувається після закінчення строку дії договору, коли будуть підведені підсумки реалізації застрахованих комерційних операцій. Щодо інших видів страхування, то необхідність виплати страхової суми може виникнути в будь-який

момент. Встановлення строку можливих виплат у страхуванні комерційних ризиків дозволяє страховику використовувати суми, одержані у вигляді страхових внесків, для інвестиційних проектів, і своєчасно в повному обсязі створювати необхідні резерви.

Зміст й орієнтація даного виду страхування викликають деякі обов'язкові вимоги до укладення договорів. Страхувальник повинен мати дозвіл, ліцензію чи патент на ведення комерційної діяльності та інші необхідні документи. В своїй письмовій заяві він повинен інформувати страхову організацію про передбачувані операції, очікувані витрати та доходи, підписані контракти й інші обставини, які дозволяють страховику оцінити ступінь ризику. Безперечно, що й спеціалісти страхової організації повинні збирати й аналізувати інформацію про різні сторони діяльності страхувальника, зокрема, рівень рентабельності, кредиторську й дебіторську заборгованість, тощо.

При страхуванні комерційних ризиків також застосовуються деякі обмеження в прийомі на страхування. Зокрема, з нього виключається посередницька діяльність, вклади в організацію казино, тоталізаторів, тощо. З страхової відповідальності, як правило, виключаються можливі збитки внаслідок військових дій, змін політичного курсу, негативної динаміки курсів валют.

Це стосується і відшкодування збитків, що виникли внаслідок певних дій страхувальника чи його партнерів, зокрема, зумисних заходів, направлених на нанесення шкоди застрахованій діяльності, зміну профілю комерційного підприємства, застосування некваліфікованого управління ним.

Тарифні ставки по страхуванню комерційних ризиків визначаються в залежності від багатьох чинників, рівня стабільності ринкових відносин й прогнозу перспектив їх динаміки, строку страхування, виду діяльності, тощо. Враховуючи, що для кожного підприємства ризик має специфічні характеристики, необхідна конкретизація ставок страхових платежів.

Перейдемо до розгляду ризиків, пов'язаних з інвестиціями. Варто зазначити, що інвестиції завжди орієнтовані на майбутнє і тому пов'язані зі значною невизначеністю економічної ситуації та поведінки людей. Від цього походить високий рівень ймовірності невиконання інвестиційних планів з об'єктивних чи суб'єктивних причин.

Інвестиційний ризик уявляє собою можливість нездійснення запланованих цілей інвестування (таких, як прибуток або соціальний ефект) і отримання грошових збитків. Цей ризик необхідно оцінювати, обчислювати, описувати та планувати, розробляючи інвестиційний проект.

Розрізняють загальноекономічний ризик, що походить від несприятливих умов в усіх сферах економіки, та індивідуальний ризик, пов'язаний з умовами даного проекту.

Залежно від чинників виділяють такі види інвестиційного ризику:

- політичний ризик;
- загальноекономічний ризик;
- правовий ризик;
- технічний ризик;
- ризик учасників проекту;
- фінансовий ризик;
- маркетинговий ризик;
- екологічний ризик.

Політичний, правовий та загальноекономічний ризики можуть бути викликані зовнішніми умовами реалізації інвестицій. Інші види ризиків спричинюються можливими помилками планування та організації конкретних проектів.

Технічний ризик зумовлюється великою кількістю похибок та помилок широкого спектру сторін інвестування, як-от пов'язаними з якістю проектування, технічною базою, обраною технологією, управлінням проектом, перевищенням

кошторису.

Фінансовий ризик впливає з нездійснення очікуваних подій з фінансового боку проекту. Це можуть бути незаплановані зменшення або зникнення джерел та обсягів фінансування, незадовільний фінансовий стан партнерів, зриви надходжень коштів від реалізації вироблених товарів чи послуг, несплатоспроможність покупців продукції та власні підвищені витрати.

Маркетинговий ризик виникає з прорахунків під час оцінки ринкових умов дії проекту, наприклад ринків збуту чи постачання сировини і матеріалів, організації реклами чи збутової мережі, обсягу ринку, часу виходу на ринок, цінової політики, внаслідок низької якості продукції.

Екологічний ризик пов'язаний з питаннями впливу на довкілля, можливої аварійності, стосунків з місцевою владою та населенням.

Нарешті, ризик учасників проекту може бути пов'язаний з усіма неочікуваними подіями в управлінні та фінансовому стані підприємств-партнерів.

Необхідно відмітити, що до страхування комерційної діяльності відноситься, хоч і з деякими особливостями, страхування біржових (в тому числі інвестиційних) та валютних ризиків (страхування від зміни курсів, валют). Цей вид страхування вводиться в багатьох країнах світу як обов'язковий з метою стимулювання розвитку зовнішньої торгівлі для підприємств, які займаються поставками продукції на зовнішній ринок. Він надає гарантії і забезпечує відшкодування збитків, що зазнали зовнішньоторговельні об'єднання в результаті зміни курсів валют в країнах-експортерах. Ці види страхування поки ще слабо застосовуються в Україні, що зумовлено нерозвиненістю ринкових відносин. На українських біржах домінують наявні контракти, коли реалізуються угоди на купівлю виставленого товару з його негайною оплатою й поставкою, а також форвардні контракти. Останні виражають угоди на купівлю-продаж наявного товару (його можна побачити, оцінити і одержати повний документальний опис) з поставкою в обумовлений строк. Тут не передбачається негайна поставка товару, а лише фіксується ціна або форми розрахунків при одержанні товарної партії.

Зараз на вітчизняних біржах широко розповсюджена попередня оплата, яка досить часто складає до 100% вартості товару. Але навіть при наявному і форвардному ринку нерідко відбувається порушення умов або ж відмова від виконання укладених контрактів, особливо з боку постачальника (продавця). Тому в правила торгівлі багатьох бірж включені положення про те, що біржа приймає на себе відповідальність за збитки, зумовлені невиконанням умов угоди з одним з партнерів.

Вказана відповідальність, учасників біржових контрактів може бути об'єктом страхування. В світовій страховій практиці страхуються збитки інвесторів, які зумовлені шахрайством чи неплатоспроможністю члена біржі, а також збитки членів біржі від неплатоспроможності одного з них.

Враховуючи, що страхова відповідальність за збитки при здійсненні (чи нездійсненні) біржових угод лежить на страховій організації, біржа не завжди намагається прискіпливо вибирати собі клієнтів, здійснювати відбір учасників торгів, контролювати виконання ними умов контрактів. Тому страхування біржових контрактів доцільно проводити у вигляді взаємного біржового страхування або через акціонерні страхові компанії з участю капіталу біржі (коли пов'язуються взаємною зацікавленістю біржа й страховик).

Висновки. Фінансові ризики, які визначаються ймовірністю грошових втрат і пов'язуються з непередбаченими змінами в обсягах, дохідності, вартості та структури активів і пасивів, утворюють найчисленнішу групу банківських ризиків. До фінансових ризиків належать валютний, кредитний, інвестиційний, ринковий, ризик ліквідності,

ризик зміни відсоткових ставок та інфляційний.

Все більшого значення набуває страхування інтересів інвесторів (страхування інвестицій) на випадок заборони вивозу прибутку, одержаного від інвестування, та інших порушень прав іноземного інвестора внаслідок рішень законодавчих чи виконавчих органів влади, політичних обставин. В сучасних умовах таке страхування особливо актуальне для залучення в національну економіку коштів іноземних інвесторів, але його не можуть ігнорувати й українські бізнесмени, що вкладають ресурси в зарубіжний бізнес. Названі види страхування в широкому плані можуть розглядатися як страхування експортних кредитів, хоча, звичайно, кожний з них має певні особливості. В широкому плані захист від валютних ризиків включає використання захисних обумовлень в контрактах, прогнозування курсу різних валют, тощо, але вони виходять за рамки страхування. Для кількісної оцінки інвестиційних ризиків застосовуються різні статистико-математичні методи, в яких обчислюють показники ефективності проекту в умовах несприятливих для інвестицій подій. Такими показниками є середньоквадратичне відхилення та коефіцієнт варіації.

Бібліографічний список

1. **Аленичев Д.В.** Страхование валютных рисков, банковских и экспортных коммерческих кредитов.-М.: Издательство "Ист Сервис".- М.:1994.-114 с.
2. **Совалов А.М.** Аналіз фінансових ризиків. Підручник. – Харків, 2001.
3. **Соколинская Н.Э.** Банковские риски. // Деньги и кредит.- 1993.-N 12.-С.21.

ТЕСЛЮК В.А., ст.гр. МО 066

Науч. руков.: Руднева Е.Ю., асс.

Автомобильно-дорожный институт Государственного высшего учебного заведения
«Донецкий национальный технический университет»,
г. Горловка

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА В УКРАИНЕ

Проанализированы проблемы, возникшие в системе социального обеспечения в условиях экономического кризиса в Украине, предложен ряд краткосрочных мер по стабилизации ситуации, сложившейся в отраслях социальной сферы.

Актуальность. Экономический кризис, ознаменовавший конец 2008 года, стал достаточно сложным переломным моментом как для мировой экономики в целом, так и для украинской в частности. Помимо обострения ситуации в экономической и политической сферах жизни, наблюдается существенное обострение проблем в сфере социальной защиты. Согласно предварительным оценкам Кабмина ожидается падение ВВП на 7% (рекордный показатель с 1996 года, что свидетельствует о невозможности роста уровня дохода населения) [7]. Это приведет к снижению реальных доходов и росту уровня безработицы. Кроме того, кризис будет сопровождаться высокой инфляцией, которая сказывается на доходах наиболее незащищенных слоев населения. Как показывает международный опыт, еще одним следствием подобного кризиса может стать опережающее снижение поступлений в государственный бюджет и внебюджетные фонды, что вызовет падение государственных расходов не только в реальном выражении, но и в процентах к ВВП и еще более ограничит возможности финансирования социальной сферы.

Очевидно, что кризисные процессы еще в большей степени обостряют

финансовые проблемы отраслей социальной сферы. Необходимость в финансировании социальных программ в условиях кризиса возрастает, в то время как финансовые ресурсы, находящиеся в распоряжении государства, наоборот, сокращаются. Для стабилизации положения потребуется ряд экстренных мер, призванных сконцентрировать имеющиеся ограниченные ресурсы на наиболее приоритетных направлениях социальной защиты.

Цель исследования: Функционирующие системы социального обеспечения практически исчерпали возможности своего дальнейшего развития и в условиях рыночных отношений превратились в фонды неэффективно используемых средств, предназначенных для социальных нужд.

Переход к рыночному укладу не сопровождался в Украине диверсификацией системы финансирования социальной сферы. Главным источником расходов был и остается бюджет страны. Между тем, в бюджетном финансировании социальной сферы наблюдаются существенные проблемы. Так, налицо недостаточность, непоследовательность и фрагментарность финансирования социального направления. Неэффективна сама структура социальных затрат. Отсутствуют стимулы для перехода к децентрализованному финансированию части социальных расходов и т.д.

Сложившаяся ситуация обосновала необходимость формирования ряда неотложных мер по стабилизации положения в отраслях социальной сферы, финансируемых преимущественно за счет государственного бюджета. В противном случае ситуация в этих отраслях будет резко ухудшаться в связи с уменьшением поступлений в бюджет в сложившейся кризисной ситуации.

Основная часть. Для предотвращения кризиса в отраслях социальной сферы необходимо добиться концентрации средств государственного бюджета на приоритетных направлениях. Прежде всего, следует существенно ограничить субсидии предприятиям материального производства и дотирование товаров и услуг. Необходимо ужесточить процедуры и критерии проверки нуждаемости при предоставлении социальных выплат, с тем, чтобы основная часть выделяемых средств действительно доставалась наиболее нуждающимся категориям населения. Высвобожденные средства должны быть направлены на оказание социальной поддержки на основе проверки нуждаемости и на финансирование наиболее приоритетных услуг здравоохранения и образования.

Ресурсы, имеющиеся в распоряжении государства, не позволят в полном объеме финансировать существующую сеть бюджетных учреждений, оказывающих социальные услуги. Поэтому для сохранения наиболее важных видов социальных услуг, необходимо принять меры для перевода на частичную или полную окупаемость тех учреждений социальной защиты, по отношению к которым это можно сделать (например, центры по реабилитации девиантных групп, наркологические центры и др.). Необходимо также принять меры для привлечения негосударственных средств для софинансирования различных видов социальной помощи, в том числе путем объединения государственных и частных ресурсов на основе законодательства о государственном социальном заказе, активного поощрения волонтерства, тесного взаимодействия с религиозными организациями с целью мобилизации их ресурсов на цели социальной защиты.

В сфере здравоохранения и образования необходимо выделить ключевые объекты и виды деятельности, подлежащие финансированию в полном объеме даже в условиях острой нехватки средств. Там, где это возможно, следует принять меры к ликвидации избыточных подразделений и организаций, которые в настоящее время отвлекают недопустимо большой объем ресурсов от финансирования приоритетных видов медицинской помощи и образовательной деятельности. В сфере профессиональ-

ного образования необходимо перейти к адресным принципам распределения стипендиального фонда с учетом действительной нуждаемости студентов.

Кризис обнажил полную финансовую несостоятельность существующей пенсионной системы. Следует признать, что она находится в состоянии банкротства и не может быть восстановлена на докризисных принципах. В связи с этим, необходимо отказаться от принципа автоматической привязки всех пенсий к средней зарплате по стране и на период кризиса перейти к индексации преимущественно минимальных пенсий, реальный размер которых упал до опасно низкого уровня, с последующим ее распространением на остальные пенсии, по мере появления в Пенсионном фонде дополнительных средств. В период кризиса неизбежным представляется сокращение дифференциации размеров пенсий, что наблюдается в большинстве стран переходной экономики, оказавшихся в сходной экономической ситуации.

Предотвратить углубление кризиса пенсионной системы страны и одновременно создать предпосылки для быстрого и устойчивого экономического роста можно только через поэтапный переход от всеобщей распределительной системы к смешанной системе, в которой значительную роль играют накопительные элементы финансирования пенсий. Формирование значительных пенсионных накоплений позволяет ограничить финансовую зависимость пенсионной системы от соотношения между работниками и пенсионерами и, тем самым, существенно повысить ее устойчивость перед лицом неблагоприятных демографических изменений.

Следует ограничить нерациональные и социально несправедливые расходы из Фонда социального страхования. Прежде всего, следует полностью отказаться от дотирования санаторно-курортных мероприятий и иных нестраховых видов деятельности за счет его средств. Для концентрации ресурсов на низкооплачиваемых категориях работников необходимо ввести жесткие ограничения на предельные размеры пособий по временной потере трудоспособности и других пособий, выплачиваемых за счет средств указанного Фонда. Для предотвращения злоупотреблений, связанных с получением пособий по временной потере трудоспособности целесообразно отказаться от оплаты за счет средств Фонда социального страхования первых нескольких дней болезни, возложив частично эту обязанность на работодателей.

В части выплаты пособий по безработице с целью концентрации средств на наиболее уязвимых категориях безработных необходимо существенно ужесточить критерии предоставления статуса безработного, в том числе при наличии личного подсобного хозяйства у лиц, проживающих в сельской местности. Следует также отказаться от дифференциации размеров пособий и ввести единое минимальное пособие по безработице, индексируемое по темпу инфляции. Финансирование пособий по безработице целесообразно осуществлять за счет средств местных бюджетов.

Выводы. Перечисленные меры носят неотложный характер и призваны облегчить лишь наиболее острые проблемы социальной сферы в условиях возникшей кризисной ситуации в стране. При этом, важно отметить, что их осуществление ни в коей мере не снимает с повестки дня вопрос о проведении более глубоких структурных преобразований в социальной сфере, ориентированных на среднесрочную и долгосрочную перспективу.

Библиографический список

1. Дидкивска Л.И., Головки Л.С. Государственная регуляция экономики – К.: Знание-Пресс, 2002. - 214с.
2. Спикер П. Социальная политика: теории и подходы. – К.: Феликс, 2000.-400с.
3. Буркин С.В. Обязательное социальное страхование. – Волгоград: Изд – во

ВолГУ, 2000. – 92 с.

4. **Пикалова Г.А.** Методические основы формирования системы социальной защиты в переходной экономике Украины. Научное издание. – Донецк: ООО «Лебедь», 2002. – 20с.

5. О государственных социальных стандартах и государственных социальных гарантиях. Закон Украины через 5.10.2000 р № 2017 – III

6. Общеобязательное государственное социальное страхование и пенсионное гарантия: в цифрах и фактах – К.: Министерство труда и социальной политики Украины, пенсионный фонд Украины, 2002. – 45с.

7. Социальная защита населения в Украине // www.ukrreferat.com.ua.

ГОРОБЕЦЬ Ю.С., ст.гр. МО-056

Наук. керів.: Мудра О.В., ас.

Автомобільно-дорожній інститут державного вищого навчального закладу

“Донецький національний технічний університет”,

м. Горлівка

СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО НА РИНКУ ПРАЦІ

Рассмотрен рынок труда Украины, проанализировано социальное партнерство в современных условиях.

Актуальність. У сучасний період в Україні відбуваються процеси, які можна визначити як формування колективного трудового права. Кризовий стан економіки загострив потребу суспільства досягнути соціального балансу між найманими працівниками, власниками (роботодавцями) і державою. Зараз видно, що правовими засобами індивідуального трудового права, в якому основними суб'єктами виступають індивідуальний найманий працівник і окремий роботодавець, не вирішити існуючих проблем. На перший план виходять, умовно кажучи, суб'єкти інших "вагових категорій" – колективи найманих працівників і колективи роботодавців. Узгодження соціально-економічних інтересів між вказаними суб'єктами, а також між ними і державою утворює цілу систему суспільних відносин, які отримали назву інституту соціального партнерства.

Мета дослідження: теоретичний аналіз сутності поняття соціального партнерства на ринку праці України в сучасних умовах.

Основна частина. Ринкова система являє собою сукупність взаємозв'язаних ринків, які охоплюють різноманітні сфери людської діяльності. Ці ринки взаємодіють між собою на основі цін, що формуються на них під впливом попиту і пропозиції, конкуренції тощо. А ринкові ціни є тією інформацією, що дає змогу постачальникам і споживачам ресурсів приймати необхідні економічні рішення та погоджувати їх.

Ринок праці – це передусім система суспільних відносин, пов'язаних із купівлею і продажем товару «робоча сила». Крім того, ринок праці є сферою працевлаштування, формування попиту та пропозиції на робочу силу. Його можна трактувати і як механізм, що забезпечує узгодження ціни та умов праці між роботодавцями і найманими працівниками [1].

Особливість ринку праці полягає в тому, що він охоплює не тільки сферу обігу товару «робоча сила», а й сферу виробництва, де найманий працівник працює. Відносини, що тут виникають, зачіпають важливі соціально-економічні проблеми, а тому потребують особливої уваги з боку держави.

Важливою умовою формування й функціонування ринку праці є відповідність

працівника вимогам робочого місця, а запропонованого місця – інтересам працівника.

Необхідними умовами функціонування ринку праці є також організація єдиної на території країни й ефективно діючої системи бірж праці, широкомасштабна система професійної орієнтації, професійного навчання, підвищення кваліфікації і перепідготовки, наявність у територіальних органів виконавчої влади необхідних фінансових і матеріальних коштів, достатніх для організації ефективної роботи системи працевлаштування, стимулювання зайнятості, соціальна підтримка громадян, включаючи безробітних і членів сімей, які перебувають на їхньому утриманні, та ін.

Основними суб'єктами ринку праці, як зазначалося, є роботодавець і найманий працівник. Останній має право розпоряджатися своєю здатністю до праці. Він є власником, носієм і продавцем своєї робочої сили. Роботодавець – покупець цього товару. Суб'єктами ринку праці є також посередники між роботодавцями і найманими працівниками – держава, профспілки і спілки роботодавців.

Держава як суб'єкт ринку праці виконує такі функції: соціально-економічну, пов'язану із забезпеченням повної зайнятості, насамперед через стимулювання робочих місць у всіх секторах економіки; законодавчу, пов'язану з розробленням основних юридичних норм і правил; регулювання ринку праці непрямыми методами; захист прав суб'єктів ринку праці.

Світовий досвід засвідчує, що проблеми економіки і суспільного життя, в тому числі у сфері застосування найманої праці, вирішуються оптимально, якщо реалізується орієнтація на досягнення соціальної злагоди, узгодження інтересів різних суспільних груп. Основою соціального партнерства є принцип співробітництва між роботодавцями і найманими працівниками, який реалізується у формах проведення переговорів, укладення колективних договорів та угод, узгодження проєктів нормативно-правових актів, консультацій при прийнятті рішень соціальними партнерами на всіх рівнях. Зараз дедалі частіше можна почути розмови про соціальне партнерство як про підґрунтя майбутнього благополучного і відносно безконфліктного існування українського народу [2].

Соціальне партнерство найчастіше визначають як шлях досягнення розумних компромісів між працею і капіталом, «як систему інститутів, механізмів і процедур, покликаних підтримувати баланс інтересів сторін, що беруть участь у переговорах про зайнятість, оплату і умови праці та сприяють досягненню взаємоприйняттого для них компромісу для реалізації як корпоративних, так і загальносоціальних цілей» [1].

Предметом соціального партнерства виступають колективні відносини між соціальними партнерами щодо участі трудових колективів у встановленні умов праці, діяльності професійних спілок та інших представницьких органів трудового колективу в соціально-трудовах відносинах, утворення та діяльності об'єднань роботодавців, з вирішення індивідуальних та колективних трудових спорів та ін. [2].

До сфери соціального партнерства входять: досягнення консенсусу з питань забезпечення зайнятості, створення додаткових робочих місць, захисту населення від безробіття; застосування найманої праці з дотриманням техніки безпеки, вимог з охорони здоров'я працівників у процесі праці, оплати праці й забезпечення стимулюючої функції заробітної плати, прав працівників на своєчасне отримання заробітної плати, забезпечення нормального режиму праці й відпочинку, забезпечення права працівників на участь в управлінні працею на підприємстві, вирішенні колективних трудових спорів тощо[1].

Соціальне партнерство можна розглядати як принцип діяльності суб'єктів колективних трудових відносин і як правовий інститут. Соціальне партнерство як правовий інститут – це сукупність норм, що регламентують відносини між соціальними партнерами – трудовими колективами найманих працівників та їхніми представниками

(профспілками та іншими представниками) і роботодавцями та їхніми представниками [2]. Відносини соціального партнерства мають колективний характер, в їх основі лежить колективний інтерес сторін. Колективний характер соціального партнерства виявляється в трьох аспектах [1]:

1. наявності колективного інтересу усіх суб'єктів у сфері застосування найманої праці;
2. наявності колективних відносин у цій сфері;
3. колективній структурі сторін соціального партнерства.

В Україні існували окремі форми соціального партнерства: колективні договори, виробничі наради, ради трудових колективів. Однак сучасні умови вимагають створення нового правового механізму регулювання колективних відносин у суспільстві. У цьому напрямку були проведені певні організаційно-правові заходи і таким чином Указом Президента України від 23 травня 1993 р. було створено Національну раду соціального партнерства [3]. Представниками найманих працівників виступають на національному рівні профспілкові об'єднання України.

В Україні створено спеціальні органи, котрі здійснюють повноваження у сфері соціального партнерства – Національна рада соціального партнерства, Національна служба посередництва і примирення. Згідно з Положенням Національна служба посередництва і примирення (НСПП) є постійно діючим державним органом, створеним Президентом України для сприяння врегулюванню колективних трудових спорів (конфліктів). Основними завданнями НСПП є: сприяння взаємодії сторін соціально-трудових відносин у процесі врегулювання колективних трудових спорів (конфліктів), прогнозування виникнення колективних трудових спорів та сприяння своєчасному їх вирішенню, здійснення посередництва і примирення під час вирішення колективних трудових спорів [4].

Органи місцевого самоврядування в Україні не спроможні забезпечити належне фінансування соціальної сфери і її працівників: вчителів, лікарів, працівників культури, сприяти виплаті пристойної пенсії ветеранам, допомоги безробітним тощо. Це означає, що певні прошарки населення перебувають поза межами справедливого розподілу і про реальне соціальне партнерство практично говорити не доводиться. Проблема можна розв'язати, тільки піднявшись над масштабами конкретного підприємства, оцінюючи соціальне партнерство з позицій міста, села, селища, тобто суб'єктів місцевого самоврядування.

Висновки. Таким чином, в сучасний період в Україні відбуваються процеси, які можна визначити як формування колективного трудового права. Кризовий стан економіки загострив потребу суспільства досягнути соціального балансу між найманими працівниками, власниками (роботодавцями) і державою. Зараз наочно видно, що правовими засобами індивідуального трудового права, в якому основними суб'єктами виступають індивідуальний найманий працівник і окремих роботодавець, не вирішити нагальних проблем. На перший план виходять, умовно кажучи, суб'єкти інших "вагових категорій" - колективи найманих працівників і колективи роботодавців. Узгодження соціально-економічних інтересів між вказаними суб'єктами, а також між ними і державою утворює цілу систему суспільних відносин, які отримали у зарубіжних країнах назву інституту соціального партнерства, котрий пронизує соціально-економічні відносини від національного рівня до конкретного підприємства (роботодавця).

Світовий досвід переконливо засвідчує, що проблеми економіки і суспільного життя, в тому числі у сфері застосування найманої праці, вирішуються оптимально, якщо реалізується орієнтація не на конфронтацію, а на досягнення соціальної злагоди, узгодження інтересів різних суспільних груп.

Соціальне партнерство – це особливий вид суспільно-трудових взаємовідносин

притаманний ринковій економіці, який забезпечує оптимальне співвідношення основних інтересів різних соціальних груп, в першу чергу найманих працівників та роботодавців.

Основою соціального партнерства є принцип співробітництва між роботодавцями і найманими працівниками, який реалізується у формах проведення переговорів, укладення колективних договорів та угод, узгодження проектів нормативно-правових актів, консультацій при прийнятті рішень соціальними партнерами на всіх рівнях перетворення, що відбуваються в Україні, покликані створити умови для активного і тісного співробітництва органів державної влади, місцевого самоврядування, підприємств і населення у виробленні та здійсненні узгодженої соціально-економічної політики на засадах врахування спільних інтересів.

Пріоритетними напрямками реформування українського ринку праці є вдосконалення системи оплати праці, розширення можливостей отримання населенням офіційних основних і додаткових доходів, соціальна підтримка окремих груп, підвищення якості та конкурентоспроможності робочої сили, сприяння ефективним і доцільним переміщенням працездатного населення, запобігання зростанню безробіття через створення робочих місць за рахунок різних джерел фінансування, впровадження механізмів звільнення і перерозподілу зайнятих, реструктуризації економіки і піднесення вітчизняного виробництва. Тому саме соціальне партнерство може виявитись саме тією ланкою, завдяки активізації якої уможливиться визначення всіх сприятливих перспектив.

Бібліографічний список

1. **Каліна А.В.** Економіка праці. – К.: МАУП, 2004. – 265с.
2. **Грішнова О.А.** Економіка праці та соціально-трудові відносини. – К.: Знання, 2006. – с.261-275.
3. **Юрченко В.В., Романишин В.О.** Ринок праці України: сучасний стан та шляхи його реформування // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №10. – 214с.
4. www.refine.org.ua/pageid-4336-1.html.
5. <http://studentbooks.com.ua/content/view/>.

РОЛІНА К.В. ст. гр. МО–066

Наук. керів.: Кравцова Л.В., ст. викл.

Автомобільно-дорожній інститут державного вищого навчального закладу

“Донецький національний технічний університет”,

м. Горлівка

ОСНОВНІ ВЛАСТИВОСТІ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

Определены особенности затрат на предприятии, которые в первую очередь рассмотрены, как объект управления. Вводится понятие «характер затрат» и объясняется важность понимания и применения данного понятия.

Актуальність. Витрати є однією з найважливіших категорій в економіці підприємства. І саме усвідомлення того, що витрати підкоряються механізмам управлінського впливу дозволило зробити висновок, що витрати є об'єктом управління. Але ця проблема ще не досить розкрита та потребує подальшого вивчення та самовдосконалення.

Мета дослідження: розвиток витрат як об'єкта управління, вивчення властивостей та характеристик витрат підприємств, вивчення складу витрат підприємства та аналіз їх ефективності.

Основна частина. Вивченням витрат та обґрунтуванням їх економічної сутності займалися багато авторів: Козаченко А.В., Ляшенко А.Н., Нагель К., Фостер Дж., Соколов В. И., Плоткін Я. Д., Чусаченко Г.Г. та інші.

Витрати – складова діяльності підприємств наряду з прибутком, собівартістю та іншими економічними категоріями, котрі використовуються при аналізі роботи підприємства. Ця складова проявляється у певних формах ресурсів, котрі відповідають за створення, зберігання і накопичення вартості. Тому можна сказати, що витрати завдяки цій характеристиці мають грошові вимірники, котрі перетворюють їх в економічно однорідні кошти для більш зручного розрахунку собівартості, котра і залежить від витрат на виробництво.

Як визначав Карл Маркс «Сутність та економічна природа витрат зумовлена об'єктивно існуючим світом і потребою людства працювати на задоволення своїх потреб, які знаходяться під впливом закону безперервного зростання». Цим висловом більше підкреслюється те що потреби людства тісно пов'язані з витратами, котрі необхідні для задоволення цих потреб. Вартісна природа витрат дозволяє вивчати не лише кількісні сторони явищ, а й давати наголос на якісні властивості досліджуваних процесів, що пов'язані з витратами. Категорія «вартість» включає до свого змісту вивчення кількості витрат у нерозривному взаємозв'язку їх з їхньою якістю. Саме тому для збереження конкурентоспроможності підприємства формують умови для того, щоб підтримувати певний баланс між вигодами (тобто прибутком) та витратами.

Згідно історичного процесу основним об'єктом витрат є матеріалістичне буття, а основним суб'єктом є людина, що зайнята у виробництві.

Як стверджував Пуреев Р.М. «Основними методами пізнання об'єктивного світу витрат є метод від абстрактного до конкретного та метод єдності історичного і логічного». Тобто в теоретичному змісті об'єктивна природа витрат передбачає єдність діалектики, логіки та теорії пізнання. Саме тому для більш детального розуміння витрат вводять таке поняття, як «характер витрат».

Під характером витрат розуміється комплекс їхніх природних властивостей, які сформувалися під впливом об'єктивно існуючого закону вартості в умовах розвитку економіки. Але не можна сказати, що характер витрат є постійним та незмінним на протязі часу, бо він змінюється паралельно змінам в динаміці науково – технічного прогресу та розвитку суспільства. Саме тому згідно Козаченко А. В. та Ляшенко А. Н. при вивченні характеристики витрат доцільно ввести таку характеристику витрат, як привабливість.

Поняття привабливості витрат залежить від привабливості галузі в котрій працює, або збирається працювати підприємство. Вартісна природа привабливості зумовлена тим, що при подоланні високого бар'єру входження в привабливу галузь купується конкурентоспроможність на ринку за рахунок «розмивання» прибутку суперників, котрі вже працюють у цій галузі впродовж якогось часу. Саме тому привабливість є одним із найважливіших характеристик витрат. Саме її необхідно мати на увазі при бажанні впливати на витрати.

Основною проблемою України в питанні привабливості витрат є те, що привабливість довгий час була не суттєвою для управлінського персоналу. Це пов'язано з тим, що привабливість притаманна лише тим витратам, які виникають у сталому ринковому середовищі, а як відомо, Україна нещодавно набула статусу країни з ринковою економікою. Саме тому вивчення питання витрат на українських підприємствах дуже відстало від іноземних.

Розглядаючи витрати, як об'єкт управління можна виділити наступні особливості : незалежність від формальної управлінської дії, постійність, циклічність, кінцевість, неповна контрольованість, превентивність, безповоротність, інтегрованість

з іншими сферами управління, відповідність змінам у діяльності підприємства.

За останні роки значно змінився склад витрат підприємства. Це пов'язано з розвитком економіки країн, з розвитком науково – технічного процесу та з рядом других факторів. В сучасній економіці на розмір ефективності діяльності підприємства істотно впливають витрати, пов'язані з пошуком інформації про стан ринку та їхню динаміку, про потенційних ділових партнерів, витрати на проведення переговорів та укладання угод. Велику увагу в даний момент приділяють маркетинговій політиці, котра в свою чергу має загалом дуже великі витрати. Під маркетинговою політикою розуміють вивчення та аналіз ринку, планування діяльності на довгостроковий період, виготовлення тієї продукції котра необхідна споживачам, тобто та котра знайде збут. Особлива увага приділяється витратам на рекламу. Завдяки рекламі підприємство надає гласності про товари та послуги, котрі воно має. Завдяки рекламі підприємство знаходить нових споживачів, тому загалом витрати на рекламу хоча й великі вони ефективні. Усі ці види витрат, котрі були описані вище, називаються трансакційні витрати. Багато авторів уточнюють, що управління трансакцій ними витратами зменшують ризик, зберігають конкурентні позиції, забезпечують ефективність ринкових відносин підприємства. Саме трансакційним витратам найбільше притаманна привабливість, бо саме вони загалом залежать ввід галузі, від кількості фірм – конкурентів присутніх у цій галузі та їх статусі на ринку. Однак, не можна казати, що підприємство повинне звертати увагу лише на трансакційні витрати, основну увагу в своїй діяльності надавати маркетингу, а не виробництву та якості випускає мої продукції. Саме тому підприємство повинне враховувати всі витрати, незалежно від їх класифікації. І саме таке підприємство буде більш конкурентоспроможним, ніж те, що не буде управляти витратами. Саме тому управління витратами є дуже важливим питанням к вивченню котрого кожне підприємство підходить по своєму.

Висновки. Витрати, як об'єкт управління вивчаються та розглядаються з огляду на таку категорію, як характер. Характер витрат має змогу змінюватися внаслідок внутрішніх та зовнішніх факторів. Природна сутність витрат зумовлена об'єктивною та духовною потребою людини працювати, щоб вдовольняти свої потреби, котрі постійно зростають. Вивчення характеру витрат є одним із головних завдань підприємства, бо його вивчення сприяє правильному формуванню підходів до управління витратами. А управління витратами – процес до якого йдуть усі підприємства незалежно від галузі в котрій вони працюють.

Головну увагу підприємства повинні звернути на теоретичні засади управління витратами, а вже на їх основі практично ними управляти. Проблема практичного управління не розкрита до кінця, тому буде напрямом подальших досліджень.

Бібліографічний список

1. **Житня І.П., Нескреба А. М.**, Економічний аналіз господарської діяльності підприємств. Навчальний посібник для вузів. – К.:Вища школа, 1982.
2. **Бережна І. В., Міхуринська Е. А.**, Економіка підприємства :Навчальний посібник. – Сімферопіль: «Кримська академія природоохранного та курортного будівництва», 2002.
3. **Козаченко А. В., Ляшенко А. н., Ладико І. Ю.** Управління крупним підприємством : Монографія. – К.: Лібра, 2006.
4. **Кушнір В.** Категорія вартості в економіці: зародження і трансформація змісту: Монографія. – Х.: Еспада, 2005.

БУРІЛОВА М.О., ст.гр. МО–05в

Научн. керів.: Курган О.Г.

Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу

“Донецький національний технічний університет”,

м. Горлівка

РОЛЬ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ІНТЕНСИФІКАЦІЇ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ

Рассмотрены инвестиционные процессы, осуществляемые на территории Украины, проанализированы изменения объема прямых иностранных инвестиций нерезидентов в экономику страны.

Актуальність. Основним у розвитку суспільства є стан промисловості, яка повинна базуватися на новітніх технологіях, з урахуванням вимог часу, для цього потрібні капітальні вкладення. Однією із форм таких вкладень капіталу є іноземні інвестиції.

Об'єктивно прямі іноземні інвестиції у вітчизняні галузі за технологічним рівнем мають бути найсучаснішими. Тільки такі іноземні інвестиції слід залучати у вітчизняну економіку, бо саме вони будуть тим вищим критерієм для вітчизняних підприємств, на який вони будуть орієнтуватися, залучаючи іноземних інвесторів до співпраці у розвитку вітчизняного виробництва і продукції [1].

Актуальність цього питання полягає в тому, що Україна потребує значних іноземних інвестицій у розвиток своєї промисловості та економіки в цілому, а тому слід більш детально підходити до розглядання питання рівня її інвестиційного забезпечення на сучасному етапі. З цією метою нами визначена роль іноземних капіталовкладень у розвитку вітчизняного виробництва та розкриті особливості використання прямих іноземних інвестицій в Україні.

Питанням іноземних інвестицій присвяченні статті О. Пиріг, О. Шаповалова, М.Чечетова, В. Будкіна, М. Василенко, А. Федорищева, С. Дорогунцова та інших.

Більшість авторів визначають інвестиції як засіб вкладення капіталу, який має забезпечити зростання вартості капіталу чи принести прибуток.

Мета дослідження: теоретичне обґрунтування значення іноземних інвестицій в розвитку економіки України та аналіз динаміки інвестиційних процесів на території країни за останні роки.

Основна частина. Інвестиційна діяльність охоплює основні сфери народного господарства: матеріальне виробництво і соціальні програми. Аналіз економічної ролі держави у вирішенні цієї проблеми має принципове значення.

Раніше інвестиційна діяльність здійснювалась у вигляді відтворення основних фондів шляхом капітальних вкладень у народне господарство. У ринкових умовах інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, внаслідок чого створюється прибуток або досягається соціальний ефект.

У розвинутих країнах світу відносно високий рівень інвестування підтримується за рахунок великих інвестицій у докорінну реконструкцію виробництва і розвиток нових галузей економіки. Суттєву роль тут відіграє і економічна політика держави, яка за допомогою податкових важелів, а особливо прискореної амортизації, стимулює фірми і компанії збільшувати інвестиції. В основних розвинутих країнах світу 30 – 40% інвестицій здійснює сама держава [2].

Для України проблема інвестиційного забезпечення є однією з найбільш складних. Її вирішення в умовах дефіциту власних фінансових ресурсів неможливе без

залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ).

Проте слід зазначити, що економіка України нині не може задовольнити вимоги західних інвесторів. Серед причин непривабливості українського інвестиційного клімату називають повільні темпи реформування не лише економіки, а й законодавчої бази, нераціональний розподіл внутрішніх інвестицій – приватних і державних, високі податки, а також надмірне регулювання економіки.

Однак, попри всі вади, потік іноземних інвестицій в економіку України нині збільшується. Так, динаміка приросту прямих іноземних інвестицій у 2007 році була вдвічі вищою в порівнянні з минулим періодом [3].

Аналіз свідчить, що за останні роки технологічна структура інвестицій в економіку України поліпшилась. Якщо в 2004 – 2006 роках спостерігалось зменшення питомої ваги витрат на устаткування, то в 2007 році відбулося збільшення питомої ваги витрат на устаткування – з 27% в 2004 р. до 54% в 2007р.

Разом з тим необхідно зазначити, що в 2007 році відбулося збільшення припливу інвестицій до української економіки на 22,9%. Найбільше зріс капітал нерезидентів з Німеччини – на 4851,8 млн. доларів, з Австрії – на 1062,5 млн. доларів, з Кіпру – на 460,6 млн. доларів, з Сполученого Королівства – на 199,9 млн. доларів, з Сполучених Штатів Америки – на 183,5 млн. доларів, з Нідерландів – на 84,6 млн. доларів, з Російської Федерації – на 78,9 млн. доларів, з Белізу – на 49,2 млн. доларів, з Польщі – на 29,3 млн. доларів, з Данії – на 24,0 млн. доларів (рисунок 1) [2].

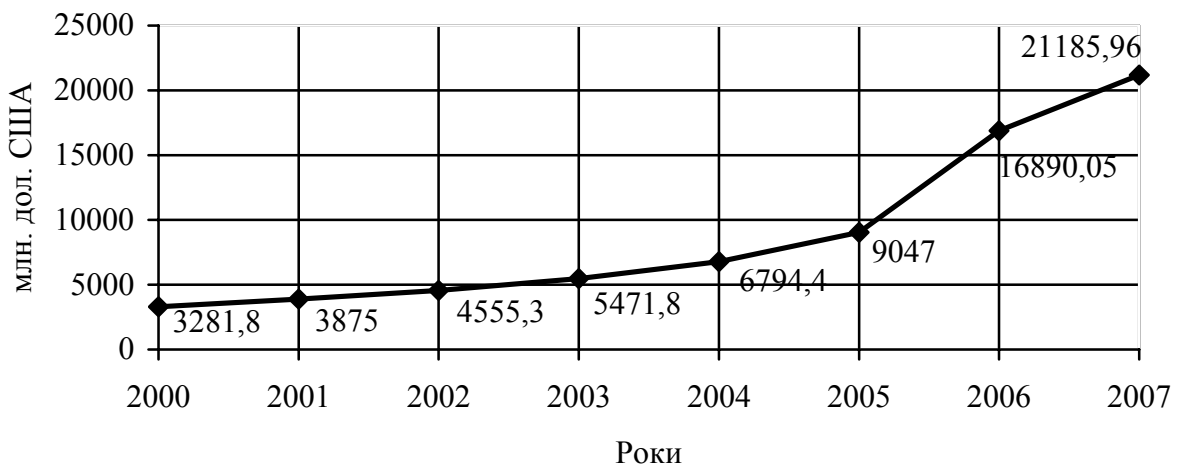


Рисунок 1 – Прямі інвестиції нерезидентів в економіку України

Відношення прямих іноземних інвестицій до ВВП України коливається на рівні 1,21–2,39%. Однак, аналізуючи світовий досвід розвитку, для макроекономічної стабілізації країни з перехідною економікою необхідно забезпечити щорічні темпи зростання обсягів інвестицій на рівні 10–12% ВВП або на кожен відсоток приросту ВВП країна повинна виділити на інвестиції у реальний сектор економіки не менше 3% ВВП [2].

Іноземні інвестиції мають велике значення для економіки країни, що їх одержує, оскільки вони являються джерелом капіталовкладень, причому у формі сучасних засобів виробництва. Вони залучають вітчизняних підприємців до передового господарчого досвіду, сприяють поширенню інновацій, збільшенню продуктивності праці та підвищенню добробуту населення.

Становлення та розвиток ринкових відносин пов'язані з необхідністю

державного регулювання використання обмежених ресурсів, вибору напрямів інвестування. Адже не секрет, що сьогодні закони ринкової економіки працюють на вибракунання тих видів діяльності, які не входять до кола пріоритетних з точки зору прибутковості в короткостроковій перспективі. Державна інвестиційна політика має передбачати використання державних інвестицій як засіб створення первинних умов для залучення приватних та іноземних інвестицій у розвиток пріоритетних галузей економіки.

Висновки. Таким чином, можна зробити наступні висновки:

1. Подальший розвиток України потребує зокрема залучення іноземних інвестицій, які виступають фактором інноваційно-інвестиційного пожвавлення, оновлення основних фондів на принципово новій, конкурентоспроможній основі.
2. Відтворення основних фондів як на рівні певного регіону, підприємства, так і національної економіки загалом, має спиратися на науково обґрунтовану інвестиційну політику в умовах ринкового трансформування.
3. Важливе значення для підвищення ефективності інвестиційної діяльності має поліпшення технологічної структури інвестицій внаслідок збільшення питомої ваги витрат на відтворення активної частини основних фондів – машин та устаткування.
4. Держава повинна управляти процесом інвестування у виробництво, тому що саме стан інвестиційної сфери, яка формує чинники виробництва, визначає інтенсивність економічного зростання.

Бібліографічний список

1. **Пирог О. В.** Іноземні інвестиції як чинник економічного зростання країни/ О.В. Пирог //Актуальні проблеми економіки.– 2005. – №5. - С. 15 – 19.
2. **Федоренко В.** Інвестиційні процеси в Україні/ В. Федоренко //Журнал інтелектуальної еліти «Персонал».– 2007. – №5. – С. 17 – 20.
3. **Голощапова О.** Ринок інноваційних технологій в Україні: вивчення світового досвіду з метою його застосування у вітчизняних умовах/ О. Голощапова // Економіст. – 2007. - №2.– С. 32 – 35.

ЗАМАРАЄВА В.А., ст.гр. МО-04А

Наук. керів.: Галушка В.В., ас.

Автомобільно-дорожній інститут державного вищого навчального закладу
“Донецький національний технічний університет”,
м. Горлівка

АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ПРИБУТОК»

Рассмотрены и проанализированы точки зрения различных авторов на некоторые аспекты определения понятия «прибыль» и уточнены аспекты определения прибыли, отвечающего рыночным условиям.

Актуальність. Становлення та розвиток в Україні ринкової інфраструктури суттєво змінило економічне, інформаційне і правове середовище функціонування підприємства. Тобто суб'єктам господарювання необхідно орієнтуватися на такі результати виробництва і реалізації продукції, що дозволять не лише покривати свої витрати і забезпечувати повторюваність виробництва в незмінних масштабах, але і фінансувати розширення виробничої діяльності, вирішення соціальних проблем. Оскільки за рахунок отриманих прибутків суб'єкт господарювання виконує свої зобов'язання перед персоналом, постачальниками, банками, а також державою та

отримані фінансові результати є джерелом збільшення масштабів виробництва, то процес визначення та уточнення поняття «прибуток» в сучасних умовах ринкової економіки стають найважливішими аспектами управлінської діяльності підприємства.

Мета дослідження: проаналізувати, розкрити та уточнити сутність поняття «прибуток» та визначити роль цього показника в процесі управління фінансовими результатами діяльності підприємства.

Основна частина. Різноманітні сторони виробничої, збутової, постачальної і фінансової діяльності підприємства отримують закінчену грошову оцінку в системі показників фінансових результатів. Показники фінансових результатів характеризують ефективність господарювання підприємства в абсолютному виразі. Вони являють собою в умовах ринкової економіки основу економічного розвитку підприємства. Ці показники складають фінансову базу для самофінансування, розширеного відтворення, вирішення проблем соціальних і матеріальних потреб трудових колективів. Фінансові результати характеризують ступінь ділової активності підприємства і його фінансового благополуччя.

Поняття фінансові результати об'єднує такі економічні категорії, як валовий та чистий дохід, прибутки та збитки, тому необхідно визначити, як освітлюються ці поняття в різноманітній економічній літературі. За думкою класиків економічної теорії К.Маркса та Ф.Енгельса валовий дохід є та частина вартості і виміряна частина валового продукту, котра залишається після відрахування частини вартості і виміряної частини всього виробленого продукту, яка заміщує вкладений у виробництво і спожитий у ньому постійний капітал. Це визначення підкреслює, що валовий дохід є тією частиною продукту, яка залишається після відрахування частини цього продукту, що використовується на відтворення виробництва. Поддєрьогін визначає валовий дохід як грошовий вираз вартості знов створеної продукції, тобто як різниця між виручкою та матеріальними витратами й амортизаційними відрахуваннями у складі собівартості реалізованої продукції.

Чистий дохід формується під час сплати акцизів, податку на додану вартість, відрахувань у фонди пенсійного й соціального страхування, інші державні цільові фонди тощо.

Значна частина чистого доходу реалізується у формі прибутку. Прибуток - це певний гарант прогресу економічної системи, а його відсутність - найяскравіший доказ регресу й соціального напруження. Поняття прибутку в економічній системі існує у зв'язку з наявністю товарно-грошових відносин, появою і розвитком інституту власності, особливо приватної. Перші визначення прибутку збігалися зі значенням валового доходу, який за індивідуалістичною системою розподілу поділявся на три категорії: доходи від капіталу, землі та доходи від праці.

Прибуток за К. Марксом - це перетворена форма додаткової вартості, результат відношення між необхідним і додатковим робочим часом.

Спираючись на досягнення класичної школи, під впливом теорії продуктивності капіталу, а також концепції граничної корисності на рубежі XIX-XX століть склалася неокласична теорія прибутку. Вона мала подвійне тлумачення. З одного боку, Дж.Б.Кларк, Л. Вальрас вважали, що прибуток - це винагорода, ціна одного окремого фактору виробництва - капіталу, не враховуючи винагороди за всі інші фактори - землю, працю. З другого боку, прибуток розглядався як комплексний дохід підприємця від усіх факторів виробництва.

Особливим чинником, який мав вплив на розвиток неокласичної теорії прибутку, був ризик, тому що будь-яка форма розміщення капіталу завжди пов'язана з невизначеністю. Поняття ризику у працях І. Фішера, Г. Мюрдала досліджується як важливий розрахунковий показник, що використовується для аналізу прибутків в

умовах недосконалої конкуренції і надприбутків. Розвиток ринкових відносин в економіці України потребує нових підходів до управління формуванням і розподілом прибутку. Тому й саме визначення прибутку зазнає певних змін. Не дивно, що в сучасних умовах серед вітчизняних та закордонних вчених існують різні точки зору на це поняття.

С.Ф. Покропивний розглядає прибуток як ту частину виручки, що залишається після відшкодування усіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства. На нашу думку, таке розуміння прибутку обмежується тільки кількісним визначенням категорії і не розкриває його економічної природи. Зазначимо, що передусім прибуток - це частина грошових накопичень, що створюється підприємством будь-якої форми власності. Тому М.Я. Коробов вважає, що прибуток підприємства - це взагалі єдина форма його грошових накопичень.

Під прибутком російський економіст Д.С. Моляков розуміє грошове втілення частини вартості додаткового продукту. А.М. Поддєрьогін визначає прибуток як частину поновленої вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу. Таким чином, наголошується на важливості процесу реалізації виробленого продукту за кошти.

Якщо в результаті господарської діяльності збільшуються активи підприємства, то, виходячи з подвійного запису, збільшуються й пасиви, і якщо це не кредиторська заборгованість, то має місце приріст капіталу, або, іншими словами, прибуток. Останнє ствердження ґрунтується на аналізі балансу підприємства, і прибуток розглядається як зростання капіталу.

У публікаціях останніх років І.А. Бланк одним із перших в Україні використовує поняття співвідношення ризику і доходу у своєму визначенні прибутку. На думку вченого, прибуток - це втілений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності, та є різницею між сукупним доходом і сукупними витратами у процесі здійснення цієї діяльності. Ми вважаємо, що це визначення є найбільш точним визначенням сутності економічної категорії прибутку і є найбільш прийнятним для умов ринкових відносин.

Водночас прибуток як економічна категорія відображає кінцеву грошову оцінку виробничої та фінансової діяльності і є найважливішим показником фінансових результатів підприємницьких структур, їх фінансового стану. У загальному вигляді прибуток - це дохід від певної діяльності за винятком витрат на її здійснення. Він сигналізує про необхідність заходів щодо зменшення собівартості продукції, нарощування обсягів виробництва і реалізації, розширення асортименту виготовлюваних товарів, доцільність змін у ціновій політиці. Він є визначальним критерієм ефективності господарювання. Крім того, що прибуток є важливим показником ефективності виробничо-господарської діяльності, він є також джерелом формування централізованих та децентралізованих фінансових ресурсів. Абсолютна сума прибутку, отримана підприємством, у тому числі прибуток від основної діяльності, є дуже важливими показниками, але щоб зробити висновок про рівень ефективності роботи підприємства, отриманий прибуток необхідно порівняти зі здійсненими витратами. По-перше, витрати можна розглядати як поточні витрати діяльності підприємства, тобто собівартість продукції (робіт, послуг). По-друге, витрати можна розглядати як авансовану вартість (авансований капітал) для забезпечення виробничої та фінансово-господарської діяльності підприємства.

Висновки. Таким чином, в процесі визначення поняття «прибуток» була досягнута мета проведеного дослідження, яка відображала необхідність розкриття та певного уточнення вищезгаданого показника фінансово-господарської діяльності

підприємства. Проте, слід також підкреслити, що однозначного трактування та обґрунтування поняття «прибуток» в економічній літературі не існує. Різні автори розглядають прибуток із суб'єктивної точки зору, спираючись у своїх висновках на неоднозначність та багатогранність цієї економічної категорії. В ході знайомства з різноманітними аспектами визначення поняття «прибуток», можна зробити узагальнюючий висновок, який свідчить, що дана економічна категорія відображає кінцеву грошову оцінку виробничої та фінансової діяльності і є найважливішим показником фінансових результатів підприємницьких структур, їх фінансового стану. У загальному вигляді прибуток - це дохід від певної діяльності за винятком витрат на її здійснення.

Бібліографічний список

1. **Поддєрьогін А.М.** Фінанси підприємств–3-є вид., перероб. Та доп.– К.:Знання, 2001.–384 с.
2. **Субботович Ю.Л.** Прибуток у господарській діяльності підприємства. // Фінанси України.–№ 12.–1999.–с. 39-46.
3. **Бланк И.А.** Управление прибылью.– К.:Ника–Центр, 1998.–544 с.
4. **Н. Якубовский.** Актуальные проблемы промышленного производства. // Экономика Украины №10, 1997, с. 4-13.
5. **Павлова Л. Н.** Финансы предприятия. – М.: ЮНИТИ, 2006. – 342 с.

ПОПОВИЧ Н.С., ст.гр. МО-08маг
Наук. керів.: Гайдай І.Ю., к.е.н.
Автомобільно-дорожній інститут ДВНЗ «ДонНТУ»,
м. Горлівка

РОЗРОБКА ЗАВДАНЬ ТА НАПРЯМКІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ ЗАСОБАМИ

Приведены подходы к определению элементов политики управления оборотными средствами предприятия, сформулированы основные задачи и способы реализации политики управления оборотными средствами.

Актуальність. Проблема досягнення та підтримання фінансової стійкості підприємств завжди вважалася актуальною і не втратила її до цього часу, що пояснюється динамічним характером ринкових відносин, фінансово-господарської діяльності, і як наслідок – динамічним характером фінансового стану суб'єктів господарювання. Одним з напрямків вирішення цієї проблеми є розробка завдань, напрямків та заходів стосовно політики управління активами, в тому числі і оборотними засобами підприємств.

Мета дослідження: розробка та теоретичне обґрунтування завдань та напрямків реалізації політики управління оборотними засобами.

Управління оборотними засобами – одна з основних операцій менеджменту в організації. Кожен елемент оборотних засобів, а саме – запаси, грошові кошти, дебіторська заборгованість, має свої особливості, що обумовлюють складність та специфічність розробки політики управління оборотними засобами. До них, зокрема, належать наступні:

- обґрунтування запасів повинне проводитись на основі розрахунку оптимальної партії поставки й середньодобового залишку з урахуванням ефективної системи контролю за їхнім рухом;

- управління дебіторською заборгованістю має на увазі не тільки аналіз динаміки її стану, питомої ваги, складу й структури за попередній період, але й формування кредитної політики стосовно покупців продукції, систему кредитних умов, а також систематичний контроль дебіторів;
- управління грошовими коштами передбачає не тільки контроль рівня абсолютної ліквідності, але й оптимізацію середнього залишку всіх коштів на основі розрахунків операційного, страхового, компенсаційного й інвестиційного резервів.

Ефективне управління оборотними засобами на підприємстві вимагає розробки та реалізації політики управління ними з урахуванням особливостей формування та використання окремих елементів оборотних засобів. Узагальнюючи погляди зарубіжних та вітчизняних вчених-економістів на проблему управління оборотними засобами, а саме Колчіної Н.В.[4], Шеремет А.Д., Іонової А.Ф.[6], Чуєва І.Н., Чечевіциної Л.Н.[5], Грязнової А.Г.[3], Давидової Л.В., Ільмінської С.А.[1], можна сформулювати основні завдання управління оборотними засобами організації:

1. визначення потреби організації в оборотних засобах, що забезпечують її платоспроможність;
2. формування достатнього обсягу й раціональної структури оборотних засобів;
3. оптимізація структури джерел фінансування оборотних засобів;
4. підвищення ефективності використання оборотних засобів.

Виконання даних завдань можливо при управлінні не тільки оборотними засобами в цілому, але й окремими їхніми видами зокрема.

Формулювання завдань управління оборотними засобами припускає в якості наступного логічного етапу розгляд способів рішення поставлених завдань.

Рішення першого завдання (визначення потреби організації в оборотних засобах, що забезпечують її платоспроможність) ґрунтується переважно на процесі нормування, важливість якого відзначають такі економісти як Колчіна Н.В. [4], Шеремет А.Д., Іонова А.Ф. [6], Чуєв І.Н., Чечевіцина Л.Н. [5], виділяючи три методи розрахунку нормативів оборотних засобів: аналітичний, метод прямого розрахунку, коефіцієнтний метод.

Відзначимо, що нормування стосується тільки нормованих оборотних засобів (оборотних виробничих засобів і частково засобів обігу, а саме залишків нереалізованої готової продукції на складі), але це не означає, що величина ненормованих оборотних засобів безконтрольна. Управління ненормованими елементами оборотних засобів, тобто іншими елементами засобів обігу, до яких відносяться товари відвантажені, кошти й засоби в розрахунках, здійснюється через систему кредитування й розрахунків. Помилки в розрахунках потреб в оборотних засобах приводять до фінансових втрат. Як вважають Колчіна Н.В. [4], Шеремет А.Д., Іонова А.Ф. [6], Грязнова А.Г. [3], недолік оборотних засобів викликає перебої в забезпеченні матеріальними ресурсами, а їхній надлишок приводить до вповільнення оборотності, утворенню наднормативних запасів матеріальних цінностей і пов'язаних із цим додаткових витрат організації.

У рамках вирішення другого завдання (формування достатнього обсягу й раціональної структури оборотних засобів) розглядається склад оборотних засобів, тобто частини й окремі елементи, з яких вони складаються, і структура, що відбиває співвідношення між складовими частинами оборотних засобів або їхніх окремих елементів.

Склад і структуру оборотних засобів доцільно розглядати залежно від: функціональної ролі в процесі виробництва (оборотні виробничі засоби й засоби обігу); ліквідності, тобто швидкості перетворення в кошти; ступеня ризику вкладення капіталу. Шеремет А.Д., Іонова А.Ф. [6] залежно від ступеня ризику вкладень капіталу

оборотні засоби підрозділяють на наступні групи: оборотні засоби з мінімальним ризиком вкладень (кошти й короткострокові фінансові вкладення); оборотні засоби з малим ризиком вкладень (дебіторська заборгованість за винятком сумнівної, виробничі запаси за винятком залежаних, залишки готової продукції й товарів за винятком тих, що не користуються попитом); оборотні засоби із середнім ризиком вкладень (незавершене виробництво за винятком наднормативного, витрати майбутніх періодів); оборотні засоби з високим ризиком вкладень (сумнівна дебіторська заборгованість, залежані виробничі запаси, наднормативне незавершене виробництво, готова продукція й товари, що не користуються попитом, інші елементи, що не увійшли в попередні групи).

Аналіз структури оборотних засобів залежно від їхньої ліквідності й ступеня фінансового ризику (ризiku вкладень капіталу) показує якість засобів організації, що перебувають в обороті. Завдання такого аналізу – виявлення тих поточних активів, можливість реалізації яких представляється малоймовірною.

При аналізі складу й структури оборотних засобів необхідно враховувати їхню залежність від факторів виробничого, організаційного й економічного характеру. До них, зокрема, належать: галузеві особливості виробництва й характер діяльності; складність виробничого циклу і його тривалість; вартість запасів, умови їхньої поставки і її ритмічність; порядок розрахунків і розрахунково-платіжна дисципліна; виконання взаємних договірних зобов'язань [4].

Третє завдання управління оборотними засобами – оптимізація структури джерел фінансування оборотних засобів, ґрунтується насамперед на визначенні розміру власних оборотних засобів. Як відомо, джерелами формування оборотних засобів є власні, позикові й додатково притягнуті кошти. Саме за рахунок власних коштів формується стабільна частина оборотних засобів. Їхня наявність дозволяє підприємству створювати необхідні для виробництва та реалізації продукції запаси сировини, матеріалів, готової продукції; вкладати певну суму коштів у сферу розрахунків; своєчасно виконувати фінансові зобов'язання та підвищувати результативність своєї діяльності.

Давидова Л.В., Ільмінська С.А. відзначають, що «прямий зв'язок між оборотними засобами й поточними пасивами відсутній, однак вважається, що у нормально функціонуючого підприємства поточні активи повинні перевищувати поточні зобов'язання. Якщо власні оборотні засоби становлять не менш 10% оборотних активів, то вважається, що підприємство фінансово стійке»[1], але при цьому необхідно враховувати структуру поточних активів за ступенем їхньої ліквідності, що робить істотний вплив на платоспроможність організації.

В різних країнах використовуються різні співвідношення між власними і позиковими оборотними засобами. В США застосовують співвідношення 40/60, в Японії 30/70 [2].

Вибір відповідних джерел фінансування оборотних засобів в остаточному підсумку визначає співвідношення між рівнем ефективності використання капіталу й рівнем ризику фінансової стійкості й платоспроможності організації.

Четверте завдання – підвищення ефективності використання оборотних засобів, виконується на базі аналізу основних показників оцінки використання оборотних засобів.

Ефективне використання оборотних засобів забезпечується прискоренням їх оборотності на всіх стадіях кругообігу. На стадії створення виробничих запасів – це раціональне їх використання, удосконалення нормування, поліпшення організації постачання, поліпшення організації складського господарства. На стадії незавершеного виробництва – впровадження прогресивної техніки та технології, удосконалення форм

організації виробництва, удосконалення системи економічного стимулювання. На стадії обігу – це раціональна організація збуту готової продукції, застосування прогресивних форм розрахунків, дотримання договірної та платіжної дисципліни.

Аналіз основних показників оцінки використання оборотних засобів вимагає визначення їх оборотності, ліквідності та рентабельності. Як відзначає Колчіна Н.В.: «узагальнюючим показником ефективності використання оборотних засобів є показник їх рентабельності» [4], що характеризує величину прибутку, одержуваного на кожен гривню оборотних засобів, і відбиває фінансову ефективність роботи організації, тому що саме оборотні засоби забезпечують оборот всіх ресурсів організації.

Підсумовуючи вищевикладене, складемо узагальнюючу таблицю 1, конкретизуючи розробку основних завдань політики управління оборотними засобами на способи їх вирішення.

Таблиця 1 – Завдання політики управління оборотними засобами та способи їх вирішення

Завдання політики управління оборотними засобами	Способи вирішення
1. Визначення потреби організації в оборотних засобах, що забезпечують її платоспроможність	Застосування системи нормування для нормованих оборотних засобів
	Застосування системи розрахунків і кредитування для ненормованих оборотних засобів
2. Формування достатнього обсягу й раціональної структури оборотних засобів	Застосування класифікації оборотних засобів залежно від функціональної ролі, ліквідності, ступеня ризику
	Забезпечення оптимального співвідношення між необхідним обсягом оборотних засобів та виробничими потребами
	Забезпечення прискорення оборотності оборотних засобів, скорочення тривалості виробничого циклу
3. Оптимізація структури джерел фінансування оборотних засобів	Дотримання оптимального співвідношення між власними, позиковими та додатково притягнутими коштами
	Максимальне самофінансування потреби в оборотних засобах, дотримання своєчасності виконання фінансових зобов'язань
4. Підвищення ефективності використання оборотних засобів	Аналіз показників оцінки використання оборотних засобів на підприємстві
	Розробка заходів підвищення ефективності та їх впровадження і контроль

Таким чином, управління оборотними засобами становить найбільш велику частину операцій менеджменту в організації, що пов'язане з великою кількістю елементів у складі оборотних засобів – грошові кошти, виробничі запаси, готова продукція та інші, які вимагають індивідуалізації управління; великою роллю оборотних засобів в забезпеченні платоспроможності й рентабельності господарської діяльності підприємства.

Політика управління оборотними засобами являє собою сукупність процесів формування, фінансування та ефективного використання оборотних засобів. Вона визначає основні завдання управління оборотними засобами, до яких належать: визначення потреби в оборотних засобах, формування їх складу та структури, впровадження заходів щодо підвищення ефективності їхнього використання. Виконання завдань управління оборотними засобами розглядається в розрізі конкретних способів їх вирішення, зокрема – застосування системи нормування, класифікації оборотних засобів; дотримання оптимального співвідношення між джерелами фінансування оборотних засобів та інші.

Бібліографічний список

1. Давыдова Л.В., Ильминская С.А. Политика управления оборотным капиталом как часть общей финансовой стратегии предприятия // Финансы и кредит. – 2006. – № 15. – С. 5–11.
2. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. – М.: Финансы и статистика. – 1998. – 352 с.
3. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / Колл. авторов под общ. ред. А. Г. Грязновой. – М.: Финансы и статистика. – 2002. – 1168 с.
4. Финансы предприятий / Под ред. проф. Н.В. Колчиной. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. – 2003. – 447 с.
5. Чуев И.Н., Чечевицына Л.Н. Экономика предприятия. – 3-е изд. перераб. и доп. – М.: Дашков и К. – 2006. – 416 с.
6. Шеремет А.Д., Ионова А.Ф. Финансы предприятий: менеджмент и анализ. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М. – 2006. – 479 с.

ЧЄЧЄНЄВА Е.Р., ст.гр. МО 07-б

Наук.керів.: Заглада Р.Ю., к.е.н., доц.

Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу

«Донецький національний технічний університет»,

м. Горлівка

ПЕРЕВАГИ СПІЛЬНОГО ІНВЕСТИВАННЯ ТА МЕХАНІЗМ ЗАХИСТУ КОШТІВ УЧАСНИКІВ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ФОНДІВ

Рассмотрена деятельность институтов совместного инвестирования, их роль на финансовом рынке, преимущества совместного инвестирования, изучена законодательная база регулирования деятельности инвестиционных фондов, проанализирована ситуация на рынке совместного инвестирования в 2007-2008 годах.

Актуальність. Інститути спільного інвестування (ІСІ) в країнах з розвинутою економікою є одними з найбільш ефективних інструментів акумуляції інвестиційних ресурсів, основна мета діяльності яких – надання фінансових послуг з розміщення капіталу приватних інвесторів.

Широка популярність інститутів спільного інвестування в усьому світі пояснюється тим, що цей вид комерційної діяльності ефективно поєднує інтереси всіх сторін, причетних до діяльності ІСІ. Вони не набули б такого поширення, якби не пропонували власникам грошей перспектив, більш цікавих порівняно з альтернативними шляхами розміщення коштів.

Держава, в якій створено належні умови для діяльності інвестиційних фондів, в їх особі має ефективний механізм для розвитку ринку цінних паперів, які відіграють значну роль у міжгалузевому перерозподілі капіталу, підвищують стабільність фондового ринку, стимулюють як внутрішній інвестиційний процес, так і зовнішнє інвестування, сприяють розширенню можливостей держави щодо внутрішніх запозичень.

Сформульовані в статті теоретичні висновки і рекомендації спираються на праці вітчизняних та іноземних вчених, які досліджували питання діяльності фінансових посередників та інститутів спільного інвестування на ринку цінних паперів. Насамперед, це роботи Г.Андрощука, Л.Антонюк, О.Батури, А.Бондаренко, Є.Задорожного, В.Новікова, С.Покропивного, А.Поручника, І.Софіщенко І. Назарчука, Н. Кузнецової, В. Колесника, Е. Крока та А. Фрідмана.

Мета дослідження: визначення переваг спільного інвестування, аналіз правового режиму та особливостей господарської діяльності ІСІ, а також розробка основних напрямків вдосконалення діяльності інвестиційних фондів та інвестиційних компаній на ринку цінних паперів.

Основна частина. Стрімкий розвиток фінансових ринків настільки розширив напрямки та способи вкладення грошей, що без знань і досвіду стає важко зорієнтуватися в мозаїці інвестиційних альтернатив. Дрібні інвестори, приймаючи рішення про придбання цінних паперів інститутів спільного інвестування, керуються наступними міркуваннями.

По-перше, такі інститути значно зменшують інвестиційні ризики за рахунок здійснення диверсифікації вкладень. Втрати на окремих видах активів компенсуються прибутками від володіння та операцій з цінними паперами інших емітентів та іншими об'єктами інвестицій. Як свідчить світовий досвід, дивіденди від цінних паперів інвестиційних фондів перевищують середні дивіденди на ринку цінних паперів.

По-друге, ІСІ надають своїм учасникам послуги з професійного управління інвестиціями. При прийнятті рішень фахівці фондів постійно відслідковують зміни на ринках, опрацьовують значні обсяги статистичної інформації, використовують спеціальні методики аналізу та прогнозування, що дозволяє отримати додаткові прибутки від операцій з активами на підставі адекватної оцінки ринкової кон'юнктури, захистити об'єднані капітали від втрат, пом'якшити втрати у випадках, коли уникнути їх неможливо.

Крім того, ІСІ пропонують широкий вибір напрямів інвестицій, а права інвесторів надійно захищені спеціальними законами і правилами для інвестиційних фондів, виконання яких суворо контролюється. Інститути спільного інвестування забезпечують своїм учасникам достатню міру ліквідності цінних паперів, що особливо характерно для інвестиційних фондів відкритого типу.

Принцип роботи інвестиційних фондів побудований таким чином, що на сьогоднішній день це, мабуть, найефективніший спосіб зниження ризику приватних інвесторів. Зниження ризику при інвестуванні в інвестиційні фонди відбувається завдяки тому, що [1]:

- захист прав інвесторів забезпечений організаційною структурою системи управління інвестиційним фондом, а також контролем з боку держави. Функції управління, зберігання й обліку прав власності на цінні папери фонду розділені між незалежними один від одного структурами – компаніями з управління активами (КУА), зберігачем і реєстратором (депозитарієм). Подібна схема, не дозволяє КУА вивести активи з фонду без дозволу зберігача. Діяльність вищевказаних організацій, які обслуговують інвестиційні фонди, також ліцензується і регулюється Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку;

- інвестору надається можливість регулярного доступу до інформації про роботу ІСІ та КУА, а також про вартість і структуру активів інвестиційного фонду. Крім того, здійснюється професійне управління активами, проводиться диверсифікація портфеля;

- інвестор має можливість продати належні йому цінні папери інвестиційного фонду та отримати гроші у будь-який момент часу (для відкритих фондів). Цінні папери інтервальних ІСІ можна пред'явити до викупу в обумовлені інтервали часу. Відповідно до законодавства, КУА зобов'язана викупити у інвестора цінні папери за поточною вартістю чистих активів фонду, тому неможлива ситуація, коли інвестору (учаснику ІСІ) відмовляють у виплаті грошей.

Однією з найбільш вагомих переваг вкладення коштів в пайові інвестиційні фонди є багаторівнева система захисту прав інвесторів. Для пайових інвестиційних

фондів встановлено жорсткі закони та правила, які передбачають всебічний захист прав інвесторів. Окрім того, структура управління пайовим фондом забезпечує інвестору захист від шахрайства. Кошти інвесторів знаходяться під керуванням управляючої компанії, діяльність якої з розпорядження та управління пайовими інвестиційними фондами регламентується «Правилами довірчого управління пайовим інвестиційним фондом». Права інвесторів фондів в Україні забезпечені організаційною структурою системи правління інвестиційними фондами та контролем з боку держави. Захист прав інвесторів фондів (ICI) в Україні забезпечений Законом України «Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)» [2].

Інвестор не є клієнтом фонду (ICI), а є його співвласником, що передбачає контроль над об'єктом власності. Вкладники фондів мають право: створювати Наглядову раду фонду, яка контролює діяльність КУА щодо управління активами цього фонду; вносити зміни в Інвестиційну декларацію та Регламент фонду; проводити зміну реєстратора, аудитора, зберігача, компанії з управління активами у випадках, що передбачені в Регламенті фонду; регулярно отримувати інформацію про діяльність фонду та вартість його чистих активів. У випадку участі в корпоративному інвестиційному фонді, що створений у формі акціонерного товариства, інвестор стає повноправним акціонером. Вкладники мають право на управління таким фондом через загальні збори акціонерів, приймаючи участь в Наглядовій раді фонду [3].

Суб'єкти фінансової діяльності, які формують ICI, набувають можливості отримувати прибутки від управління значними капіталами, які створюються не за рахунок коштів, отриманих від вилучення прибутків з виробничої сфери або на кредитних підставах. Капітал, створений таким шляхом, значно «дешевший» від запозиченого, оподаткування діяльності інвестиційних фондів має, як правило, пільговий характер, що дозволяє за однакових показників валової доходності операцій з фінансовими інструментами отримувати відносно більші прибутки інституту спільного інвестування порівняно, наприклад, з банком.

Аналіз ринку спільного інвестування в Україні у 2007-2008 роках дає змогу наочно продемонструвати переваги та недоліки діяльності ICI. Так, у 2007 році діяльність фондів привернула увагу вітчизняних та іноземних інвесторів, а результати роботи ICI забезпечили перше місце серед найбільш привабливих фінансових продуктів для населення та підприємств України. Однак складним і непередбачуваним виявився 2008 рік для ринків цінних паперів: стрімкий ріст у попередній період змінився затяжним спадом, глибина, тривалість та наслідки якого можна буде оцінити тільки з часом. Ключові фондові індикатори світу впали на 32–49% [4], російські індекси ММВБ та РТС – на 67 та 73% [5,6] відповідно. Український індекс ПФТС з лідерів росту 2007-го перетворився на «лідера» падіння 2008-го і з результатом – 74,33% завершив цей рік на рівні 301,42 пункту [4]. Серед причин – надто стрімкий ріст, значна залежність від іноземного капіталу, яка спершу була одним з головних рушіїв українського ринку цінних паперів, а у 2008-му році призвела до його глибокого падіння [7].

Негативний розвиток подій на вітчизняному фондовому ринку, що майже не припинявся протягом 2008-го року, чинив суттєвий тиск на ринок відкритих інвестиційних фондів в Україні. Вартість чистих активів відкритих ICI станом на 30 грудня 2008 року склала 273 013,32 тис. грн. Для 13 фондів, які досягли нормативів до 1 січня 2008 р., падіння вартість чистих активів складало -344 398,98 тис.грн (-69,34%). На відміну від 2007-го, протягом 2008-го року позитивна зміна ВЧА відбулася тільки у лютому та грудні (рисунки 1) [7].

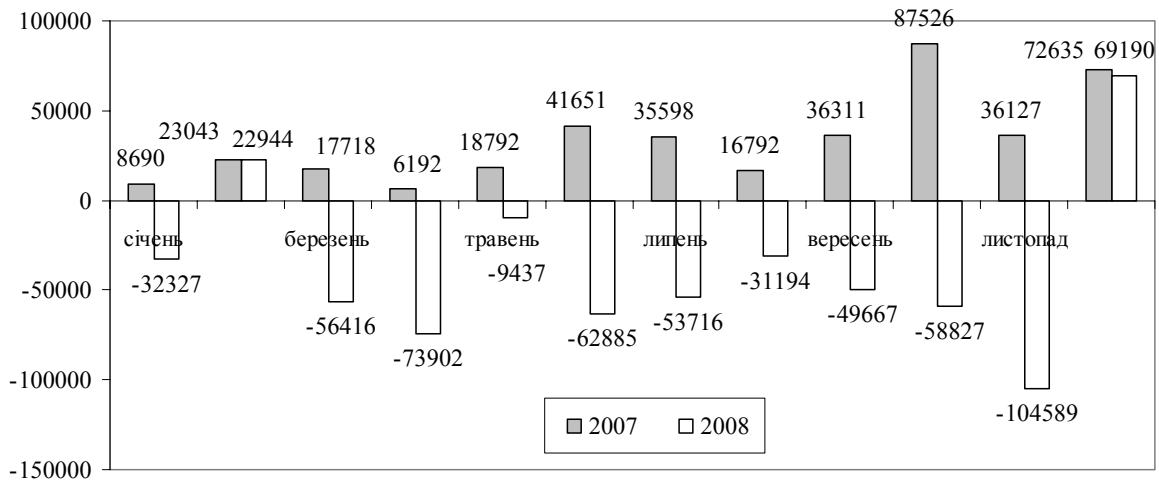


Рисунок 1 – Динаміка зміни (приросту) вартості чистих активів ринку відкритих ІСІ у 2007 та 2008 роках, тис. грн. [7]

Фінансово-економічна криза, що розгорнулася у 2008 році, безумовно, дуже суттєво вплинула на діяльність інститутів спільного інвестування в Україні. Переоцінений у 2007 році український фондовий ринок, на думку багатьох експертів, у 2008 впав нижче справедливого рівня цін.

Ринок спільного інвестування зазнав втрат, однак продемонстрував певну стабільність щодо обсягів залучених інвестицій, що свідчить про збереження потенціалу його росту. ІСІ проявили здатність мінімізувати збитки своїх учасників, проте жорсткі законодавчі обмеження, зокрема, щодо диверсифікації, та неспроможність владних структур оперативно втілити антикризові заходи не дали їм змоги уникнути втрат.

Висновки. Підводячи підсумки, слід зазначити, що позитивні чинники стають дійовими лише за умови створення ефективної системи інститутів спільного інвестування та сприятливого інвестиційного клімату в країні. Створення такої системи вимагає невідкладного вирішення ряду питань. По-перше, необхідна розробка такої моделі інститутів спільного інвестування, яка була б життєздатною у сучасних умовах і враховувала тенденції розвитку фінансового ринку в перспективі. По-друге, забезпечення державної підтримки діючих та новостворюваних ІСІ, насамперед у галузі запровадження максимально пільгової системи їх оподаткування. По-третє, створення умов, які б стимулювали індивідуальних інвесторів до участі в інвестиційному фонді. Йдеться передусім про створення механізмів гарантування прав учасників ІСІ.

Бібліографічний список

1. **Карайченцева Г.О.** Технології залучення інвестиційних ресурсів на ринку цінних паперів // Збірник наукових праць НДФІ. – 2004. – №3. – С.27-31.
2. Закон України «Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)» від 15.03.2001 №229 – III // <http://www.zakon.rada.gov.ua/>.
3. **Кузнєцова Н. С., Назарчук І. Р.** Ринок цінних паперів в Україні: правові основи формування та функціонування. – К.: Юрінком Інтер, 2005. – 128 с.
4. <http://www.pfts.com/> – Сайт Першої Фондової Торговельної Системи.
5. <http://www.ebrd.org/russian/> – Сайт Європейського Банку Реконструкції та Розвитку.
6. <http://www.banker.com.ua/> – Український банківський портал.
7. <http://www.uaib.com.ua/> – Сайт Української асоціації інвестиційного бізнесу.

БУДРИС И.В., ст.гр. МО-05а

Науч. руков.: Губанова М.Г., ст.преп.

Автомобильно-дорожный институт Государственное высшее учебное заведение
«Донецкий национальный технический университет»,
г. Горловка

АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ФОРМ И СИСТЕМ ОПЛАТЫ ТРУДА В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

Рассмотрены формы и системы оплаты труда, применяемые в зарубежных странах и основные моменты их специфических особенностей, которые могут быть использованы для поиска новых идей и подходов в украинской экономике.

Актуальность. В современных условиях хозяйствования заработная плата является одним из факторов, которые способствуют эффективному развитию любых хозяйствующих субъектов. Проблематика данного вопроса не должна оставаться без внимания, поскольку от его решения в большой степени зависит развитие всего производства в целом, а также установление «здоровых» рыночных отношений на предприятии. Именно поэтому, проблема совершенствования заработной платы становится одной из наиболее актуальных на сегодняшний день, так как, заработная плата является самым главным побудительным мотивом к трудовой деятельности коллектива предприятия и главным рычагом воздействия на него.

Цель исследования: теоретическое обоснование и анализ применения современных форм и систем оплаты труда за рубежом. Поиск новых подходов к организации заработной платы в современных условиях.

Основная часть. Заработная плата это выражение в денежной форме части дохода, поступающего в личное потребление рабочих и служащих в соответствии с количеством и качеством затраченного ими труда. Заработная плата зависит от многих социально-экономических факторов, главными из которых являются:

- достигнутый уровень производительных сил;
- различие между умственным и физическим трудом;
- различие между квалификационным и не квалификационным трудом.

Поэтому заработная плата формируется в зависимости от следующих условий:

- количества и качества производимых материальных благ и услуг;
- квалификации работников, характера и условий сложности труда;
- уровня превышения темпов роста производительности труда над темпами роста средней заработной платы;
- соотношение темпов роста производительности труда и заработной платы – одна из важнейших экономических пропорций, от которой во многом зависит соотношение между денежной массой у населения и величиной товарных ресурсов.

Общий уровень оплаты труда на предприятии зависит от таких факторов:

1. результатов хозяйственной деятельности предприятия, уровня ее рентабельности, т.е. соотношения полученного дохода и затрат на производство продукции;
2. кадровой политики предприятия в формировании качества и количества привлекаемых кадров;
3. создание условий превышения темпов роста производительности труда над темпами заработной платы;
4. уровня престижности и конкурентоспособности выпускаемой продукции, определяющих объемы и темпы ее реализации.

Формы и системы оплаты труда призваны обеспечить учет в заработной плате количественных и качественных результатов труда, создавать у работников

материальную заинтересованность в улучшении непосредственных результатов своей работы и общих итогов деятельности предприятия.

Повременная форма оплаты труда предполагает, что величина заработной платы определяется на основе фактически отработанного времени и установленной тарифной ставки. Повременная оплата может быть простой, окладной и повременно-премиальной, при которой помимо заработка по тарифной ставке за фактически отработанное время выплачивается премия за выполнение и перевыполнение определенных показателей в работе.

Сдельная форма – заработная плата начисляется работнику исходя из количества фактически изготовленной продукции или затрат времени на ее изготовление. Сдельную форму заработной платы принято подразделять на системы: прямую сдельную, сдельно-премиальную, сдельно-прогрессивную, косвенную сдельную и аккордную.

Наиболее эффективна в тех или иных условиях та форма оплаты, которая способствует росту выработки, улучшению качества изделий (услуг, выполнения порученной работы), снижению их себестоимости и получению в конечном итоге дополнительной прибыли, обеспечению наиболее полного сочетания интересов работников с интересами коллектива предприятия и работодателя. Система оплаты труда должна быть гибкой, стимулировать повышение производительности труда, обладать достаточным мотивационным эффектом.

В зарубежных странах накоплен большой опыт применения самых разнообразных систем заработной платы. Системы отдельных стран характеризуются отличительными чертами: Швеции – солидарной заработной платой, Японии – оплатой за стаж и рационализаторство, Германии – стимулированием роста производительности, США – оплатой за квалификацию, Великобритании – оплатой по индивидуальным контрактам, во Франции – индивидуализацией зарплаты, Италии – выплатой коллективных и индивидуальных надбавок к отраслевой тарифной ставке и надбавками в связи с ростом стоимости жизни. Одновременно наблюдается общая нацеленность систем заработной платы на повышение эффективности производства.

В Германии помимо гибких форм организации труда большое внимание уделяется вознаграждению за совмещение профессий и взятие на себя дополнительной ответственности. Соответственно в структуре зарплаты учитываются такие факторы, как психологическое напряжение и ответственность за организацию работы, за ее качество, за обеспечение функционирования оборудования.

В политике заработной платы используют и систему заслуг. Система «оценки заслуг» предназначена для установления заработной платы работникам одинаковой квалификации, но имеющим разные показатели качества работы. Факторы, по которым оцениваются работники, могут быть производственными (выполнение норм, уровень брака, использование рабочего времени и т.д.) и личностными (инициативность, трудовая и творческая активность, принятие на себя ответственности за решения на производстве, умение работать в коллективе и т.п.). Методы оценки заслуг работников различны – балльная оценка, анкетирование, экспертная оценка, группировка работников по результатам оценки их работы. «Оценка заслуг» наибольшее распространение получила в США.

Рассмотрим подробнее особенности и конкретные инструменты регулирования и организации оплаты труда на примере Японии. Японская система оплаты труда основана на пожизненном найме, ротации, репутации и подготовке на рабочем месте. Тем не менее, постепенно классическая японская система заработной платы стала обращаться в сторону американской с ее базовым элементом – классификацией работ.

Однако в Японии существуют ограничения применения этого метода. В-первых, класс работы это не единственный и не базовый критерий определения

заработной платы. По-прежнему, в японской производственной культуре ценится стаж, и японский менеджмент старается сохранить баланс между функциональной шкалой и шкалой стажа. Другой особенностью японской системы классификации работ является то, что на практике оценка работ превращается в оценку способностей работника. Эксперты не классифицируют работу как таковую. Они стараются выяснить, что может работник ее выполняющий.

В основе традиционной системы заработной платы лежит личная тарифная ставка, которая относится к конкретному работнику и зависит от его возраста, непрерывного трудового стажа в фирме и образования. Все принимаемые в расчет характеристики отдельных работников сводятся в тарифные сетки, содержащие значения ставок, соответствующих этим характеристикам.

В качестве альтернативы традиционным системам оплаты труда японская практика выработала принципиально новый тип тарификации, увязываемый не столько с возрастом и стажем, сколько с конкретными характеристиками работника как такового, с его индивидуальными показателями в труде, со специфическими особенностями квалификации, отличающими его труд от других. В основу систем заработной платы стала закладываться трудовая тарифная ставка (сиготоку), само название которой свидетельствует об ее связи с трудовыми характеристиками работника и об усилении роли заработной платы в непосредственном стимулировании труда.

В качестве показателей, отражающих трудовой потенциал работника, получили наибольшее распространение – способность исполнять свои обязанности (68,1% компаний), значимость каждой из обязанностей (25,3% компаний), уровень квалификации и профессиональная категория (34,8% компаний), результативность трудовой деятельности (36,5% компаний), а также служебный статус (47,5% компаний).

Размер основной заработной платы определяется по четырем показателям: возрасту, стажу, профессиональному разряду и результативности труда. При этом возраст и стаж служат базой для традиционной личной ставки, а профессиональный разряд и результативность труда – новой трудовой ставки, (в данном случае она называется «ставкой за квалификацию»). Все возможные варианты сочетания показателей, определяющих размер каждой из двух ставок, сводятся в соответствующие сетки.

Личная тарифная состоит из двух частей, одна из которых определяется возрастом, а другая – стажем работника. Тарифная сетка строится так: по горизонтали откладываются значения личной ставки, дифференцированной по возрасту, а по вертикали – по стажу. Ставка конкретного работника при этом находится в точке пересечения соответствующих значений его возраста и стажа.

Размер трудовой тарифной также зависит от двух показателей – уровня квалификаций и результативности труда работника, в соответствии с этим в сетке трудовых ставок их значения по горизонтали дифференцируются по профессиональным разрядам, отражающим уровень квалификации, по вертикали – по результативности труда, оцениваемой в баллах на основании оценок, выставяемых в процессе проведения аттестации или конкурсов.

Выводы. Таким образом, в области организации труда на современном этапе большинство японских компаний идет по пути выработки синтезированных систем, сочетающих элементы традиционной, повозрастной и новой, трудовой тарификации работников. Разумеется, нельзя механически перенести японский или какой-то иной опыт в нашу экономику. Однако анализ его полезен. Он поможет активизировать поиск новых подходов и моделей организации и регулирования оплаты труда в современных условиях. Так, учитывая специфические особенности квалификации работника,

отличающие результаты его труда от других, а также его индивидуальные трудовые показатели, достигнутые в процессе производства можно усовершенствовать тарифную систему заработной платы на предприятиях в нашей стране. Таким образом, это позволит усилить роль заработной платы, которая напрямую будет зависеть не только от образования и трудового стажа работника, а от его квалификационных способностей и профессионализма, которые будут оцениваться руководством предприятия. Заработная плата при этом является главным стимулом в повышении квалификации и способностей работника. Мотивируя, таким образом, работников предприятие сможет достичь высоких результатов в своей деятельности.

Бibliографический список

1. **Воронкова А.С.** Вибір систем оплати і заохочення праці.// Економіст. - №3.- 2007.- С. 75.
2. **Гамова О.В.** Проблеми формування теоретичного підґрунтя управлінським фондом заробітної плати на підприємстві. // Актуальні проблеми економіки. - №3.- 2008.- С. 50.
3. **Дячун О.В.** Організація, нормування та оплата праці: Навч. посіб. – Львів, 2001.- 220с.
4. **Калина А. В.** Економіка праці: Навч.посіб. для студ. виш. навч. закл.- К.:МАУП, 2004. – 272 с.

ДЕРЕВЯНКО К.О., ст.гр. МО-05Б

Наук. кер.: Заглада Р.Ю., к.е.н., доц.

Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу
«Донецький національний технічний університет»,
м. Горлівка

РОЛЬ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Рассмотрены понятия финансового анализа на современном этапе экономического развития. Проанализирована необходимость использования финансового анализа на промышленных предприятиях. Рассмотрена роль определения экономического положения предприятия.

Актуальність. В даний час дуже багато уваги зосереджено на питанні використання фінансового аналізу та його значенню на промислових підприємствах та в економіці в цілому. Ці питання досліджуються такими вченими-економістами як М.Д.Білик, А.Ф. Іонова, К.В. Ізмайлова, Г.В. Савицька, С.Я. Салила, Н.В. Дацій, С.О.Корецька, Н.В. Несторенко, О.В. Гривківська, О.В. Прокопець, О.В. Ареф'єва, Д.М. Городянська та інші. У роботах важливе місце займає питання поліпшення фінансової діяльності та фінансового стану промислових підприємств. Цей процес потребує комплексного управління фінансовими ресурсами шляхом реалізації функцій планування, аналізу, контролю й управління поточною (оперативною) діяльністю у сфері фінансів підприємств, що потребує пильної уваги та чималих коштів. Однак не всі промислові підприємства усвідомлюють, як впливає на розвиток діяльності фірми саме вивчення та вдосконалення фінансового аналізу та оцінки фінансового стану підприємства. Та рішення цієї проблеми не стоїть на місці.

Ціль дослідження: розглянути сутність фінансового аналізу, його цілі, завдання, методи проведення. Виявити його вплив на розвиток та діяльність промислових підприємств. Розглянути мету даної складової частини ефективного

управління кожним підприємством та визначити роль фінансового аналізу на даному етапі економічного розвитку.

Основна частина. Сучасні проблеми розвитку економічної реформи в Україні, головна мета якої полягає в побудові соціально орієнтованої економіки ринкового спрямування, передбачає комплекс взаємообумовлених заходів, які базуються на формуванні ринкового середовища, розвитку товарно-грошових відносин, наявності різних форм власності, розвитку економічної науки в процесі переходу до ринку, організаційно-економічному механізмі перехідного періоду в створенні підприємництва, конкуренції, виробничої інтеграції, тощо.

Однак дана проблема ускладнюється тим, що економіка України, яка побудована на уламках колишньої командно-адміністративної системи, не має історичних аналогів у становленні й розвитку. І, як наслідок цього, в Україні спотворювались економічні знання та ідеї ринкових відносин, недостатньо використовувались фінансово-економічні важелі формування системи управління нового економічного мислення у виборі шляхів переходу до ринкової економіки.

Саме це й дає підстави стверджувати, що на сучасному етапі розвитку економіки одним із важливіших питань становлення повноцінних ринкових відносин між суб'єктами господарювання є глибоке вивчення економічного аналізу та управління фінансовою діяльністю підприємства.

Відхід суспільства від системи планової економіки і вступ у ринкові відносини докорінно змінили умови функціонування підприємств[1]. На цьому етапі керівництва підприємства повинні проявити ініціативу і ощадливість для того, щоб підвищити ефективність виробництва. Інакше вони можуть виявитися на грані банкрутства.

Зміна економічної ситуації, особливо в умовах кризи, приводить до того, що фінансовий аналіз стає усе більш необхідним для вивчення існуючих та можливих проблемних ситуацій, їх ліквідування та поліпшення фінансового стану підприємства в цілому.

В умовах конкуренції й прагнення підприємств до максимізації прибутку аналіз фінансової діяльності є невід'ємною функцією управління[4]. Цей аспект управління фірмою стає найбільш значимим у цей час, тому що практика функціонування ринку показує, що без аналізу фінансово-господарської діяльності підприємство не може ефективно функціонувати.

Спрямованість фінансового аналізу складається в обґрунтуванні управлінських рішень, наслідки яких проявляться в найближчому або віддаленому майбутньому. Тому найважливішим завданням фінансового аналізу в сучасних умовах є перспективна оцінка фінансового стану підприємства і його фінансової стійкості в майбутньому.

Системний аналіз фінансового стану підприємства є основою для управління фінансами підприємства і охоплює такі головні напрямки[5]:

- оцінка фінансових потреб підприємства;
- розподіл потоків грошових коштів залежно від конкретних планів підприємства, визначення додаткових обсягів залучених фінансових ресурсів та каналів їх одержання, пошук внутрішніх резервів, додатковий випуск акцій, облігацій;
- забезпечення системи фінансової звітності, яка об'єктивно відображала би процеси та забезпечувала б контроль за фінансовим станом підприємства.

Ціль аналізу складається не тільки і не стільки в тому, щоб установити й оцінити фінансовий стан підприємства, але також і в тому, щоб постійно проводити роботу, спрямовану на його поліпшення. Аналіз фінансового стану показує, по яких конкретних напрямках треба проводити цю роботу. Відповідно до цього результати аналізу дають відповідь на питання - які найважливіші способи поліпшення фінансового стану підприємства в конкретний період його діяльності [6].

На українських промислових підприємствах функція аналізу впроваджується ще досить слабо, хоча останнім часом необхідність його впровадження об'єктивна[2].

Фінансовий аналіз дозволяє своєчасно вирішувати питання поліпшення поточного руху фінансових ресурсів, їх формування та використання, поточного та довгострокового планування діяльності. На його основі будується фінансове забезпечення стратегії підприємства на перспективний період. Без фінансового аналізу неможливі планування, прогнозування, бюджетні асигнування, ефективне розміщення фінансових ресурсів, аудит.

Фінансовий аналіз відіграє важливу роль в економічній діяльності підприємства. Він дає змогу[3]:

- виявляти резерви поліпшення фінансового стану;
- об'єктивно оцінювати раціональне використання усіх видів фінансових ресурсів;
- своєчасно вживати заходи щодо підвищення платоспроможності підприємства;
- забезпечувати оптимальний виробничий та соціальний розвиток колективу за рахунок використання, виявлених у процесі аналізу, резервів.[3]

Основу інформаційного забезпечення фінансового аналізу становить звітність, здебільшого фінансового обліку. Оскільки за ступенем доступності інформація поділяється на відкриту й закрити, з'явилася потреба відокремлення фінансового аналізу в курсі аналізу господарської діяльності і поділу його на внутрішній та зовнішній[4]:

- зовнішній фінансовий аналіз: аналіз фінансових результатів та рентабельності, загальний аналіз фінансового стану, інвестиційної діяльності, діагностика ризику банкрутства та вплив інфляції на прийняття рішень фінансового характеру, рейтингова оцінка підприємств-емітентів, аналіз використання власного капіталу та позичкових коштів;
- внутрішній фінансовий аналіз: аналіз фінансових результатів та рентабельності підприємств, майна, капіталу; аналіз фінансового стану (ліквідності, платоспроможності та стійкості); аналіз виробництва, реалізації продукції, робіт, послуг і маркетингової діяльності; аналіз зовнішньоекономічної діяльності, аналіз обґрунтування та реалізації бізнес-планів.

Мета фінансового аналізу – всебічна оцінка фінансового стану підприємства, його ділової активності для пошуку резервів підвищення рентабельності виробництва і збільшення прибутку як основи стабільної роботи підприємства і виконання ним зобов'язань перед бюджетом, банком та іншими установами; розробка об'єктивних передбачень та прогнозів майбутніх умов функціонування підприємства; визначення дохідності; своєчасне виявлення та усунення недоліків у фінансовій діяльності для пошуку шляхів поліпшення фінансового стану підприємства та його платоспроможності; виявлення змін у фінансовому стані в просторі і часі; визначення і прогнозування основних факторів, які впливають на фінансовий стан підприємства[5].

Висновки. Фінансовий аналіз на промислових підприємствах має велике значення, тому що вмiє застосування методів фінансового аналізу економічної діяльності підприємства та своєчасне вживання заходів щодо підвищення фінансових результатів – важлива складова частина ефективного управління кожним підприємством у цілому, та як наслідок підвищення ефективності його діяльності. Курс фінансового аналізу є дискусійним, проте мета його здійснення полягає у виявленні вразливих місць господарської діяльності підприємства і пошуку шляхів для їх усунення, він повинен спиратися на попередній аналіз виробництва і реалізації продукції, ефективності використання ресурсів підприємства, собівартості продукції, робіт та послуг, прибутку та рентабельності.

Бібліографічний список

1. Білик М.Д., Павловська О.В., Притуляк Н.М., Невмержицка Н.Ю. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. – 2-ге вид., без змін. – К.: КНЕУ, 2007. – 592с.
2. Ізмайлова К.В. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. – 2-ге вид., стереотип. – К.: МАУП, 2001. – 152с.: іл. – Бібліогр.: с. 142-144.
3. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. – 3-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2007. – 668с. – (Вища освіта ХХІ століття).
4. Подольська В.О., Яріш О.В. Фінансовий аналіз: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 488с.
5. Гривківська О.В., Прокопець О.В. Особливості управління фінансовою діяльністю підприємств машинобудування // Актуальні проблеми економіки. – 2008. - №8(86). – с. 91 – 96.
6. Ареф'єва О.В., Городянська Д.М. Економічна стійкість підприємства: сутність, складові та заходи з її забезпечення // Актуальні проблеми економіки. – 2008. - №8(86). – с. 83 – 90.

СЕМЕНОВА В.В., ст.гр. МО-056

Науч.керівник: Коверга С.В., к.е.н., доц.

Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу
«Донецький національний технічний університет»,
м.Горлівка

ВИКОРИСАННЯ КОУЧИНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Рассмотрены основные причины внедрения коучинга в систему управления персоналом. Рассмотрена сущность инновационного коучинга, а также использование коучинга в системе управления предприятием на основе формирования адаптации персонала.

Актуальність. Сучасний етап економічного розвитку України вимагає вирішення практичних завдань стосовно керівництва трудовою діяльністю персоналу підприємств шляхом застосування нових соціально-економічних методів управління, які би змогли підвищити економічну зацікавленість працівників продуктивно і якісно працювати.

Демографічні, соціально-економічні та технологічні зрушення потребують відповідних змін управлінських систем і, зокрема, системи управління персоналом.

Необхідність підвищення конкурентоспроможності й постійного розвитку підприємств передбачає наявність висококваліфікованого, творчо мислячого і діючого персоналу. Динамічність і в той же час невизначеність багатьох соціально-економічних процесів ставить перед підприємствами надто складну задачу - постійно збільшувати творчий потенціал своїх працівників, щоб не тільки гнучко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі, але й, передбачаючи їх, діяти на випередження. Саме тому впровадження коучингу в систему управління може значно підвищити ефективність діяльності персоналу підприємства.

Вивчення перекладної та вітчизняної спеціальної літератури, яка присвячена сучасним технологіям розповсюдження та впровадження коучингу, свідчить про безсумнівний інтерес вчених до даної проблеми. Значний внесок у розвиток коучингу зробили зарубіжні вчені – Майк Джей, Дж. Уитмор, Р. Дилтс, Мэрилин Аткинсон, Лаура Уитворт, Генри Кимси-Хаус, Фил Сэндал, Маршалл Голдсмит та інші. Серед

вітчизняних вчених можна відмітити: В.Ю. Зав'ялов, М.Каразин, А.В.Перцев, І.І.Карнаух та інші.

Аналізуючи систему управління персоналом, слід відмітити недостатню науково-теоретичну та методичну розробку найбільш вагомого на сьогодні з економічної та практичної точки зору комплексу впровадження коучингу на підприємство.

Становлення теорії та практики впровадження коучингу в нашій країні вимагає зміни підходу до управління персоналом від його розуміння як вузької функції управлінської ланки підприємств до вивчення і оптимізації його як системи.

Мета дослідження. Визначення основних напрямків використання коучингу в системі управління персоналом підприємства, та можливі результати від його впровадження.

Основна частина. Україна в даний час переходить від монопольної моделі управління трудовими колективами до конкурентної, де на перше місце виходить мотивація персоналу. З'являється зв'язок між досягненнями і кар'єрою, рівнем професіоналізму і оплатою праці. Отже, чоловік отримує можливість впливати на систему - через свої професійні навички, успішну взаємодію з колективом, швидке і ефективно вирішення завдань, певною мірою і завдяки своєму інтелектуальному капіталу. Це і визначає актуальність коучинга взагалі, та іноваційного коучингу зокрема. Розуміння того, в якій системі ми знаходимося, істотно важливо для оптимальної взаємодії з нею [1].

Як зазначив В.Ю. Зав'ялов, іноваційний коучинг націлений не стільки на управління людьми, скільки на співпрацю з ними, роботу в стилі наставництва і партнерства. Він створює новий тип управлінця, який не командує, а навчає і орієнтує персонал своєї компанії, організації. Людина, яка усвідомлює сенс праці, розуміє цілі і завдання своєї діяльності, працює набагато ефективніше, тому особиста зацікавленість співробітників повинна бути поставлена в центр уваги управлінця.

Коучинг професіоналізму і кар'єри націлений на підготовку іноваційних кадрів, тобто людей з іноваційним мисленням (творчими і націленими на практичну реалізацію), здатних розробляти абсолютно нові продукти, технології, послуги, генерувати нові ідеї. Коучинг, з одного боку, є прагматичною методологією, направленою перш за все на виховання кадрів, здатних управляти персоналом і визначати прогрес для тієї або іншої компанії; з іншого боку, це взагалі поліпшення роботи вищих психічних функцій, спосіб оптимізувати пам'ять, мислення, мову, розуміння, сприйняття і т.д., підвищувати результативність будь-якої діяльності людини, будь то кар'єра або особисте життя. Коучинг припускає використання реальних методів і навичок, використання яких дозволяє в конкретній ситуації знаходити потрібні, працюючі рішення. Ця технологія надійно адоптує організацію і особу до високої конкуренції на ринку [3].

Коучинг направлений не стільки на безпосереднє навчання, скільки на те, щоб максимально повно розкрити потенціал нового співробітника і добитися від нього повної віддачі в роботі. Коучинг базується на визнанні того, що кожна людина володіє набагато більшими здібностями, чим вони зазвичай проявляють. І коуч в своїй роботі спирається не стільки на поточні показники співробітника, скільки на його потенціал, який прагне розкрити на благо компанії. Коуч або менеджер, що володіє навичками коучинга, не стільки дає вказівки і інструктує, скільки ставить питання. Питання, коучем, що задаються, по певній схемі (як їх ще називають, «ефективні питання») дозволяють новачкові по-новому подивитися на свою роботу і на свої можливості. З іншого боку, керівникові коучинг чудово показує реальний професійний рівень нового співробітника на даний момент і дозволяє спланувати свою роботу по його розвитку. З

новачком може працювати штатний коуч, або ж менеджер (найчастіше безпосередній керівник), що володіє навиками коучинга. В окремих випадках доцільне залучення зовнішніх коучей.

У коучинга є ще одна незаперечна перевага – економія часу. Мова йде не тільки про скорочення часу, необхідного для повноцінної адаптації нового співробітника, але і про час, потрібний для безпосереднього управління پرسоналом. Сам процес коучинга часу вимагає зовсім небагато. Власне, для менеджера зовсім не обов'язково виділяти для коучинга окремий час. Цілком достатньо постійно усвідомлювати і використовувати основоположні принципи коучинга під час своєї взаємодії з новим співробітником. У будь-якому випадку, це займає значно менше часу, чим нескінченні інструкції і вказівки. А ефективність такого підходу значно вища [2].

Коучинг можна використовувати для вирішення цілком конкретного завдання, в нашому випадку – для ефективної адаптації персоналу. Але набагато краще, якщо коучинг прийнятий в компанії як основний стиль управління, стиль відносин між співробітниками, стиль корпоративного мислення і вчинків [4]. В цьому випадку атмосфера коучинга дозволяє найповніше розкритися потенціалу кожного співробітника, не виникає проблем з мотивацією персоналу, адаптація нових співробітників проходить легко і природно, підвищується продуктивність роботи кожного окремого співробітника, робочих груп і команд. Але, на жаль, коучинг як стиль управління зустрічається поки нечасто. Але застосування елементів коучинга в управлінні персоналом дає незмінно позитивний результати серед яких:

1. Формування важливих особистих цілей, що дозволяють знайти внутрішню гармонію.
2. Отримання сили і посилення життєвої мотивації.
3. Досягнення і збільшення добробуту.
4. Подолання труднощів і бар'єрів.
5. Прояснення своїх цілей і зосередження на пріоритетах.
6. Велика гнучкість і адаптивність до змін.
7. Поліпшення продуктивності діяльності.
8. Поліпшення взаємин в колективі [4].

Коучинг володіє індивідуалізованими персонал-технологіями, які у загальному плані можна визначити як філософію, систему технологій і методів, спрямованих на постановку та максимально швидке досягнення глобальних цілей

Завдяки коучингу особистим цілям працівників можна додати нове забарвлення, пов'язати досягнення персональних цілей з цілями організації. Коли працівники починають розуміти, що вони досягають своїх цілей саме на підприємстві, то вони починають працювати для нього, роблячи це на перспективу.

Висновки. Коучинг значно більше чим інструмент, яким можна скористатися в різних ситуаціях, таких, наприклад, як планування, делегування повноважень або вирішення проблем. Це інший погляд на людину, оптимістичніший. Він примушує по-іншому відноситися до людей, відмовляючись від обмежених уявлень про них і про себе теж, забуваючи минулі звички і звільняючись від застарілого образу мислення. І головним є те, що він сприяє підвищенню ефективної роботи персоналу, а значить і самій організації. Надання в розпорядження працівника реальних методів і навиків коучинга, дозволяє в конкретній ситуації самостійно знаходити потрібні, працюючі рішення, оптимальні для людини і підприємства. Ця технологія надійно адаптує особу і підприємство до високої конкуренції на ринку. Розвиток персоналу вигідний будь-якій організації. Вкладені в людські ресурси інвестиції виправдовують себе завжди при розробці раціональної системи розвитку персоналу. Таким чином завдяки коучингу будь-яка організація може виховувати для себе таких співробітників, які їй потрібні.

Бібліографічний список

1. **В.Ю. Завьялов, С.А. Хамаганова.** Инновационный коучинг и Дианализ: жизнь как открытие себя, работа как вдохновение
2. **Михаил Казарин.** Адаптация персонала: наставничество и коучинг
3. **Дж. Уитмор.** Коучинг высокой эффективности. /Пер.с англ.-М.: Международная академия корпоративного управления и бизнеса, 2005. - С. 168.
4. **Лаура Уитворт, Генри Кимси-Хаус, Фил Сэндал.** Коактивный коучинг. Учебник. Издательство: Центр поддержки корпоративного управления и бизнеса, 2004 г.- С.360.

ПРОКОПЕНКО О.Ю., ст.гр. МО-056

Наук.керів.: Фархшатова О.В., ас.

Автомобільно-дорожній інститут Державного вищого навчального закладу

“Донецький національний технічний університет“

м. Горлівка

ЗМІСТ І ПРИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА У КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Рассмотрено современное определение сущности стратегии с точки зрения известных специалистов в области стратегического управления, проанализирована окружающая среда – для определения миссии и стратегических целей.

Актуальність. Сучасний ринок постійно змінюється. Швидкість змін така велика, що саме пристосування до них стає суттєвою перевагою підприємств у конкурентній боротьбі. У цих умовах підприємства, які прагнуть зміцнити свої позиції, повинні розробляти стратегію на перспективу - це життєво важливо для подальшого розвитку підприємства.

Мета дослідження. Теоретичне обґрунтування та аналіз призначення стратегії підприємства у конкурентному середовищі, сучасне визначення сутності стратегії, як необхідної умови виживання в сучасних умовах господарювання, стратегічне управління, аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища.

Основна частина. Управління підприємством в умовах ринкової економіки неможливе без планування господарської діяльності на всіх рівнях: стратегічному, тактичному й оперативному. Найважливішим є стратегічний рівень, на якому приймаються життєво важливі для подальшого розвитку підприємства управлінські рішення. Стратегічний рівень управління – це найвищий рівень, забезпечуючою функцією якого є стратегічний аналіз.

Досліджуючи суть стратегічного аналізу, потрібно звернути увагу на те, що цей термін, так само як деякі інші терміни (стратегічне бачення, стратегічні цілі, стратегічне управління тощо), було утворено від слова стратегія [1]. Отже, для визначення особливостей стратегічного аналізу необхідно зупинитися на тому, що ж таке стратегія і яке значення вона має для підприємства [7].

Сучасне визначення стратегії важко сформулювати одним реченням. Багато авторитетних вчених пропонували власне бачення змісту стратегії, проте їхні визначення мають різний зміст [7].

Так, відомий спеціаліст у галузі стратегічного управління І. Ансофф стверджує, що стратегія являє собою перелік правил для прийняття рішень, якими організація керується у своїй діяльності. На думку американських учених А.А. Томпсона і А.Дж.Стрікланда, стратегія - це план управління фірмою, спрямований на зміцнення її

позицій, задоволення споживачів і досягнення поставлених цілей [2]. Існують також інші визначення:

"Стратегія - це мистецтво керівництва, загальний план ведення роботи" [7];

"Стратегія - це узагальнена модель дій, необхідних для досягнення поставлених цілей шляхом координації та розподілу ресурсів компанії" (Б. Карлоф);

"Стратегія - це комплексний план, сформований для здійснення місії організації та досягнення її цілей" (М. Мескон, Ф. Альберт, М. Хедоурі);

"Стратегія - це зобов'язання діяти певним чином: таким, а не іншим" (Ш.М.Остер) [6];

"Стратегія - програма, план, генеральний курс суб'єкта управління для досягнення ним стратегічних цілей у будь-якій галузі діяльності" (Р.А. Фатхутдінов) [6];

"Сутність стратегії полягає у створенні майбутньої конкурентної переваги швидше, ніж ваші конкуренти скопіюють те, що ви використовуєте сьогодні" (Г. Хемел, С.К. Прахалад) [6];

"Стратегія - це обережне дослідження плану дій, яке розвиває конкурентну перевагу у бізнесі і примножує її" (Б.Д. Хендерсон) [6];

"Стратегія - це визначення основних довгострокових цілей та задач підприємства, прийняття курсу дій і розподілу ресурсів, необхідних для виконання поставлених цілей" (А. Чандлер) [6].

Велика кількість визначень стратегії є свідченням значної уваги до цього поняття серед зарубіжних та вітчизняних економістів. Аналізуючи наведені визначення, потрібно звернути увагу на декілька важливих моментів.

По-перше, більшість авторів визначає стратегію як план управління фірмою в цілому.

По-друге, призначення цього плану - це досягнення довгострокових цілей фірми. Отже, стратегія розробляється і реалізується для всього підприємства як єдиної господарської одиниці на тривалий період і стосується лише концептуальних, життєво важливих для підприємства напрямів діяльності.

Реальна стратегія підприємства, як правило, складається з двох частин:

- продуманих цілеспрямованих дій;
- реакції на непередбачуваний розвиток подій і на конкуренцію, що посилюється.

Стосовно даного аналізу, стратегія - це не тільки те, що менеджери завчасно придумали і збираються зробити для здійснення певного стратегічного плану. Обставини реального життя постійно вносять свої корективи, і тому неможливо передбачити всі стратегічні варіанти.

Отже, стратегія підприємства складається із запланованих дій (спрямована стратегія) і необхідних поправок у разі виникнення непередбачених обставин (незаплановані стратегічні рішення). Підприємство повинно мати добре обґрунтовану стратегію дій, але необхідно також бути готовим адаптуватися до обставин, які можуть виникнути у майбутньому.

Стратегічний аналіз є початковим етапом розробки стратегії підприємства.

Стратегії, які використовують підприємства у бізнесі, у систематизованому (явному) вигляді розробляються і реалізуються за допомогою стратегічного управління, концепцію якого досить часто називають філософією сучасного бізнесу.

Термін стратегічне управління (або стратегічний менеджмент) був уведений у лексикон науковців та бізнесменів наприкінці 60-70-х років ХХ ст. з метою розмежування поточного управління на рівні виробництва та управління, яке здійснювалося на вищому рівні [2]. Тенденції розвитку світової економіки обумовили поступове зміщення центру уваги менеджерів з внутрішнього середовища підприємства на його оточення з метою своєчасного та відповідного реагування на зміни, що

постійно відбуваються у ньому.

Стратегічне управління досить часто називають ринковим стратегічним управлінням [6]. Цим підкреслюється ринкова, зовнішня, орієнтація підприємства. Відповідно, стратегічний аналіз також повинен зосереджуватися, насамперед, на вивченні ринку, і лише потім - на дослідженні внутрішніх ресурсів і можливостей.

Стратегічне управління можна розглядати як динамічну сукупність п'яти взаємопов'язаних управлінських процесів. Ці процеси логічно складають один цілісний механізм, всередині якого існує стійкий зворотний зв'язок і, відповідно, зворотний вплив кожного процесу на інші і на всю їх сукупність. Саме у цьому полягає важлива особливість структури стратегічного управління.

Аналіз середовища вважається першим процесом стратегічного управління, оскільки він забезпечує основу як для визначення місії і цілей фірми, так і для розробки стратегії.

Одним із ключових завдань будь-якого управління є підтримання балансу у взаємодії підприємства з навколишнім середовищем. Кожне підприємство задіяне у трьох комутативних процесах:

- отримання ресурсів із зовнішнього середовища (вхід);
- перетворення ресурсів у продукт (перетворення);
- передача продукту у зовнішнє середовище (вихід).

Управління покликане забезпечувати баланс входу і виходу. Як тільки цей баланс порушується, підприємство потрапляє в кризу. Сучасний ринок значно посилив значення процесу виходу у підтриманні цього балансу. Це якраз і відображається у тому, що першим блоком у схемі структури стратегічного управління є блок аналізу середовища.

Аналіз середовища передбачає вивчення як макрооточення, так і безпосереднього оточення підприємства. Аналіз макрооточення - це дослідження впливу економіки, правового регулювання і управління, політичних процесів, природного середовища і ресурсів, соціальної і культурної складових суспільства, науково-технічного і технологічного розвитку, інфраструктури тощо [5].

Безпосереднє оточення аналізується, як правило, за такими компонентами, як покупці, постачальники, конкуренти, ринок робочої сили.

Від дослідження зовнішнього середовища необхідно переходити до аналізу внутрішнього середовища фірми (кадри, організація управління, виробництво, фінанси, маркетинг, корпоративна культура тощо).

Для підприємства вкрай важливо підтримувати не тільки баланс між входом і виходом у процесі виробництва, але й баланс інтересів різних соціальних інститутів і груп людей, які зацікавлені у функціонуванні підприємства і впливають на нього. Баланс інтересів визначає вектор спрямованості підприємства, який формально подається у вигляді місії і стратегічних цілей.

Місія підприємства - це послання, адресоване як зовнішнім, так і внутрішнім користувачам, у якому викладається причина існування підприємства і характерні риси, які відрізняють його від інших фірм; це спосіб сприйняття, імідж підприємства, визначення напрямів його діяльності і розподілу ресурсів [7]. Місія відіграє роль мотиватора для співробітників підприємства і формує інтерес до нього з боку навколишнього середовища.

Місія повинна бути сформульована таким чином, щоб, з одного боку, однозначно вказувати причину існування підприємства, а з іншого - місія повинна мати достатньо загальний характер, щоб не було необхідності часто її змінювати.

Добре сформульована місія полегшує формулювання стратегічних цілей підприємства, які повинні деталізувати й уточнювати місію.

Після того настає час для вибору стратегії. Цей процес є центральним у стратегічному управлінні і полягає не тільки у визначенні генерального плану дій на довгостроковий період. Визначення стратегії як процес - це прийняття рішення щодо того, як розвивати бізнес у цілому та його окремі сектори, як протидіяти конкурентам, яке місце займати на ринку і т. ін.

Процес виконання стратегії є наступним у послідовності реалізації мети стратегічного управління. Виконання стратегії - це проведення стратегічних змін (удосконалень) на підприємстві, які приводять його у стан готовності перетворення стратегії у реальність.

Часто підприємства не можуть виконати обрану стратегію. Це трапляється тому, що або неправильно було проведено стратегічний аналіз і зроблено висновки, або відбулися непередбачені зміни у зовнішньому середовищі, які не були своєчасно виявлені і враховані в адаптивній частині стратегії. Часто бувають випадки, коли система управління підприємством не може своєчасно і належним чином використати наявні ресурси (особливо людські) для реалізації стратегії.

Таким чином, процес виконання стратегії потребує виняткової уваги і контролю. Цю функцію вирішує такий процес, як оцінка і контроль виконання стратегії, що забезпечує:

- визначення того, що і за якими параметрами необхідно контролювати;
- оцінку стану контрольованих об'єктів відповідно до прийнятих стандартів або інших еталонних показників;
- з'ясування причин відхилень, якщо такі виявляються;
- здійснення коригування.

Висновок. Таким чином, стратегія підприємства у конкурентному середовищі передбачає знання суті стратегічного аналізу, вміння визначати місію підприємства, оцінювати й контролювати виконання стратегії як основи вироблення й здійснення ефективної політики в ринкових умовах. Підприємство повинно мати добре обґрунтовану стратегію дій, тому що це життєво важливо для подальшого розвитку підприємства. В умовах ринкової економіки неможливо без планування господарської діяльності.

Бібліографічний список

1. **Виханский О.С.** Стратегическое управление: Учебник. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Гардарики, 1999. - С. 87-109.
2. **Герасимчук В.Г.** Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2000. - С. 26-28, 108-113.
3. **Головко Т.В., Сагова СВ.** Стратегічний аналіз: Навч.-метод. посібник для самост.вивч.. К.: КНЕУ, 2002. - С.8-52
4. **Люкшинов А.Н.** Стратегический менеджмент: Учеб. пособие для вузов. - М: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. - С. 10-15.
5. **Портер М.Е.** Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів: - К.: Основи, 1998.- С. 51-63.
6. **Редченко К.І.** Стратегічний аналіз у бізнесі: Навч. посібник. Вид. 2-ге, доп. - Львів: "Новий Світ - 2000", 2003. - С. 16-49.
7. **Е. И. Велесько, А. А. Быков, З. Дражек.** Стратегическое управление: Практика принятия системных решений: Учеб. пособие /. - Мн.: Тз-хналогия; Изд-во БГЗУ, 1997. - С. 50-74.
8. **Кириченко О.А., Ваганов К.Г.** Стратегія розвитку малого та середнього бізнесу// Актуальні Проблеми Економіки. - 2008. - №1. - с.103.

КРАВЦОВА Е.Н., ст. гр. МЕ-066
Науч. руков.: Сорокина О.Н.
Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского,
г. Донецк

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ВАЛЮТНОЙ ВЫРУЧКИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Рассмотрены особенности формирования и распределения валютной выручки предприятий, проведена параллель с предприятиями Украины и сделаны соответствующие выводы.

Актуальность. Важной частью экономики любого государства является его внешнеэкономическая деятельность. Это деятельность национальных и иностранных хозяйствующих субъектов, построенная на взаимоотношениях между ними, имеющая место на территории страны, а также за ее пределами.

Валютно-финансовый механизм может выполнять функцию управления внешнеэкономической деятельностью лишь при условии функционирования всех своих составляющих: финансово-валютных отношений, рычагов, методов и их нормативно-правового обеспечения.

Почти все эти элементы привлекали внимание представителей национальной научной мысли. И.В. Багрова, В.К. Васенко, В.Е. Власюк, О.А. Гетьман, Ю.Г. Казак, В.Е. Новицкий, Д.Ю. Семенова в своих работах рассматривали общую организацию внешнеэкономической деятельности и функционирование системы валютных отношений, их законодательную основу.

Цель исследования: теоретическое обоснование и анализ особенностей формирования и распределения валютной выручки предприятий.

Основная часть. В последнее время Украина активно стремится закрепить свои позиции на внешнем рынке, провозглашая курс на поддержку действующих и новых субъектов национальной экономики, осуществляющих экспорт продукции. Поэтому понимание вопросов формирования и распределения валютной выручки предприятия – участников внешнеэкономической деятельности необходимо для успешного продвижения страны на мировом рынке.

Соотношение разных валют в валютной выручке предприятия и ее общий объем зависят от условий подписанных международных контрактов. Внешнеэкономический договор (контракт) – это материально оформленное соглашение двух или более субъектов внешнеэкономической деятельности и их иностранных контрагентов, направленное на установление, изменение и прекращение их взаимных прав и обязанностей во внешнеэкономической деятельности.

Но несмотря на все разнообразие видов контрактов, которые могут использоваться на предприятии, в основе любого из них лежат положения классического договора купли-продажи. Договор считается заключенным, если между сторонами в надлежащей форме достигнуто соглашение по всем существующим для этого вида контрактов условиям. Кроме того, стоимость контракта и цена на отгруженную продукцию меняется согласно индикативным ценам, утвержденным Министерством экономики Украины.

Порядок проведения расчетов по экспортным операциям регулируются действующим законодательством. Выручка резидентов подлежит зачислению на их счета в банках в сроки выплаты задолженностей, указанные в контрактах, но не позднее 90 календарных дней с даты оформления грузовой таможенной декларации на

экспортированную продукцию. Превышение указанного срока требует индивидуальной лицензии НБУ. Отсчет начинается со следующего календарного дня после оформления грузовой таможенной декларации. Банк снимает экспортную операцию резидента с контроля после зачисления выручки по этой операции на текущий счет последнего.

Текущий счет в иностранной валюте открывается субъекту хозяйствования банком для хранения денег и проведения расчетов в соответствии с законодательством Украины в безналичной и наличной формах, осуществления текущих операций, зачисления, использования и погашения кредитов, а также осуществления и получения инвестиций.

Кроме того, существуют и распределительные счета в указанных валютах, которые служат временными «хранилищами». Полученные в пользу предприятия средства зачисляются на такие счета, где находятся до момента, когда в банк поступят подтверждающие документы и указание клиента о перечислении, распределении или продаже валюты.

Процесс распределения валютной выручки предприятия достаточно долго был не очень лояльным по отношению к ним, что связывалось с проведением государством соответствующей валютной политики. Речь идет о внедренном на территорию Украины обязательном делении выручки в иностранной валюте от внешнеэкономической деятельности между предприятием, Государственным и местными валютными фондами Украины.

Обязательному распределению подлежала выручка в иностранной валюте от внешнеэкономической деятельности всех субъектов внешнеэкономической деятельности, которые имели постоянные местонахождения на территории Украины. Такие субъекты обязаны были продавать в пользу государства часть от общей суммы выручки в иностранной валюте, полученной ими в результате внешнеэкономической деятельности, по стабильным нормативам, которые устанавливались Верховной Радой Украины. Обязательная продажа осуществлялась банковскими учреждениями в размере 50% (был период и с 75% продажи) поступлений в иностранной валюте первой группы Классификатора иностранных валют Национального банка Украины в пользу резидентов на межбанковском валютном рынке Украины.

В соответствии с законодательством украинские предприятия платят в бюджеты разных уровней около двух десятков налогов и сборов, среди которых преобладают налоги на прибыль, добавленную стоимость и на доходы физических лиц, ресурсные платежи, акцизный сбор, таможенная пошлина и т.п.

Зависимость налога на добавленную стоимость от объемов внешней торговли не является настолько очевидной. НДС – косвенный налог, который включает в цену товара и составляет часть прироста стоимости, создаваемой на всех стадиях производства. Операции налогоплательщиков на продаже товаров формируют базу налогообложения, которая при умножении на ставку дает налоговое обязательство за отчетный период. Налоговый кредит рассчитывается как составляющий их сумм НДС, уплаченных налогоплательщиком за отчетный период в составе цен товаров, приобретенных с целью ведения хозяйственной деятельности. Положительная разница между налоговым обязательством и налоговым кредитом дает сумму НДС к перечислению в бюджет. Если результат имеет знак «минус», то предприятие-плательщик получает право на бюджетное возмещение.

Суммы налога на добавленную стоимость, подлежащие возмещению, должны возвращаться финансовыми органами или включаться в счет очередных налоговых платежей. Соответствующие решения принимаются налоговыми инспекциями после представления в их адрес предприятиями, имеющими право на возмещение НДС, письменного заявления с документальным подтверждением поступления валютных

средств на счет и пересечения товаром границы.

Можно предположить, что для решения проблем возмещения НДС и совершенствования порядка его администрирования необходимо принятие кардинальных изменений в законодательство, которые позволят упростить сам процесс уплаты и возврата НДС, максимально исключив возможности незаконного получения возмещения. Документом, отвечающим таким требованиям, может стать Налоговый кодекс. Поэтому законодательной власти необходимо сделать выбор и облегчить тем самым финансовое положение как предприятий, так и страны в целом.

Выводы. Таким образом, рассмотренный механизм формирования и распределения выручки предприятия в иностранной валюте показал наличие некоторых проблематичных направлений.

При получении валюты на свои счета и желании ее продать предприятия не могут обойтись без услуг коммерческих банков. Эти услуги качественные и профессиональные, но их стоимость постоянно возрастает. Поэтому крупным предприятиям должен быть открыт доступ к самостоятельному участию в торгах на Межбанковской валютной бирже.

Библиографический список

1. **Васенко В. К.** Валютно-финансовый механизм внешнеэкономической деятельности: Уч. пособ. – К.: Центр научной литературы, 2007. – 216 с.
2. **Кавторева Я., Михайленко Е., Бойцова М.** Валютные операции: порядок осуществления и учет. – Харьков: Фактор, 2006. – 168 с.
3. **Даниленко А.** Особенности формирования финансов реального сектора Украины // Экономика Украины. – 2005. - №1. – С. 20-30.

НІКІПОРЕЦЬ Н.С., ст.гр. МО-04а

Наук. кер.: Галушка В.В., ас.

Горлівський автомобільно-дорожній інститут,
м. Горлівка

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНОЮ КАТЕГОРІЄЮ

Исследованы аспекты формирования прибыли, рассмотрен механизм управления прибылью на предприятии в современных рыночных условиях. Представлены наблюдения изменения прибыли на основе анализа формирования различных видов прибыли предприятия.

Актуальність. Прибуток являє собою кінцевий фінансовий результат господарської діяльності підприємства. Загальна економічна теорія визначає роль економіки так: «У реальній дійсності прибуток - кінцева мета і рушійний мотив товарного виробництва і ринкової економіки. Це головний стимул і основний показник ефективності будь-якого підприємства і фірми». [1]

Керівнику будь-якого підприємства на практиці приходиться приймати безліч різноманітних управлінських рішень. Кожне прийняте рішення, що стосується ціни, витрат підприємства, обсягу і структури реалізації продукції, в остаточному підсумку позначається на фінансових результатах підприємства, тому розробка методології управління прибутком на підприємстві на сьогодні є одним з найбільш гострих теоретичних і практичних завдань для фахівців в галузі економіки і фінансів.

Мета дослідження: розгляд теоретико-методологічних і прикладних проблем організації управління прибутком на підприємстві. Поставлена мета обумовила необхідність вирішення ряду взаємозалежних завдань: розкрити економічну суть такого поняття як прибуток підприємства; виявити мотиваційний механізм здійснення управлінських заходів щодо прибутку підприємства;

Основна частина. Прибуток як економічна категорія відбиває чистий дохід, створений у сфері виробництва та послуг в процесі підприємницької діяльності. Результатом з'єднання факторів виробництва (праці, капіталу, природних ресурсів) і корисної продуктивної діяльності господарюючих суб'єктів, є готова продукція, що стає товаром за умови її реалізації споживачу. На стадії продажу виявляється вартість товару, що включає вартість минулої упередженої, праці і живої праці. Вартість живої праці відбиває знову створену вартість і розпадається на дві частини. Перша являє собою заробітну плату працівників, що беруть участь у виробництві продукції. Її величина визначається рядом факторів, обумовлених необхідністю відтворення робочої сили. У цьому змісті для підприємця вона представляє частину витрат по виробництву продукції. Друга частина знову створеної вартості відбиває чистий дохід, що реалізується тільки в результаті продажу продукції, яке означає суспільне визнання її корисності. [2]

На рівні підприємства в умовах товарно-грошових відносин чистий дохід приймає форму прибутку. На ринку товарів підприємства виступають як відносно відособлені товаровиробники. Установивши ціну на продукцію, вони реалізують її споживачу, одержуючи при цьому грошовий викуп, що не означає одержання прибутку. Для виявлення фінансового результату необхідно зіставити викуп із витратами на виробництво і реалізацію, що приймають форму собівартості продукції. Коли викуп перевищує собівартість, фінансовий результат свідчить про одержання прибутку. Підприємець завжди ставить за основну мету своєї діяльності отримання прибутку, але не завжди його одержує. Якщо викуп дорівнює собівартості, то, в такому випадку, удалося лише відшкодувати витрати на виробництво і реалізацію продукції. При реалізації без збитків, відсутній і прибуток як джерело виробничого, науково-технічного і соціального розвитку. При витратах, що перевищують викуп, підприємство одержує збитки - негативний фінансовий результат, що ставить його в досить складне фінансове становище, яке не виключає і банкрутство. [4]

Прибуток як найважливіша категорія ринкових відносин виконує визначені функції. По-перше, характеризує економічний ефект, отриманий у результаті діяльності підприємства. Але всі аспекти діяльності підприємства за допомогою прибутку оцінити неможливо. Такого універсального показника і не може бути. Саме тому при аналізі виробничо-господарської і фінансової діяльності підприємства використовується система показників.

Значення прибутку полягає в тому, що він відбиває кінцевий фінансовий результат. Разом з тим на його величину впливає ряд залежних і не залежних від підприємства факторів. Практично поза сферою впливу підприємства знаходяться кон'юнктура ринку, рівень цін на споживані матеріально-сировинні і паливно-енергетичні ресурси. Певною мірою залежать від підприємства такі фактори, як рівень цін на реалізовану продукцію і заробітну плату, рівень господарювання, компетентність керівництва і менеджерів, конкурентоздатність продукції, організація виробництва і праці, його продуктивність, стан і ефективність виробничого і фінансового планування.

Перераховані фактори впливають на прибуток не прямо, а через обсяг реалізованої продукції і собівартість, тому для з'ясування кінцевого фінансового результату необхідно зіставити вартість обсягу реалізованої продукції і вартість витрат і ресурсів, використаних у виробництві.

По-друге, прибуток має стимулюючу функцію. Її зміст полягає в тому, що вона

одночасно є фінансовим результатом і основним елементом фінансових ресурсів підприємства. Реальне забезпечення принципу самофінансування визначається отриманим прибутком. Частка чистого прибутку, що залишилася в розпорядженні підприємства після сплати податків і інших обов'язкових платежів, повинна бути достатньою для фінансування розширення виробничої діяльності, науково-технічного і соціального розвитку підприємства, матеріального заохочення працівників.

По-третє, прибуток є одним із джерел формування бюджетів різних рівнів. Він надходить у бюджети у виді податків і поряд з іншими дохідними надходженнями використовується для фінансування задоволення спільних суспільних потреб, забезпечення виконання державою своїх функцій, державних інвестиційних, виробничих, науково-технічних і соціальних програм.

В умовах ринкової економіки значення прибутку величезне. Прагнення до його одержання орієнтує товаровиробників на збільшення обсягу виробництва продукції, потрібної споживачу, зниження витрат на виробництво. При розвинутій конкуренції цим досягається не тільки мета підприємництва, але і задоволення суспільних потреб. Для підприємця прибуток є сигналом, що вказує, де можна домогтися найбільшого приросту вартості, створює стимул для інвестування в ці сфери. Свою роль відіграють і збитки. Вони висвітлюють помилки і прорахунки в напрямку засобів, організації виробництва і збуту продукції.

Економічна нестабільність, монопольне положення товаровиробників спотворюють формування прибутку як чистого доходу, приводять до прагнення одержання доходів головним чином у результаті підвищення цін. Усуненню інфляційного наповнення прибутку сприяють фінансове оздоровлення економіки, розвиток ринкових механізмів ціноутворення, оптимальна система податків. Ці задачі повинна виконувати держава в ході здійснення економічних реформ.[5]

Розглядаючи прибуток як економічну категорію, ми говоримо про неї абстрактно. Але при плануванні й оцінці господарської і фінансової діяльності підприємства, розподілі прибутку, що залишився в розпорядженні підприємства, використовуються конкретні показники. Ємним інформативним показником є прибуток до оподаткування.

Досягнення високих результатів роботи підприємства припускає управління процесом формування, розподілу і використання прибутку. Управління включає аналіз прибутку, його планування і постійний пошук можливостей його збільшення.

Корисну інформацію можна почерпнути з аналізу динаміки частки чистого прибутку в балансовому. Якщо частка чистого прибутку росте, це свідчить про оптимальну величину податків, що сплачуються, зацікавленості підприємства в результатах роботи й ефективному господарюванні.

Прибуток від реалізації продукції, робіт, послуг займає найбільшу питому вагу в структурі балансового прибутку підприємства. Її величина формується під впливом трьох основних факторів: собівартості продукції, обсягу реалізації і рівня діючих цін на реалізовану продукцію. Найважливішим з них є собівартість. Кількісно в структурі ціни вона займає значну питому вагу, тому зниження собівартості дуже помітно позначається на зростанні прибутку за інших рівних умов. Динаміка показника собівартості продукції цікава і з іншого погляду. Зниження витрат у масштабі народного господарства країни свідчить про рівень господарювання в цілому і відбиває позитивні процеси в економіці.

На багатьох підприємствах існують підрозділи економічних служб, що займаються постатейним аналізом собівартості, вишукують шляхи її зниження. Але значною мірою ця робота знецінюється інфляцією і ростом цін на вихідну сировину і паливно-енергетичні ресурси. [6]

Збільшення обсягу реалізації продукції в натуральному виразі за інших рівних

умов веде до зростання прибутку. Зростаючі обсяги виробництва продукції, що користується попитом, можуть досягатися за допомогою капітальних вкладень, що вимагає направлення прибутку на купівлю більш продуктивного устаткування, освоєння нових технологій, розширення виробництва. Не вимагає капітальних витрат прискорення обороту обігових коштів, що також веде до росту обсягів виробництва і реалізації продукції.

При стабільних економічних умовах господарювання основний шлях збільшення прибутку від реалізації продукції складається в зниженні собівартості в частині матеріальних витрат. Особливо важливо це для підприємств обробних галузей (машинобудування і металообробка, металургійна, нафтохімічна й ін.), на яких питома вага вартості сировини в собівартості істотно вище, ніж на аналогічних підприємствах розвинутих країн.

На величину прибутку від реалізації продукції впливає склад і розмір нереалізованих залишків на початок і кінець звітного періоду. Значна величина залишків приводить до неповного надходження виручки і недоодержанню очікуваного прибутку.

Резервом збільшення балансового прибутку може бути прибуток, отриманий від реалізації основних фондів і іншого майна підприємства. Якщо раніш операції, пов'язані з вибуттям основних фондів, не робили помітного впливу на фінансові результати, то тепер, коли підприємства вправі розпоряджатися своїм майном, має сенс звільнитися від зайвого і не встановленого устаткування, попередньо зваживши, що вигідніше - продати його чи здати в оренду. [3, 5]

Прибуток може бути отримана від реалізації нематеріальних активів, що мають попит на ринку. Їхня продажна ціна визначається здатністю приносити доход. Для обчислення прибутку з продажною ціни виключаються витрати, пов'язані зі створенням чи купівлею нематеріальних активів з урахуванням витрат по їхньому доведенню до стану, у якому вони здатні приносити доход.

У складі позареалізаційних операцій найбільш дохідними можуть бути фінансові вкладення. Важливо, щоб вони здійснювалися не на шкоду основної діяльності підприємства. Конкретні напрямки і структура фінансових вкладень повинні бути результатом продуманої політики підприємства на основі достовірної оцінки їхньої ефективності. Непрофесійний підхід до цього питання може привести до втрати засобів, вкладених у статутний капітал інших підприємств чи спільну діяльність, у неліквідні цінні папери.

Відносно надійним способом фінансових вкладень зараз можна вважати збереження грошей на депозитному рахунку чи придбання депозитних сертифікатів. У цьому випадку повинні враховуватися щонайменше дві обставини: темпи інфляції, якщо мова йде про придбання сертифікатів, і процентна ставка податку з отриманих доходів.

Найважливішим питанням управління процесом формування прибутку є планування прибутку й інших фінансових результатів з урахуванням висновків економічного аналізу. Головною метою при плануванні є максимізація доходів, що дозволяє забезпечувати фінансування більшого обсягу потреб підприємства в його розвитку. При цьому важливо виходити з величини чистого прибутку. Задача максимізації чистого прибутку підприємства тісно пов'язана з оптимізацією величини податків, що сплачуються, у рамках діючого законодавства, запобіганням непродуктивних виплат.

Висновки. Таким чином, прибуток відображає чистий дохід, створений у сфері матеріального виробництва в процесі з'єднання факторів виробництва (праці, капіталу, природних ресурсів) і корисної виробничої діяльності. А результат удосконалення механізму управління прибутком дозволяє оптимізувати роботу всього підприємства.

Бібліографічний список

1. Аналіз господарської діяльності./Під ред. **Бєлобородової В.А.**-К.:Либідь,1999.-420с.
2. **Бєлобєцький І.А.** Прибуток підприємства. // Фінанси України.-1999 №3,с.40-47.
3. **Богатин Ю.В.** Экономическая оценка качества и эффективности работы предприятия. –М.: изд. стандартов, 1991. –214с.
4. **Рєзников Л.** Фінансовий стан і фінансова політика виробничих підприємств. // Економіка України, 2007, №7., с.11-14
5. **Цыгичко А.Н.**Новый механизм формирования эффективности.–М.:Экономика, 2004. –191с.
6. **Маевский В.,Вяткин В.Н,Хриптон Дж.,Казак А.Ю.**Принятие финансовых решений: задачи, ситуации.//Вопросы экономики, 1998, №12, с.152.

КРАВЦОВА К.М., ст. гр. МЕ-066

Наук. керів.: Бєляєва К.В.

Донецький національний університет економіки і торгівлі

імені Михайла Туган-Барановського

м. Донецьк

СУТНІСТЬ СТРАХУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ РИЗИКІВ

Рассмотрена предпринимательская деятельность на территории Украины, составлена классификация предпринимательских рисков тесно связанных с экономической деятельностью предприятий и проанализировано страхование предпринимательских рисков в Украине.

Актуальність. В умовах ринкових перетворень в економіці України, розвитку підприємництва страховий захист майнових інтересів самостійних, незалежних від держави суб'єктів підприємництва стає можливим тільки завдяки страхуванню. Страхування забезпечує відшкодування збитків, створює механізм для зменшення та запобігання ним.

Для ефективного функціонування та динамічного розвитку, підприємництво потребує досконалих систем безпеки для суб'єктів підприємництва. Особливої актуальності це питання набуває в умовах глобалізації, яка багатогранно впливає на міжнародну та національну безпеку.

Останнім часом на стан підприємницького бізнесу в Україні значно впливала неефективна система оподаткування, недосконалість процедури ліцензування та реєстрації суб'єктів підприємництва, кількість і тривалість перевірок суб'єктів підприємництва контролюючими органами. З точки зору суб'єктів підприємництва, ці фактори призвели до зберігання коштів, що витрачаються на організацію безпеки та страхування підприємницької діяльності, що потребує розробки адекватних програм страхування й управління ризиками.

В працях Вітлінського В.В., Вяткіна В.Н., Гамзи Ю.Ю., Гранатурова В.М., Екатеринославського Ю.Ю., Макаревича Л., Хохлова Н.В., Чернової Г.В. досліджуються сутність підприємницького ризику, його різноманітні види та методи управління [1-7].

Мета дослідження: дослідити ризики, які супроводжують підприємницьку діяльність суб'єктів господарювання та розглянути механізм їх страхування.

Основна частина. Економічна діяльність суб'єктів економічної діяльності пов'язана з ризиковими факторами, які потребують посиленої уваги та дієвих методів запобігання. Одним із засобів мінімізації ризиків є страхування.

Згідно з Законом України «Про страхування» виділяють різного роду ризики, які потребують страхування. Але, на нашу думку, особливої уваги заслуговують ризики підприємницької діяльності.

Під підприємницькими ризиками розуміють такі, що виникають при будь-яких видах підприємницької діяльності, пов'язаних з виробництвом продукції, товарів і послуг, їх реалізацією; товарно-грошовими і фінансовими операціями; комерцією, а також здійсненням науково-технічних проектів [5].

В економічній літературі, присвяченій проблемам підприємництва, існує багато підходів до класифікації підприємницьких ризиків, але чітка і повна система, яка б відображала різноманітність цих ризиків, відсутня. Тому, аналіз літературних джерел дає змогу навести таку класифікацію підприємницьких ризиків [4]:

- зовнішні, не пов'язані з діяльністю підприємця (зміна законодавства, політики, соціального стану);
- внутрішні, джерелом яких є підприємницька діяльність (розробка, виробництво і реалізація продукції, недотримання умов договору);
- постійні, що загрожують підприємцю в даній географічній зоні і в даній галузі економіки (ризики неплатежів у районах з депресивною економікою);
- короточасні, що діють у період часу, менший за виробничий цикл (ризики при транспортуванні продукції чи сировини);
- припустимі, що загрожують втратою частини або всього прибутку;
- катастрофічні, що загрожують втратою бізнесу, банкрутства підприємства;
- спекулятивні (динамічні), що виникають у результаті гри на курсових і цінових різницях.

Окрім видів страхування яким підлягають вказані вище ризики, в міжнародній практиці застосовуються й інші специфічні види страхування підприємницьких ризиків: страхування контрактів (у тому числі експортно-імпортних), фінансово-кредитних операцій, страхування кон'юнктури.

Підприємницький ризик може включати ризик перерви у виробничій і комерційній діяльності, ризик збитків у наслідок перерв у виробництві.

При страхуванні комерційних ризиків об'єктом страхування є кошти й інші ресурси, що інвестуються в будь-яке виробництво або сферу послуг. Відповідальність страховика в цьому випадку полягає в необхідності відшкодування страховику втрат, що виникають унаслідок погіршення умов підприємницької діяльності та зміни ринкової кон'юнктури. Межа відповідальності в межах певного виду страхування може бути визначена двома способами. У першому випадку страхову суму визначають з урахуванням розміру капітальних вкладень страхувальника. Відшкодуванню підлягають витрати страхувальника, і тому воно одержало назву страхування інвестицій. У другому випадку страхова сума може включати не тільки капіталовкладення, а й частину прибутку, що очікується від вкладень у підприємницьку діяльність. Таке страхування визначається як страхування прибутку. Термін дії договору страхування встановлюється за терміном окупності капіталовкладень.

Страхування від збитків унаслідок перерв у виробництві – переважно новий вид діяльності у вітчизняній практиці страхування. Водночас цей вид страхування відомий у світовій практиці давно як страхування втрати прибутку. Його мета – відшкодування страхувальнику втрачених прибутків від діяльності його підприємства і доходів, які він міг одержати, якщо підприємство не призупинило б діяльність. Такі втрати можуть виникнути унаслідок пожежі, стихійного лиха, виробничої аварії і т. д. У випадку страхування майна відшкодовується основна сума збитків, але страхувальник не одержує повного відшкодування своїх збитків. Звідси виникає необхідність відшкодування втрат унаслідок тимчасової зупинки підприємства. Звичайно договір

страхування щодо виду укладають на один рік, хоча цей термін може бути й довшим; тривалість дії договору страхування від можливостей страхувальника вийти на обсяги виробництва до настання страхової події. Умовами договору страхування обумовлюється, що суми претензій зі страхування від збитків унаслідок перерв у виробництві повинна виключати здійснені раніше виплати з страхування майна або відповідальності. У цьому вид страхування досить важко розрахувати конкретний розмір збитків з певних об'єктивних причин. Якщо метою страхового відшкодування розглядати повернення страхувальника до стану, який був до настання страхової події, то у випадку страхування збитків від перерв у виробництві цей підхід не спрацює. Розрахунки страхового відшкодування повинні враховувати максимальне наближення страхувальника до фінансової ситуації, в якій він міг би опинитися, якби не відбувся страховий випадок.

Окрім цих можливі значні фінансові втрати через зниження заздалегідь обумовленого рівня рентабельності, через необхідність компенсувати шкоду, заподіяну найманим робітникам внаслідок нещасливого випадку на виробництві, а також споживачам продукції цього підприємства.

Дослідження питання щодо страхування ризиків на підприємствах Донецької області показують, що значний відсоток підприємств зовсім не займаються страхуванням своїх ризиків: від 23,4% до 82,5%. Це свідчить про те, що страхування підприємницьких ризиків актуально серед 17,5 % - 76,6 % підприємств області. Такий вид страхування на данному етапі знаходиться в процесі розвитку, але ситуація на страховому ринку може змінитися у будь-який час [3].

Висновки. Таким чином, дослідивши основні види підприємницьких ризиків можна зробити висновок, що категорія підприємницьких ризиків не має чітких меж, а тому віднести її до певної галузі є недоцільним і необґрунтованим. Термін «підприємницькі ризики» визначає ті ризики, що пов'язані з економічною діяльністю. Отже, страхування підприємницьких ризиків – це сукупність страхування майна, страхування відповідальності та особистого страхування.

Слід зазначити, що сучасні тенденції ринків страхування та перестрахування в умовах світової і національної фінансової кризи відображають інституціональну парадигму сучасної економіки. Це означає, що поряд з економічними факторами впливу на страховий ринок діє низка не економічних, зокрема політичні, етичні, етнічні, соціальні чинники, які визначають поведінку та мотивацію основних суб'єктів страхового ринку – страхувальників, страховиків, перестраховиків, їх засновників та державний уповноважений орган з регулювання страхової діяльності.

Бібліографічний список

1. Вітлінський В.В., Наконечний С.І., Шарапов О.Д. Економічний ризик та методи його вимірювання: Підручник. – К.: КНЕУ, 2000. – 354 с.
2. Камінський А.Б. Економічний ризик та методи його вимірювання: Навч. посіб. – К.: Вид. дім «Козаки», 2002. – 120 с.
3. Макаревич Л. Управление предпринимательскими рисками. М., Дело и Сервис, 2006 г. – 448 с.
4. Риск-менеджмент: Учебник / В.Н. Вяткин, И.В. Вяткин, В.А. Гамза, Ю.Ю.Екатеринославский, Дж.Дж.Хэмптон. Под. ред. И. Юргенса. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2003. – 512 с.
5. Рогов М.А. Риск-менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 120 с.
6. Хохлов Н.В. Управление риском. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 239 с.
7. Чехонин М. Мировой рынок страхования: движущие силы и тенденции // Страховое ревю. – 2008. – с. 10-13.

ШАБАЛІНА О.С., ст.гр. ЕФ-05
 Наук. керів.: Сорокіна Л.В., к.е.н., доц.
 Донецький національний технічний університет,
 м. Донецьк

РОЗРОБКА НАПРЯМКІВ РОЗПОДІЛУ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Рассмотрена разработка направлений распределения прибыли на предприятиях Украины, а также проанализированы принципы и этапы распределения прибыли на современном этапе.

Актуальність. В сучасних умовах однією з актуальних проблем є розробка напрямків розподілу прибутку підприємства.

В умовах товарно-грошових відносин основним показником, що характеризує кінцевий результат виробничо-господарської діяльності підприємства, є прибуток.

Прибуток підприємства зв'язаний з рішенням важливих соціальних, економічних, політичних, етичних проблем суспільства як на мікро-, так і на макрорівні. Все це додає цим господарським поняттям підвищену актуальність.

Проблема використання та розподілу прибутку освітлена в багатьох підручниках економічної літератури. Так і західні економісти – А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс, Ж.Б.Сей, Й. Шумпетер, і російські – А. С. Булатов, Т. П. Ніколаєва, В.В. Буряковський, і українські – В. М. Гриньова, В. Е. Коломойцев, В.М. Рибалкін, А. М. Поддєрьогін визначили кожен своє поняття прибутку.

В умовах ринкової економіки одержання прибутку є безпосередньою метою виробництва. Прибуток створює визначені гарантії для подальшого існування підприємства, оскільки тільки його накопичення різних резервних фондів допомагає переборювати наслідки ризику, зв'язаного з реалізацією товарів (послуг) на ринку.

Для підприємства прибуток є показником, що створює стимул для інвестування в ті сфери, де можна домогтися найбільшого приросту вартості.

Ціль дослідження: розгляд і аналіз напрямків розподілу прибутку підприємства.

Основна частина. Мета управління прибутком кожного підприємства – забезпечення зростання його суми і рівня, а також ефективний розподіл за напрямками економічного розвитку.

Проблема ефективності розподілу прибутку підприємств – одна з найбільш дискутованих у сфері фінансового менеджменту в останні роки.

Розподіл і використання прибутку підприємства – це важливий господарський процес, який забезпечує як покриття потреб підприємства, так і формування доходів держави.

Механізм впливу фінансів на господарство, на його економічну ефективність знаходиться не в самому виробництві, а в розподільних відносинах. Характер впливу на виробництво залежить від того, наскільки конкретна система розподілу, форми і методи її організації відповідають об'єктивним потребам суспільства, рівню розвитку продуктивних сил, економічним інтересам держави, підприємств і кожного окремого працівника. При порушенні цієї відповідності процес підвищення ефективності виробництва починає стримуватися.

Конкретні форми і методи розподілу прибутку постійно видозмінюються і розвиваються зі зростанням суспільного виробництва і зміною задач в економіці. Кожен етап у відносинах між бюджетом і підприємством з приводу розподілу прибутку породжує нові форми і методи цього розподілу. Але, перш за все, підприємству необхідно урахувати загальні принципи розподілу прибутку, які сформовані наступним чином:

1. Прибуток, який отримує підприємство в результаті виробничо-господарської та

фінансової діяльності, розподіляється між державою і підприємством як господарюючим суб'єктом.

2. Прибуток акумулюється у відповідних бюджетах (на сьогодні у місцевих бюджетах) у вигляді податка на прибуток, ставка якого не може бути свавільно змінена

3. Розмір прибутку підприємства, який залишається після оподаткування, не повинен знижувати зацікавленість підприємства у зростанні обсягу виробництва та поліпшенні результатів виробничо-господарської діяльності.

4. Прибуток, який залишився на підприємстві, по-перше, необхідно спрямовувати на накопичування, забезпечуючи його подальший розвиток, а потім вже – на споживання.

5. Розподіл чистого прибутку повинен відображати процес формування фондів і резервів підприємства для фінансування потреб виробництва та розвитку соціальної сфери.

Доктор економічних наук, професор Покропивний С.Ф. у навчальному посібнику «Економіка підприємств» чітко відобразив розподіл і використання прибутку на сучасному етапі. Основним в розподілу прибутку є те, що із загального (валового) прибутку сплачується податок. Величина, що залишилась, називається чистим прибутком. З неї виплачуються борги і проценти за довгострокові кредити, а решта поділяється на дві частини. Перша – прибуток, який розподіляється між власниками майна (капіталу) підприємства (акціонерами), спрямовується на заохочувальні виплати його персоналу за результатами роботи та інші потреби (внески у благодійні фонди, допомога різним організаціям, особам тощо). До другої частини належить прибуток, який залишається на підприємстві (нерозподілений прибуток), і використовується на інвестиційні потреби та створення резервного фонду. Детальна схема використання прибутку на підприємствах України представлена на рисунку 1.

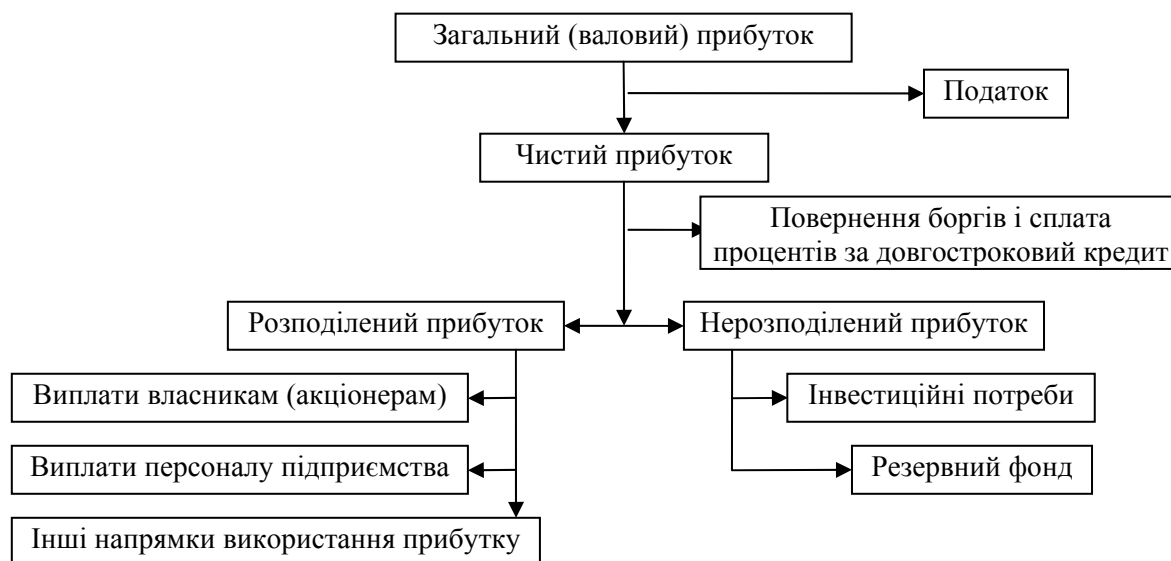


Рисунок 1 – Схема використання прибутку підприємства.

На сьогодні багато українських підприємств користуються даним базовим розподілом і використанням прибутку, який пропонує Покропивний С.Ф.

Висновки. Прибуток як економічна категорія відображає кінцеву грошову оцінку виробничої та фінансової діяльності підприємства. Він сигналізує про необхідність заходів щодо зменшення собівартості продукції, нарощування обсягів виробництва і реалізації, розширення асортименту виготовлюваних товарів, доцільність змін у цінній політиці. Він є визначальним критерієм ефективності господарювання.

Бібліографічний список

1. **Покропивний С.Ф.**, Економіка підприємства, Том 2, К., 2004. – 423с.
2. **В.В. Буряковский, В.Я. Кармазин, С.В. Каламбет**, Финансы предприятий./ Днепропетровск: «Пороги», 1998. – 322 с.

КРАВЦОВА К.М., ст.гр. МЕ-06Б

Наук.керів.: Кривенко А.В.

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Донецьк

ОСОБЛИВОСТІ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

Рассмотрена сущность маркетинговой деятельности банков, определены стратегии маркетинговой деятельности банков, изучены коммуникации банковских продуктов с их сбытом, исследованы аналитические подходы к оценке маркетинговой деятельности банка.

Актуальність. Успішне функціонування банківських устав у ринковому середовищі передбачає високу ефективність їх діяльності та можливість пристосуватись до зовнішніх умов, що постійно змінюються. Як свідчить світовий досвід, найбільш ефективно ці завдання розв'язуються на основі використання концепції маркетингу.

З усього комплексу завдань у сфері маркетингового управління слід виділити дослідження організаційно-економічних проблем маркетингової діяльності українських банків в умовах становлення ринкового механізму. Значення цієї проблеми обумовлено необхідністю самостійного пристосування банків до вимог і потреб ринку. Зарубіжний досвід маркетингової діяльності є важливим фактором, однак він вимагає адаптації до умов діяльності на українському фінансовому ринку.

Теоретичні, фундаментальні основи стратегічного банківського менеджменту були закладені зарубіжними вченими М. Берретом, Е. Бріглемом, Н. Бріммером, Й. Гідді, М. Леві, Дж. Рейдером, У. Шарпом. Проблеми маркетингової діяльності та стратегічного аналізу висвітлюють у працях А.Нікітіна, В.Павлюка, А. Ніколаєнко та інших вчених [1-7].

Мета дослідження: з'ясування сутності маркетингової діяльності банків; визначення стратегій маркетингової діяльності банків; вивчення комунікацій банківських продуктів та їх збуту; дослідження аналітичних підходів до оцінки маркетингової діяльності банків; обґрунтування напрямів підвищення ефективності маркетингової діяльності банку.

Основна частина. Маркетингова діяльність українських банків визначається передусім особливостями зовнішнього та внутрішнього середовища їх функціонування. Основною тенденцією розвитку банківської системи сьогодні стає надзвичайно високий інтерес іноземного капіталу. Інтерес стратегічних інвесторів обумовлений високим потенціалом зростання розвитку банківських послуг у цілому, що характеризується низьким показником активів банків до ВВП (близько 40%, у той час як у країнах Східної Європи – близько 70%), і, зокрема, ринком банківських послуг для приватних осіб. На цьому фоні значно зріс інтерес портфельних інвесторів до ринку банківських акцій та облігацій, де спостерігається значний дефіцит банківських акцій і все ще невелика пропозиція банківських облігацій. Однак чисельність українських банків – 170, а частка активів найбільшого банку в загальному обсязі активів банківської системи не перевищує 10%. Це дає підстави говорити про існування

довготривалої потреби в аналітиці даного сектору, який, як очікується, буде проходити шлях часткової консолідації в умовах високої конкуренції банківського бізнесу в Україні.

З урахування вищесказаного, існує потреба у незалежному та всебічному аналізі як ринку банківських послуг у цілому, так і цінних паперів, що пропонуються комерційними банками інвесторам.

Систематичні дослідження ринку і пов'язаних із ним питань – маркетингові дослідження – дають змогу формувати інформаційну базу для ефективного управління комерційною діяльністю банку в умовах конкуренції.

Формування конкурентних стратегій передбачає глибоке знання своїх конкурентів, їх поточних і перспективних намірів та планів. Практика свідчить, що керівництво банку потребує інформації про своїх ринкових суперників за такими позиціями: планування послуг; цінова політика; стратегія реалізації; оборот; структура витрат; дослідницька діяльність; банківські технології; патенти; практика фінансування; оплата праці керівної ланки, рядових працівників.

Компонентами маркетингових робіт, пов'язаних із продуктами і технологіями банку, є: дослідження продуктів (якість, кількість, задоволеність) і каналів розподілу продуктів та послуг; розробка й удосконалення продуктів та послуг. Розробка ведеться по кожному продукту окремо. Кожна послуга характеризується набором як кількості, так і якісних чинників. Для загальної оцінки кожної послуги чинники можуть зараховуватися з «плюсом» (можливість) і з «мінусом» (загроза).

Стандарти обслуговування формуються на основі оцінки міри задоволеності клієнта, у його термінах, що передбачає проведення та опитування. Ціна послуги насамперед обумовлюється її цінністю для клієнта.

На наступному етапі заглиблення у структуру взаємодії «банк-ринок-споживач» з'являються, по-перше, виробник продукту – банк зі своїми можливостями організації послуг і всього виробництва в цілому і, по-друге, зовнішнє (щодо банку) середовище, в якому: клієнт вибирає продукти для задоволення потреб; функціонують конкуренти – банки та інші кредитно-фінансові установи; діють зовнішні чинники, що впливають як на діяльність банку, так і на поведінку клієнта. Відповідно до цього проводяться дослідження таких чинників: сили банку; зовнішнього середовища; конкурентних продуктів і пропозицій конкурентного середовища.

Для з'ясування позиції банку на ринку проводиться аналіз SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats – сильні та слабкі сторони банку, можливості та загрози від зовнішніх сил). Це дослідження дає змогу простежити рівень впливу сильних і слабких сторін банку на ринкові можливості. Корисним є заповнення матриці SWOT і на основних конкурентів. Якщо сильні сторони банку потраплять на уразливі місця конкурентів, то тим самим визначається напрям, за яким варто розширювати свою частку ринку. Якщо таких напрямів не виявиться, то у планах слід передбачити створення своєї конкурентної переваги.

Відстеження банків-конкурентів у банку здійснюється шляхом ведення бази даних. Основні параметри, за якими проводиться моніторинг конкуруючих банків, такі: рейтингові показники; коротка історія; адреси, телефони, акціонери, правління; ліцензії, статус агента й уповноваженого, участь в асоціаціях; галузева орієнтація; географія роботи (філіальна мережа); стратегія розвитку; банківська продукція; технології (картки, банкомати, інформаційні технології); штат (кадри); підрозділ маркетингу і стратегічної інформації, підрозділ персональних менеджерів (співпідпорядкованість, штат, якісний склад, продукція); реклама активність (бюджет, інтенсивність і тип реклами, компанії, спонсорство); клієнтура (характер, значні клієнти) тощо.

Проведення зазначених досліджень дає широку картину ринкового поля, а також

накреслює можливі стратегії розвитку бізнесу.

Особливості банківських послуг, на просування яких спрямована маркетингова діяльність українських банків, полягають у такому:

- Вони в основі абстрактні, не мають матеріальної субстанції;
- Надання банківських послуг пов'язане з використання грошей у різних формах та якостях;
- Абстрактні банківські послуги мають конкурентний характер на основі договірних відносин;
- Купівля-продаж більшості банківських послуг характерна протяжністю у часі.

Необхідною умовою збільшення пропозиції послуг українськими банками є їх достатня капіталізація.

Перше найважливіше рішення при формуванні маркетингової стратегії – це вибір між ціновим лідерством та лідерством у якості. Якщо для клієнта при ухваленні рішення про використання банківської послуги ціна має вирішальне значення, то банк повинен спробувати збути таку кількість своєї продукції, щоб допомогою зниження витрат забезпечити свободу маневрування ціною. У цьому випадку банк орієнтується на обсяг продажів. У разі виробу іншої стратегії робиться спроба відірватися від конкурентів шляхом підвищення якості продуктів і створення пільгових умов обслуговування клієнтів (преференцій). Це вже орієнтація на формування стосунків із клієнтами. Такий шлях передбачає підвищення технологічних витрат. Спроба сполучити стратегії при усталеному ринку є помилкою менеджменту

Преважна більшість експертів (85,5%) схиляється до думки, що частка витрат на маркетингові дослідження у загальній структурі витрат українських банків у 2009-2010 рр. зростатиме. Більшість банків у зв'язку зі змінами тенденцій на ринку банківських послуг бажає отримати більше інформації та досконало вивчити вимоги клієнтів для упорядкування власних стратегій розвитку на найближчу перспективу.

Висновки. Зміцненню банківської системи сприяє розробка і прийняття комплексної програми фінансового оздоровлення українських банків. Важливо домогтися, що національні гроші виконували функцію нагромадження. Однак це залежить не тільки від банківської системи, а переважно від економічної політики уряду. В інтересах держави, що українські громадяни зберігали свої грошові заощадження в українських банках, без страху їх втратити. Здійснити це можна лише за умов установлення довіри до банківської системи з боку українського інвестора.

Бібліографічний список

1. Нікітін А.В. Маркетинг у банку. – К.: КНЕУ, 2005. – 170 с.
2. Ніколаєнко А.А. Особливості маркетингової діяльності банку // Банківська справа. – 2005. - №1. – С.35-40.
3. Новікова І.В., Худолій Л.М., Денисенко М.П., Кабанов В.Г. Банківський маркетинг. – К.: Вид-во Європейського ун-ту, 2003. – 155 с.
4. Павлюк В. Аналіз процесу стратегічного маркетингового планування в банківській сфері // Банківська справа. – 2003. - №6 – С.85-90.
5. Пізноокій А.Ф., Шамов С.О., Семенюк Л.П. Досвід застосування маркетингового та процесного підходів до перебудови банківських бізнес-процесів// Вісник Укр. Акад. банк. Справи. – 2004. - №1. – С. 85-90.
6. Романенко Л.Ф. Банківський маркетинг – К.: Вид. дім. «Ін Юре», 2001. – 481 с.
7. Севрук В. Т. Банковский маркетинг. – М.: Дело Лтд, 1994. – 128 с.

СОЛОВЬЕВА А.Ю., МАТВЕЙЧУК А.С., ст.гр. 0109 а
Науч. руков.: Шаульская Л.В., проф., д.э.н.
Донецкий национальный университет,
г. Донецк

ФОРМЫ УЧАСТИЯ РАБОТОДАТЕЛЕЙ В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ

Рассмотрена проблема дисбаланса между спросом и предложением на рынке труда и предложен механизм взаимодействия работодателей и ВУЗов для решения данной проблемы.

Актуальность. Проблема взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг является сегодня весьма актуальной, поскольку без её разрешения невозможно формирование качественно новой рабочей силы и обеспечения квалифицированными кадрами экономики государства и её регионов.

Актуальность темы исследования усиливается и тем обстоятельством, что институты рынков труда и образовательных услуг только накапливают опыт взаимосвязанного функционирования, и поэтому нуждаются в концептуальном обеспечении, разработке механизма их взаимодействия применительно к конкретным условиям экономики Украины. Разработка фундаментальных проблем исследуемых рынков позволит удовлетворить потребности экономической теории и хозяйственной практики, а, значит, достигнуть стабильности в обществе и эффективности социально-экономических преобразований.

Степень разработанности проблемы. Общетеоретические основы рынка труда и механизма его функционирования заложены в работах классиков мировой экономической мысли - А. Смита, Д. Рикардо, Ж.-Б.Сея, К.Маркса, А. Маршалла, А.Пигу и др.

Необходимость регулирования рыночных отношений в сфере занятости обоснована в трудах Д. Кейнса, Х. Хансена, Э. Хансена, Дж. Гэлбрейта.

В отечественной экономической литературе теоретико-методологические основы рынка труда нашли отражение в исследованиях Н. Волгина, Г. Капелюшникова, И. Масловой, Л. Киян, И. Корогодина, А. Котляра и др. Определенную область научного знания в современной экономической литературе занимает анализ рынка образовательных услуг. Зарубежные и отечественные экономисты ведут поиск по многим направлениям данной области, системообразующие критерии которых выступают методологической основой теории рынка образовательных услуг.

Анализ коммерциализации сферы образования и становления рынка образовательных услуг получил свое развитие в трудах Н. Александровой, А. Гордиенко, В. Ерошина, У. Зиннунова. Образование как сфера эффективного инвестирования в человеческий капитал анализируется в работах В. Марцинкевича, С. Дятлова, Р. Капелюшникова. Отдельные аспекты необходимости взаимодействия рынков труда и образовательных услуг исследуются Н. Литвиновой, В. Чекмаревым и др.

Несмотря на то, что в современных условиях уделяется большое внимание проблемам развития рынков разных видов, в экономической науке до сих пор не сложился целостный подход к их взаимодействию и взаимосвязанному функционированию, что обусловило выбор темы, постановку ее цели и задач.

Цель исследования: теоретическое обоснование сущности механизма взаимодействия рынков труда и образовательных услуг и направлений его формирования в современной Украине.

Основная часть. Анализ ситуации на рынке труда Украины свидетельствует об определенном дисбалансе в сфере подготовки кадров. Наличие процесса массового

получения высшего образования, ориентация подготовки кадров не на потребности экономики, а на ажиотажный спрос молодежи на определенные специальности, влияние мотивов «моды» и «престижности» при выборе специальности без учета реальных возможностей трудоустройства, к сожалению, создают условия для роста безработицы. Причинами такой ситуации являются неосведомленность выпускников школ, абитуриентов, студентов и выпускников учебных заведений о состоянии и динамике рынка труда, спрос на конкретные специальности, перспективы трудоустройства по избранной профессии.

Численность выпускников, закончивших высшие учебные заведения в 2007 г. и зарегистрировавшихся в центрах занятости как ищущие работу, составляла 22,4 тыс. человек (это на 7 тыс. выпускников больше, чем в 2006 г.).

В 2007 г. центры занятости направили на переобучение и повышение квалификации 2 тысячи выпускников высших учебных заведений, а это почти в четыре раза больше, чем в предыдущем году.

Привлекательными, с точки зрения абитуриентов, являются следующие профессии: банковский работник, профессии врача и юриста. Последними в этом рейтинге являются профессии фермера, специалиста в аграрной отрасли, инженера, работника торговли.

Повышенным спросом на рынке труда пользуются профессии, связанные с наличием высокого уровня образования и квалификации: программисты, менеджеры разных уровней, банковские работники, дизайнеры с соответствующим опытом работы. Юристы и экономисты высокой квалификации всегда пользуются спросом на рынке труда, поскольку являются представителями профессий, на которых базируется рыночная экономика.

Не хватает медицинских работников, учителей, продавцов как продовольственных, так и непродовольственных товаров.

В условиях роста промышленного производства особое значение приобретает проблема кадрового обеспечения отраслей экономики. Значительная часть предприятий чувствует потребность в квалифицированных рабочих.

Следовательно можно утверждать, что в Украине существует разрыв между системой образования и потребностями рынка труда. Абитуриентам при выборе будущей специальности необходимо руководствоваться не только собственными желаниями получить престижную профессию с высокой заработной платой, но и реально оценивать ситуацию на рынке труда.

Для того, что выйти из сложившейся ситуации необходимо сформировать систему взаимодействия между работодателями и сферой высшего образования. Основным стимулом формирования долгосрочных партнерских отношений в этой отрасли является взаимная заинтересованность в повышении качества подготовки специалистов, включая качество целевой (специальной) подготовки. За подготовку специалистов высокого качества, ориентированных на технологические особенности конкретного производства, предприятия и организации – потребители выпускников готовы инвестировать средства и выделять ресурсы для системы высшего профессионального образования. Вкладывая ресурсы в развитие профильных вузов, стратегические партнеры имеют право и должны участвовать в общественно-коллегиальных органах управления вузов и оценке качества выпускников, содержания учебных программ и планов, выработке рекомендаций по развитию новых форм профессиональной подготовки специалистов, оценке уровня и актуальности научных исследований вузовских ученых, компетенции преподавателей.

Для реализации коллегиальных форм управления качеством подготовки специалистов по основным научно-образовательным направлениям целесообразно

создавать экспертно-аналитические советы, сформированные, как независимые коллегиальные органы при вузах с преобладающим участием представителей промышленности, отраслевой и академической науки, преимущественно из числа стратегических партнеров вузов, с которыми имеются комплексные договоры о сотрудничестве в области науки и образования.

Через действующие экспертные советы вузы и органы управления образованием могут устанавливать обратные связи с реальным сектором экономики, осуществлять мониторинг профильных сегментов рынка труда и образовательных услуг, эффективно и оперативно адаптироваться к изменяющемуся спросу, в том числе за счет оперативной корректировки учебных планов в части специальной профессиональной подготовки, активно воздействовать на рынок труда и образовательных услуг, осуществлять опережающую подготовку кадров для наукоемких и высокотехнологичных отраслей промышленности.

Важное значение для эффективного трудоустройства выпускников играет территориальный анализ потребностей рынка труда. По сути, речь идет о специализированном кадастре потребностей рынка труда, структурированном по годам и территориям. Это позволяет вузам и работодателям вести продуманную территориальную политику при работе с абитуриентами, используя возможности целевой подготовки по договорам с местной администрацией. При этом адресная целевая подготовка специалистов по заказам работодателей должна занимать особое место и быть определяющей в подготовке кадров для региона.

Выводы. Таким образом, проблему формирования и рационального использования кадрового потенциала для рынка труда страны нельзя рассматривать как отдельную задачу для Министерства труда и социальной политики и Министерства образования и науки Украины. Эта проблема должна стать предметом совместных поисков оптимальных решений и их реализации среди работодателей, ученых, представителей Министерства экономики, отраслевых министерств и ведомств, учебных заведений, профсоюзов и общественности.

Также необходимо отметить, что данная научная работа имеет перспективы дальнейших исследования по следующим направлениям:

- анализ зарубежного опыта взаимодействия работодателей и системы высшего образования и возможности его применения для регулирования процессов, происходящих в Украине;
- разработка законодательной базы для устойчивого взаимодействия между данными рынками;
- выработка механизма взаимодействия, удовлетворяющего потребности каждой из заинтересованных сторон (работодатель, ВУЗ и абитуриент).

Библиографический список

1. Отчет (заключительный) по научно-исследовательской работе «Корректировка объемов регионального заказа для удовлетворения потребностей экономики Донецкой области в высококвалифицированных кадрах на долгосрочную перспективу» / д.э.н., проф. Лукьянченко Н.Д., д.э.н., проф. Мартякова Е.В., д.э.н., проф. Шаульская Л.В., к.э.н., доц. Шамилева Л.Л. и др. – Донецк, 2008.

2. Отчет о выполнении научно-исследовательской работы по предоставлению услуг по сбору и обработке информации относительно определения потребности базовых отраслей экономики Донецкой области в кадрах в долгосрочной (до 2020 г.) перспективе / Лукьянченко Н.Д., Мартякова Е.В., Шаульская Л.В., Шамилева Л.Л. – Донецк, 2008.

3. <http://www.mon.gov.ua/>.

4. <http://ukrstat.gov.ua/>.

СЛИЧНАЯ О.О., ст.гр. ЭПМ-056

Науч. руков.: Евдокимов Ф.И., д.т.н., проф.

Донецкий национальный технический университет,
г.Донецк

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ УГОЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ, КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ

На основе новых методических подходов разработаны основные положения оценки конкурентоспособности угольной продукции и компаний в условиях межотраслевой конкуренции на внутреннем рынке. На основе новых методических подходов разработаны основные положения оценки конкурентоспособности угольной продукции.

Актуальность статьи обусловлена проблемой формирования организационно-экономического механизма повышения конкурентоспособности угледобывающих компаний.

Цель исследования: разработка организационно-экономического механизма повышения конкурентоспособности угледобывающих компаний.

Основная часть. При оценке конкурентоспособности угля и угледобывающего предприятия необходимо разграничивать критерии и показатели конкурентоспособности угля как продукции и деятельности компании в целом. Предлагается индекс конкурентоспособности угля рассчитывать на основе показателей качества и эколого-экономической эффективности его потребления, а конкурентоспособность компании – через интегральный индекс, определяемый с учетом показателей эффективности всей производственно-хозяйственной деятельности компании и конкурентной способности производимой продукции.

Индекс конкурентоспособности угля равен отношению показателей эффективности использования потребителями анализируемой продукции и продукции-конкурента, выбранного в качестве эталона для сравнения, например, угля другого производителя (формула1).

При оценке конкурентоспособности углей различных компаний показатели эффективности потребления угольной продукции предлагается корректировать с помощью таких показателей:

1. *Технические параметры продукции:* зольность продукции (%), влажность (%), содержание серы (%) - на основе паспортных характеристик угольной продукции;

2. *Экономические параметры продукции:* оптовая цена угля (грн./т), доля в объеме сбыта предприятия (%), темпы роста объема сбыта (%).

$$K_{1/2} = \frac{E_1}{E_2}, \quad E_{1,2} = \frac{П_{1,2}}{З_{1,2}} \cdot \kappa_{1,2}, \quad З_{1,2} = З_{np1,2} + З_{mp1,2}, \quad (1)$$

где $K_{1/2}$ – индекс конкурентоспособности угольной продукции (1), сравнительно с продукцией-конкурента (2), доля ед.;

$E_{1,2}$ – эффективность потребления оцениваемого угля и продукции-конкурента соответственно, Ккал/грн.;

$П_{1,2}$ – величина полезного эффекта, который получается от потребления оцениваемой и конкурирующей продукции: теплотворная способность угля, Ккал/т у.т.;

$З_{1,2}$ – величина расходов, связанных с использованием оцениваемых видов

продукции: сумма расходов на приобретение ($З_{np}$) и транспортировку угля к потребителям ($З_{mp}$), грн./т у.т.;

$k_{1,2}$ – коэффициенты, которые учитывают преимущества продукции по ряду качественных характеристик, по сравнению с конкурентами (зольность, содержание серы, влажность).

Расчет интегрального индекса конкурентоспособности угледобывающей компании предлагаем проводить на основе следующих показателей: сравнительного (2) и общего (3) индекса конкурентоспособности компании, индекса конкурентной способности всех видов производимой продукции (4), общего индекса рентабельности производственно-хозяйственной деятельности компании (5):

$$I_{ср.ксп} = \frac{I_{ксп\ комп.1}}{I_{ксп\ комп.2}}, \quad (2)$$

$$I_{ксп.комп} = I_{ксп.прод} \cdot \gamma + I_{эфф.комп} \cdot \beta, \quad (3)$$

$$I_{ксп.комп.} = \sum_{i=1}^n K_i \cdot \alpha_i, \quad (4)$$

$$I_{эфф.комп.} = P \cdot a + P_1 \cdot b, \quad (5)$$

где $I_{ср.ксп}$ – индекс сравнительной конкурентоспособности анализируемой компании;
 $I_{ксп.комп.1,2}$ – общие индексы конкурентоспособности анализируемой компании и компании-конкурента соответственно;
 γ, β – коэффициенты весомости критериев;
 $I_{ксп.прод}$ – индекс конкурентоспособности продукции;
 K_i – конкурентоспособность i -го вида продукции, которая реализуется;
 α_i – доля i -го вида продукции в структуре товарного выпуска;
 n – число видов (сортов) продукции;
 $I_{эфф.комп}$ – общий индекс рентабельности деятельности компании;
 P – рентабельность основной деятельности компании;
 P_1 – рентабельность других операций компании;
 a, b – доли доходов от основной деятельности и других операций в суммарной величине доходов компании.

Рассмотрим еще одну методику для анализа конкурентоспособности угольного предприятия, в которой используются следующие показатели: количественные и система показателей деловой активности и эффективности деятельности компании. Применим принципы этих двух подходов к расчету конкурентоспособности компании для анализа конкурентоспособности маркетинговой деятельности компании.

С учетом изложенного предлагается следующая система показателей.

1. По продукту:

Коэффициент рыночной доли:

$$КРД = \frac{ОП}{ООПР}, \quad (6)$$

где $ОП$ – объем продаж продукта компанией, т;

$ООПР$ – общий объем продаж продукта на рынке, т.

Коэффициент показывает долю, занимаемую компанией на рынке.
Коэффициент предпродажной подготовки:

$$KПП = \frac{ЗПП}{ЗПОП}, \quad (7)$$

где $ЗПП$ – сумма затрат на предпродажную подготовку, грн;

$ЗПОП$ – сумма затрат на производство (приобретение) продукта и организацию его продаж, грн.

Этот показатель характеризует усилие компании к росту конкурентоспособности за счет улучшения предпродажной подготовки. В случае, если продукт не требовал предпродажной подготовки в отчетный период, то принимается, что $KПП = 1$.

Коэффициент изменения объема продаж:

$$КИОП = \frac{ОПКОП}{ОПНОП}, \quad (8)$$

где $ОПКОП$ – объем продаж на конец отчетного периода, т;

$ОПНОП$ – объем продаж на начало отчетного периода, т.

Показывает рост или снижение конкурентоспособности компании за счет роста объема продаж.

2. По цене:

Коэффициент уровня цен:

$$КУЦ = \frac{Ц_{\max} + Ц_{\min}}{2Ц_{уф}}, \quad (9)$$

где $Ц_{\max}$ – максимальная цена товара на рынке, грн;

$Ц_{\min}$ – минимальная цена товара на рынке, грн;

$Ц_{уф}$ – цена товара, установленная компанией, грн.

Показывает рост или снижение конкурентоспособности компании за счет динамики цен на продукт.

3. По доведению продукта до потребителя:

Коэффициент доведения продукта до потребителя:

$$КСб = \frac{КИОП \cdot ЗСБ_{\text{кон}}}{ЗСБ_{\text{нон}}}, \quad (10)$$

где $КИОП$ – коэффициент изменения объема продаж – формула (8);

$ЗСБ_{\text{кон}}$ – сумма затрат на функционирование системы сбыта на конец отчетного периода, грн;

$ЗСБ_{\text{нон}}$ – сумма затрат на функционирование системы сбыта на начало отчетного периода, грн.

Показывает стремление компании к повышению конкурентоспособности за счет улучшения сбытовой деятельности.

4. По продвижению продукта:

Коэффициент рекламной деятельности:

$$K_{рекД} = \frac{КИОП \cdot ЗРД_{кон}}{ЗРД_{нон}}, \quad (11)$$

где $ЗРД_{кон}$ – затраты на рекламную деятельность на конец отчетного периода, грн;

$ЗРД_{нон}$ – затраты на рекламную деятельность на начало отчетного периода, грн.

Характеризует стремление компании к росту конкурентоспособности за счет улучшения рекламной деятельности.

Коэффициент использования персональных продаж:

$$КИПП = \frac{КИОП \cdot ЗПТА_{кон}}{ЗПТА_{нон}}, \quad (12)$$

где $ЗПТА_{кон}$ – сумма затрат на оплату труда торговых агентов на конец отчетного периода, грн;

$ЗПТА_{нон}$ – сумма затрат на оплату труда торговых агентов на начало отчетного периода, грн.

Показывает стремление компании к росту конкурентоспособности за счет роста персональных продаж с привлечением торговых агентов.

Коэффициент использования связей с общественностью:

$$КИСО = \frac{КИОП \cdot ЗР_{кон}}{ЗР_{нон}}, \quad (13)$$

где $ЗР_{кон}$ – затраты на связи с общественностью на конец отчетного периода(грн);

$ЗР_{нон}$ – затраты на связи с общественностью на начало отчетного периода(грн).

Показывает стремление компании к росту конкурентоспособности за счет улучшения связей с общественностью.

Суммируя вышеперечисленные коэффициенты и находя среднеарифметическую величину, определим итоговый показатель конкурентоспособности маркетинговой деятельности для конкретного продукта. Назовем его коэффициентом маркетингового тестирования конкурентоспособности (КМТК).

$$КМТК = \frac{КРД + КПП + КИОП + КУЦ + КСб + K_{РЕКД} + КИПП + КИССО}{L}, \quad (14)$$

где L – общее число показателей в числе.

Следует отметить, что большинство коэффициентов имеют разные величины для разных продуктов. Тогда для расчета конкурентоспособности маркетинговой деятельности компании нужно определить сумму коэффициентов (КМТК) для всех ее продуктов:

$$K_{\Sigma} = \frac{\sum KMTK}{n}, \quad (15)$$

где n – количество продуктов (услуг) компании.

Кроме этого для расчета полной конкурентоспособности компании также нужно учитывать общефинансовые коэффициенты. Для расчета конкурентоспособности компании можно ограничиться оценкой структуры баланса по следующим коэффициентам:

1. Коэффициент текущей ликвидности (КТЛ)

$$КТЛ = \frac{\text{оборотные активы}}{\text{текущие обязательства}}. \quad (16)$$

Коэффициент обеспеченности собственными средствами (КОСС) определяется как отношение разности между объемами источников собственных средств и фактической стоимостью основных средств и прочих внеоборотных активов к фактической стоимости находящихся в наличии у компании оборотных средств в виде производственных запасов, незавершенного производства, готовой продукции, денежных средств, дебиторской задолженности и прочих оборотных активов.

Полная формула расчета конкурентоспособности компании будет следующей:

$$КФ = K_{\Sigma} \cdot КТЛ \cdot КОСС. \quad (17)$$

Полученный результат заносим в матрицу (рисунок 1), которая представляет собой прямоугольник, разбитый на девять квадрантов (секторов), каждый из которых соответствует определенному коэффициенту от -10 до 10 . Сам прямоугольник делится на пять уровней, каждый из которых соответствует определенной группе компаний, различающихся между собой уровнем конкурентоспособности и относящихся к следующим группам участников рынка: лидеры – $(+9,1)–(+10)$; претенденты на роль лидера – $(+7,1)–(+9)$; 3,1–7; последователи – $(+1,1)–(+3)$; 1; занявшие рыночную нишу – $(-0,99)–(-2,9)$; -3 – $(-6,9)$; банкроты – $(-7)–(-9)$; $(-9,1)–(-10)$.

Претенденты +3,1—+7		Лидеры +9,1—+10
Занявшие рыночную нишу -2,9—(-0,99)	+7,1—+9	Последователи +1,1—+3
	1	
Банкроты -10—(-9,1)		Занявшие рыночную нишу -6,9—(-3)
	-9—(-7)	

Рисунок 1 – Матрица групп компаний, конкурирующих на рынке

Выводы. Предложенная методика рекомендуется для сравнительной оценки конкурентных преимуществ угледобывающих предприятий.

Библиографический список

1. **Максимова И.В.** Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия // Маркетинг. – 1996. – № 3. – С. 33—39.
2. **Глухов А.Н.** Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения // Маркетинг. – 1999. – № 2. – С. 56—64.
3. **Голубков Е.П.** Маркетинговые исследования. – М.: Финпресс, 2000. – С. 417—437.

БИЛЬДЕЕНКО Т.Ю., ст.гр. МНС-07-1
Науч. руков.: Шкуренок О.В., ст.преп.
Донецкий государственный университет управления,
г. Донецк

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ

Рассмотрена инвестиционная деятельность в Украине, проанализированы вложения иностранных инвесторов в украинскую экономику; предложены меры по совершенствованию механизмов привлечения иностранных инвестиций.

Актуальность. Украина переживает мировой экономический кризис, вследствие этого ухудшились показатели социально-экономического развития как отдельных регионов, так и всей страны в целом. Для стабилизации сложившейся ситуации необходимо активизировать инвестиционную деятельность, так как это залог роста экономического потенциала и жизненного уровня населения в государстве. Поэтому достаточно актуальны вопросы, связанные с инвестированием, способами и методами его активизации, созданием условий благоприятного инвестиционного климата, привлечением инвестиций и эффективным их использованием.

Цель исследования: анализ вложений иностранных инвесторов в украинскую экономику; совершенствование механизмов привлечения иностранных инвестиций.

Основная часть. В рыночной экономике инвестиционная деятельность является свободной и регулируется общими экономическими законами, но существуют обстоятельства, при которых свободное развитие инвестиционных процессов угрожает экономической безопасности страны. Или когда перед обществом поставлена определенная значимая цель, например структурная перестройка экономики, государство берет на себя функции управления инвестиционными процессами.

Инвестиционная политика государства – это определение структурных и количественных потребностей в инвестиционных ресурсах, увеличение количества источников финансирования, выбор приоритетных направлений и формирование привлекательного предложения для привлечения инвестиций. Для капитала, который поступает в виде инвестиций необходимо создать соответствующие условия: приемлемая инфраструктура, наличие потенциально привлекательных проектов, обеспечение возможности определить четкие перспективы его реализации.

Одной из главных причин кризисного состояния предпринимательства и производства в Украине является дефицит внутренних инвестиций, поскольку он приводит к падению объемов производства, к нетехнологичности и неэкономичности того, что производится, к снижению уровня занятости и даже к остановке предприятий из-за катастрофического уровня износа основных фондов. Но существующая в государстве тенденция привлечения больших объемов иностранных инвестиций не является однозначно положительной. С их помощью возможен подъем ряда видов производств или отдельных отраслей, но никак не экономики в целом [1,2].

По мнению авторов, средства инвесторов представляют собой гарант безопасности и развития любого государства, то есть инвестиционная деятельность является фактором экономической безопасности. А общие показатели инвестиционной безопасности влияют на конкурентоспособность государства и его рейтинг на международном инвестиционном рынке.

Проанализируем инвестиционный рынок Украины на протяжении 2000-2007гг (таблица 1). Данные таблицы 1 позволяют сделать вывод, что за указанные годы объем инвестиций неизменно возрастал, в том числе и объем иностранных инвестиций. Но очень заметно вырос объем банковских кредитов.

Таблица 1 – Динамика объемов инвестиций за 2000 – 2007 годы [4]

Наименование показателя	годы							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Общая сумма инвестиций в фактических ценах, млн.грн.	23629	32573	37178	51011	75714	93096	125254	188468
в том числе:								
средства госбюджета	1210	1749	1863	3570	7945	5077	6846	10458
средства местных бюджетов	975	1332	1365	2095	3544	3915	5446	7324
средства иностранных инвесторов	1400	1413	2068	2807	2695	4688	4583	6660
кредиты банков	391	1400	1985	4196	5735	13740	19406	31182
другие источники	19653	26679	29897	38343	55719	65676	88973	132844

В свою очередь, 2008 год ознаменовался значительным ростом объёмов иностранных инвестиций. Всего было привлечено **26856,6** млн.долл., что в расчёте на одного жителя составляет 576,2 долл. Всего в украинскую экономику инвестировали средства 119 стран мира, причем 83% инвестиций приходится на следующие 10 стран (таблица 2).

Таблица 2 – Основные страны-инвесторы [3]

Страна-инвестор	Объем вложенных средств в млн.долл.	Объем вложенных средств в % от общего количества
Германия	5759,3	21,44
Кипр	4957,6	18,5
Нидерланды	2173,7	8,09
Австрия	2010,5	7,49
Великобритания	1820,0	6,78
США	1421,1	5,29
Российская Федерация	1343,2	5,0
Франция	1025,6	3,82
Виргинские острова (под юрисдикцией Великобритании)	943,2	3,5
Швеция	876,7	3,26

А среди приоритетных областей можно выделить следующие (таблица 3).

Таблица 3 – Приоритетные области инвестирования [3]

Область инвестирования	Объем вложенных средств в млн.долл.	Объем вложенных средств в % от общего количества
Промышленные предприятия	7467,1	27,8
в том числе:		
перерабатывающая промышленность	6316,6	22,85
добывающая промышленность	1017,0	3,77
Финансовые учреждения	4206,7	15,7
Предприятия торговли	2742,3	10,2
Риэлтерские и финансовые услуги	2244,2	8,4

Рассмотрим примеры некоторых инвестиционных проектов.

Швеция планирует реализовать на протяжении 2009–2010 года в Украине инвестиционный проект по производству биогаза. Всего планируется вложить

20 млрд.евро. Украина, в свою очередь, готова реализовывать такие масштабные проекты со Швецией, которая имеет огромный опыт в этом вопросе и следовательно должна стать основным стратегическим партнером для нас.

Еще одним инвестиционным проектом является сотрудничество с Норвегией по производству альтернативной энергии. Предполагается строительство первой украинской теплонасосной станции в Севастополе. Она будет использовать температуру воды Черного моря для производства электроэнергии, которую, в свою очередь, будут применять для обогрева жилья. Эффект заключается в экономии около 32 млн.м³ газа в год. Этот проект также чрезвычайно важен для Украины, так как Норвегия является лидером в новых энергосберегающих технологиях [3].

Для практической реализации этих и других проектов Украина должна создавать благоприятный инвестиционный климат на своей территории. Государство использует различные рычаги для того, чтобы способствовать привлечению иностранного капитала. Важнейшие из них показаны на схеме ниже (рисунок 1).



Рисунок 1 – Механизмы привлечения иностранного капитала [1]

К системе налоговых и таможенных льгот относятся «налоговые каникулы», снижение ставок налогообложения в случае инвестирования в определенные регионы и отрасли, защита от двойного налогообложения, а также освобождение от таможенных сборов на импорт новых машин и оборудования, технологий, либо уменьшение этих сборов. Специальные экономические зоны предполагают еще более развитую систему налоговых и таможенных льгот, а также упрощение административных процедур. Использование финансового механизма предполагает укрепление позиций национальной валюты, её конвертируемость, упрощение пользования банковской системой страны. Центры помощи иностранным бизнесменам должны информировать инвесторов о различных проектах и условиях их осуществления.

Выводы. Приведенные выше примеры, и еще довольно много других подтверждают, что Украина достаточно привлекательна для иностранных инвесторов. И каждый такой проект вносит свою частичку в общий экономический рост и развитие. По мнению авторов, Украине сейчас крайне необходимы иностранные инвестиции, хотя бы потому, что в данный момент страна вообще не имеет возможности осуществлять внутренние. И не смотря на то, что инвестиционная политика в Украине еще далека до совершенства, всё же существуют некоторые положительные тенденции. Правительство, например, для поддержания потока инвестиций приняло законопроект, цель которого - создание благоприятного инвестиционного климата [5]. Он, в частности, предусматривает десятилетние налоговые каникулы для инвесторов.

В принципе, от эффективности инвестиционной политики государства зависит состояние производства, уровень технической оснащенности основных фондов, возможность структурной перестройки экономики, решение социальных и экологических проблем. Таким образом, можно сказать, что инвестиции – будущее нашей страны, а о будущем нужно заботиться заранее, что опять возвращает нас к увеличению эффективности инвестиционной политики.

Библиографический список

1. **Валдайцев С.В., Воробьев П.П.** под ред. Ковалёва В.В. Инвестиции: Учебник-М.: «Прспект». 2005.- 320с.
2. **Марголин А.М., Быстряков А.Я.** Экономическая оценка инвестиций: Учебник-М.: «ЭКМОС», 2001.- 250с.
3. www.utro.ua – сайт новостей.
4. <http://www.ukrstat.gov.ua> – данные Государственного комитета статистики.
5. <http://zakon.rada.gov.ua> – официальный сайт Верховной рады Украины.

БОТАЛОВ И.Е., ст.гр. ЭП–05–1

Науч. руков.: Боталова Н.П., к.э.н., доц.

Донецкий государственный университет управления,
г. Донецк

ИНДЕКСНЫЙ АНАЛИЗ – ИНТЕГРИРУЮЩИЙ КОМПОНЕНТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ ПО ВИДАМ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрена концепция индексного анализа – интегрирующего компонента экономической диагностики эффективности по видам коммерческой деятельности предприятия.

Актуальность. В условиях рыночных изменений особое значение приобретают управленческие решения, связанные с поиском новых подходов к повышению эффективности финансового управления предприятиями. Решение проблемы устойчивого функционирования предприятий требует постоянной корректировки методов финансового управления на основе совершенствования аналитического инструментария в соответствии с действующими в Украине национальными стандартами бухгалтерского учета [1].

Несмотря на значительный интерес к теории и практике диагностики следует отметить, что предложенные методики не охватывают всей совокупности сложных проблем коммерческой деятельности, которые возникают в новых условиях рыночного хозяйства Украины.

В частности, показатели финансовой диагностики исчисляются, как правило, обособлено и в целом по предприятию. В тоже время в условиях становления рынка усиливается потребность количественно выделять в общих результатах роль составных компонентов по видам деятельности.

Цель исследования. В настоящих тезисах материалов исследований проиллюстрирована попытка, в определенной мере восполнить упомянутые пробелы в научной, нормативной и учебной литературе. Предлагается методика комплексной взаимоувязанной финансовой диагностики по видам деятельности предприятия в условиях рынка на базе отчета о финансовых результатах.

Основная часть. Для комплексной взаимоувязанной оценки абсолютных и относительных показателей эффективности по видам коммерческой деятельности выполнен вертикальный и горизонтальный анализ доходов, расходов и прибыли отчета о финансовых результатах за 2005-2006 гг. на примере ОАО «Донецккокс».

Горизонтальный анализ значений по каждой статье отчета о финансовых результатах деятельности предприятия включает расчеты: прироста структуры, %; абсолютного прироста, тыс.грн.; а также - темпа прироста к базисному итогу, %. Кроме того, рассчитывается темп роста по статье, %.

Детально предлагаемая методика вертикального и горизонтального анализа на примере актива и пассива баланса, оборотных активов и текущих обязательств предприятия представлена в статье [2].

Дальнейший более углубленный взаимосвязанный анализ эффективности видов коммерческой деятельности предприятия связан с использованием финансовых коэффициентов. В частности, коэффициенты рентабельности продаж и затрат показывают насколько прибыльным является каждый вид деятельности предприятия.

Первоначально рассчитаны: коэффициент валовой прибыли; коэффициент прочей прибыли от операционной деятельности; коэффициент финансовых результатов от операционной деятельности; коэффициент прибыли от финансовой и инвестиционной деятельности; коэффициент финансовых результатов от обычной деятельности до налогообложения; коэффициент налога на прибыль от обычной деятельности; коэффициент финансовых результатов от обычной деятельности; коэффициент финансовых результатов от чрезвычайной деятельности; коэффициент чистой прибыли.

Анализ операционных издержек, который производился с целью оценки относительной динамики долей различных видов затрат в структуре совокупных расходов предприятия, является дополнением анализа прибыльности продаж.

В выполненных расчетах результативными показателями являются валовая прибыль, операционная прибыль, прибыль от обычной деятельности до и после налогообложения, а также – чистая прибыль.

Поскольку в рассматриваемой документации отсутствуют данные о финансовых результатах чрезвычайной деятельности, то чистая прибыль соответствует по величине прибыли от обычной деятельности. Последний показатель в данном случае является главным результативным признаком, характеризующим итоговые результаты коммерческой деятельности предприятия.

В плане углубленного анализа представляет интерес количественная оценка формирования динамики главного результата под влиянием изменения показателей прибыли и «Дохода (выручки) от реализации продукции (товаров, работ, услуг)», которые выступают в качестве главных влияющих факторов. Подобные задачи решаются индексным методом.

Зависимость объема прибыли от обычной деятельности от влияющих факторов с учетом экономического содержания поставленной задачи может быть представлена

правой частью выражения (код строки указан в соответствии с содержанием формы №2 «Отчета о финансовых результатах»):

$$[c.190] = \frac{[c.050]}{[c.010]} \cdot \frac{[c.100]}{[c.050]} \cdot \frac{[c.170]}{[c.100]} \cdot \frac{c.190}{c.170} \cdot [c.010], \quad (1)$$

где $\frac{[c.050]}{[c.010]}$ – коэффициент валовой прибыли, доли единицы;

$\frac{[c.100]}{[c.050]}, \frac{[c.170]}{[c.100]}, \frac{[c.190]}{[c.170]}$ – показатели соотношений финансовых результатов от

основной, операционной, обычной до и после налогообложения видов деятельности, доли единицы;

[c.010] - «Доход (выручка) от реализации продукции (товаров, работ, услуг)», тыс.грн.

В соответствии с сущностью индексной методологии [3] коэффициент динамики главного результативного показателя раскрывается с помощью полного и взаимосвязанных частных индексов. С учетом изменений в анализируемом периоде каждого показателя – фактора общий прирост главного результативного показателя раскладывается на составляющие компоненты.

Относительное разложение полного прироста главного результативного показателя с помощью исчисления индексов дополняется расчетом абсолютных приростов в целом и под влиянием выделенных факторов индексной системы. Абсолютные приросты исчисляются как разность между числителем и знаменателем соответствующего частного индекса на основе выражений:

– - вследствие изменения коэффициента валовой прибыли, тыс.грн.:

$$\left[\left(\frac{c.050}{c.010} \right)_1 - \left(\frac{c.050}{c.010} \right)_0 \right] \cdot \left(\frac{c.100}{c.050} \right)_1 \cdot \left(\frac{c.170}{c.100} \right)_1 \cdot \left(\frac{c.190}{c.170} \right)_1 \cdot (c.010)_1; \quad (2)$$

– вследствие изменения соотношения операционной и валовой прибыли, тыс.грн.:

$$\left(\frac{c.050}{c.010} \right)_0 \cdot \left[\left(\frac{c.100}{c.050} \right)_1 - \left(\frac{c.100}{c.050} \right)_0 \right] \cdot \left(\frac{c.170}{c.100} \right)_1 \cdot \left(\frac{c.190}{c.170} \right)_1 \cdot \left(\frac{c.190}{c.170} \right)_1 \cdot (c.010)_1; \quad (3)$$

– вследствие изменения соотношения прибыли от обычной деятельности до налогообложения и операционной прибыли, тыс.грн.:

$$\left(\frac{c.050}{c.010} \right)_0 \cdot \left(\frac{c.100}{c.050} \right)_0 \cdot \left[\left(\frac{c.170}{c.100} \right)_1 - \left(\frac{c.170}{c.100} \right)_0 \right] \cdot \left(\frac{c.190}{c.170} \right)_1 \cdot \left(\frac{c.190}{c.170} \right)_1 \cdot (c.010)_1; \quad (4)$$

– вследствие изменения соотношения прибыли от обычной деятельности и прибыли от обычной деятельности до налогообложения, тыс.грн.:

$$\left(\frac{c.050}{c.010}\right)_0 \cdot \left(\frac{c.100}{c.050}\right)_0 \cdot \left(\frac{c.170}{c.100}\right)_0 \left[\left(\frac{c.190}{c.170}\right)_1 - \left(\frac{c.190}{c.170}\right)_0 \right] \cdot c.010_1; \quad (5)$$

- вследствие изменения объема «Дохода (выручки) от реализации продукции (товаров, работ, услуг)», тыс.грн.:

$$\left(\frac{c.050}{c.010}\right)_0 \cdot \left(\frac{c.100}{c.050}\right)_0 \cdot \left(\frac{c.170}{c.100}\right)_0 \cdot \left(\frac{c.190}{c.170}\right)_0 \cdot (c.010_1 - c.010_0). \quad (6)$$

Общий абсолютный прирост главного результативного показателя рассчитывается как алгебраическая сумма результатов вычислений по выражениям (2)–(6). Подстрочный знак 0 в приведенных выше выражениях означает фиксирование показателя на базисном уровне, а 1 – на уровне отчетном.

Величины полученных абсолютных приростов с позиций аналитика являются недостаточно информативными показателями, поэтому они дополняются расчетом темпов прироста. Причем, темпы прироста рассчитываются в процентах к базисному итогу. Такие расчеты показывают, как в формировании итогового темпа прироста к базе вложились составные компоненты (со своим знаком). Результаты расчетов сведены в табл. 1 и 2, где точность производных показателей не выше исходных, в данном случае – объемов показателей прибыли и «Дохода (выручки) от реализации продукции (товаров, работ, услуг)». Число знаков после запятой увеличивается лишь для большего совпадения общих итогов при индексных расчетах.

Таблица 1 – Результаты расчета динамики показателей – факторов знаковой модели

Показатели	Значение показателя		Рост к базе	
	базисное	отчетное	±	%
А	1	2	3	4
Коэффициент валовой прибыли $\frac{[c.050]}{[c.010]}$, доли единицы	0.229651	0.236546	0.006895	103.00
Соотношение операционной прибыли и валовой прибыли $\frac{[c.100]}{[c.050]}$, доли единицы	0.598806	0.340350	- 0.258456	56.84
Соотношение прибыли от обычной деятельности до налогообложения и операционной прибыли $\frac{[c.170]}{[c.100]}$, доли единицы	0.976419	0.828430	- 0.147989	84.84
Соотношение прибыли от обычной деятельности и прибыли от обычной деятельности до налогообложения $\frac{[c.190]}{[c.170]}$, доли единицы	0.514851	0.485242	- 0.029609	94.25
Доход (выручка) от реализации продукции (товаров, работ, услуг), [c.010], тыс.грн.	348 773	193 806	- 154 967	55.57

Таблица 2 – Результаты расчета влияния изменения факторов на динамику «Финансовых результатов от обычной деятельности»

Показатели - факторы	Прирост прибыли от обычной деятельности	
	абсолютный (\pm), тыс. грн.	в процентах к базисному итогу
A	1	2
Коэффициент валовой прибыли $\frac{[c.050]}{[c.010]}$, доли единицы	183.0560	0.7592
Соотношение операционной прибыли и валовой прибыли $\frac{[c.100]}{[c.050]}$, доли единицы	- 4 269.9154	- 19.2025
Соотношение прибыли от обычной деятельности до налогообложения и операционной прибыли $\frac{[c.170]}{[c.100]}$, доли единицы	- 1 916.2236	- 7.9475
Соотношение прибыли от обычной деятельности и прибыли от обычной деятельности до налогообложения $\frac{[c.190]}{[c.170]}$, доли единицы	- 754.9022	- 3.1309
«Доход (выручка) от реализации продукции (товаров, работ, услуг)» [c.010], тыс.грн.	- 10 713.0096	- 44.4320

Выводы. Предложенная методика комплексной, взаимоувязанной финансовой диагностики доходов (выручки), расходов и прибыли по видам деятельности предприятия может быть использована в управленческой деятельности менеджеров всех уровней для разработки стратегии управления предприятиями различных отраслей народного хозяйства.

Широкое использование в учебном процессе методологии финансовой диагностики по данным бухгалтерской, финансовой, плановой и нормативной отчетности, базирующейся на действующих в Украине стандартах, играет большую воспитательную роль в формировании глубоко профессионального, объективного мышления будущих менеджеров отечественных предприятий.

Дальнейшая работа в исследуемом направлении должна быть сосредоточена на разработке системной, комплексной методики экономической диагностики, охватывающей все стороны коммерческой деятельности предприятий в условиях рынка с учетом их отраслевой специфики.

Библиографический список

1. Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку. Нормативна база. Нова редакція. – Х.: Курсор, 2007. – 282 с.
2. Боталова Н.П., Боталов И.Е. Совершенствование методики финансовой диагностики имущества и обязательств предприятия в условиях рынка // Менеджер: Вісник ДонДУУ. – 2008. – №1 (43). – С. 166 – 175.
3. Боталова Н.П. Комплексный анализ показателей рентабельности в современных национальных стандартах бухгалтерского учета Украины // Менеджер: Вісник ДонДАУ. – 2002. – №3 (19). – С. 62 – 73.

ВОРОНКОВА И.В., ВЕРЕТЕННИКОВА Т.Е., ст. гр. ЭНМ - 05
Науч. руков.: Портнова Г.А., ст. преп.
Донецкий национальный технический университет,
г. Донецк

РУКОВОДСТВО: ВЛАСТЬ И ЛИЧНОЕ ВЛИЯНИЕ

Рассмотрено сущность и классификация власти, сущность каждого вида власти, применяемость формы власти в зависимости от ситуации.

Актуальность. Группа и неформальные организации могут оказывать сильное влияние на поведение отдельного человека и на эффективность организации. Руководитель должен направлять усилие группы и личности на выполнение общих задач.

Цель исследования. Для того чтобы сделать свое лидерство и влияние эффективными, руководитель должен решить для себя проблему выбора типа власти и пути ее развития. Власть – это возможность влиять на поведение других, а влияние – это «любое поведение одного индивида, которое вносит изменения в поведение, отношения, ощущения и т.п. другого индивида». Влияние одного лица на другое, может быть самым разнообразным: от просьбы до угрозы увольнения с работы.

Основная часть. Власть руководителя в полном объеме может вызвать у подчиненных такую реакцию, при которой они захотят продемонстрировать собственную власть, и руководитель должен это осознавать. Поэтому эффективный руководитель старается поддерживать разумный баланс власти: достаточной для обеспечения достижения целей, но не вызывающей у подчиненных чувства обездоленности и отсюда непокорности.

Власть может принимать разнообразные формы, существует классификация, согласно которой имеется пять основных форм власти:

1. Власть, основанная на принуждении – власть через страх. Исполнитель верит, что влияющий имеет возможность наказывать таким образом, который помешает удовлетворению какой-то насущной потребности или сделать какие-то неприятности (намек на увольнение, лишение каких-то полномочий, понижение в должности и т. п.).

2. Власть, основанная на вознаграждении. Исполнитель верит, что влияющий имеет возможность удовлетворить насущную потребность или доставить удовольствие. Обещание вознаграждения – один из самых старых и самых эффективных способов влияния на других людей. Данная власть будет действенна при условии, что руководитель сможет правильно определить то, что в глазах исполнителя является вознаграждением, и предложить ему его.

3. Экспертная власть. Исполнитель представляет, что влияющий обладает особым экспертным знанием в отношении данного проекта или проблемы. Исполнитель принимает на веру ценность знаний руководителя. Руководители обычно добиваются этого типа власти благодаря своим видимым достижениям.

4. Эталонная власть (власть примера, харизма). Вот, что люди ассоциируют с динамичными лидерами. Исполнитель отождествляет себя с руководителем или испытывает к нему сильную симпатию и слепо верит в его способности. Некоторые характеристики харизматических личностей: обмен энергией, внушительная внешность, независимость характера, хорошие риторические способности, восприятие восхищения своей личностью, достойная и уверенная манера держаться.

5. Законная власть. Исполнитель верит, что влияющий имеет право отдавать приказания и что его долг – подчиняться им. Законную власть часто называют традиционной властью. Руководитель пользуется традицией, чтобы удовлетворить

потребность исполнителя в защищенности и принадлежности. Традиционная или законная власть, влияет через привитые культурой ценности.

Вывод. Таким образом, для решения проблемы хорошему руководителю необходимо научиться использовать все способы влияния. В идеале этот человек должен быть харизматической личностью, но при этом экспертом в своей деятельности. Его руководство должно осуществляться по принципу «кнута и пряника», т. к. чрезмерное использование одного из данных видов власти может либо расслабить, распустить коллектив, либо приведет к страху на рабочих местах, что скажется на производительности труда и качестве продукции.

Библиографический список

1. Бондарь Н.П., Васюкин О.В. и др. Эффективное управление фирмой: современная теория и практика. – СПб: Бизнес-пресса, 1999
2. В. Кнорринг. «Искусство управления», М. «БЕК», 1997 г.
3. Под общей ред. Г.Л. Хаета. Корпоративная культура: аспекты управления. – Донецк: Донбасс, 2003.

КУЖЕЛЕВ А.В., ст.гр. ТЭС – 06

Науч. руков.: Илющенко В.И., к.т.н., доц.

Донецкий национальный технический университет,
г. Донецк

КОМБИНИРОВАНИЕ ВЫРАБОТКИ ТЕПЛОВОЙ И ЭЛЕКТРИЧЕСКОЙ ЭНЕРГИИ В СИСТЕМАХ ТЕПЛОСНАБЖЕНИЯ

Рассмотрена экологическая проблема предприятий Украины, разработана система теплоснабжения, в которой используется экологически чистое топливо – водород. Сделан сравнительный расчет с использованием различных схем теплоснабжения.

Актуальность. В Украине сложилась сложная экологическая ситуация, прежде всего это связано с ростом промышленности. Рассматривая отрасль энергетику, в которой для отопительных нужд применяют органические виды топлив, при сжигании которых выделяются вредные для природы и организма человека соединения, предлагаю использовать водород в теплоснабжении и таким образом стабилизировать уровень загрязнения окружающей среды.

Цель работы: показать эффективность схемы теплоснабжения при использовании водорода и сравнить ее используя теоретический расчет, с другими схемами теплоснабжения, используемые повседневно.

Основная часть. Предлагаю рассмотреть принципиальную схему теплоснабжения, работающую в трех режимах:

- ночью – отопление и накопление водорода и кислорода;
- днем – работа электрохимического генератора (ЭХГ) с ионным котлом, в ходе чего может аккумулироваться электроэнергия;
- днем – работа котельной установки (КУ) на водороде.

Рассмотрим элементный состав (рисунок 1): 1,2 – компрессоры для сжатия водорода и кислорода; 4 – сетевой насос; 3, 5, 6 – центральные насосы; 7, ТО1, ТО2 – теплообменники; 8 – водоподогреватель; П – переключатель подачи напряжения; ЭХГ – электрохимический генератор; АЭ – аккумулятор энергии; КУ – котельная установка; БА – бак аккумулятор; ионный котел (работает в режиме электролизера); хранилище O_2 и H_2 .

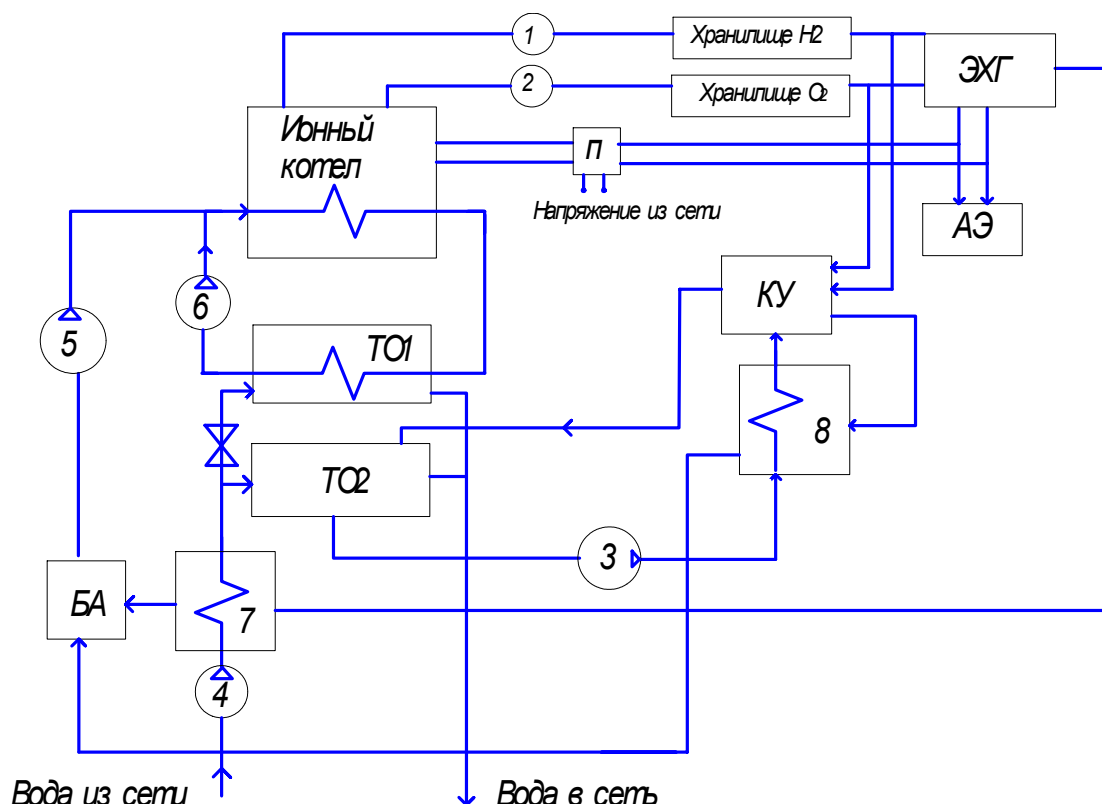


Рисунок 1 – Схема теплоснабжения

Описание режимов работы данной семы теплоснабжения:

Ночной режим. Так как ночью себестоимость электроэнергии составляет около 14 коп. за кВт/час, то подавая сетевое напряжение на ионный котел (в данной схеме он работает как электролизер), он одновременно вырабатывает водород и кислород, которые сжимают с помощью компрессоров 1, 2 и накапливаются в хранилищах. Кроме этого вода поступающая из сети, сетевым насосом 4 подаётся в ТО1, а оттуда в ионный котел насосом 6 где нагревается до рабочей температуры и воду обратно пускают в сеть. С целью уменьшить потери тепла, за ионным котлом располагается ТО1. Таким образом, осуществляется замкнутый цикл подогрева воды с минимальными потерями энергии, что приводит к минимальному расходу тепла и нагреву воды до необходимой температуры. По располагаемой стоимости за кВт/час определим стоимость 1 ГДж тепла в ночное время: 14 коп. – 3,6 МДж тепла, поэтому 1 ГДж тепла будет составлять примерно 38,88 грн. в час

Дневной режим. За счет накопленного количества в хранилищах водорода и кислорода запускаем электрохимический генератор (ЭХГ), энергии которого достаточно, чтоб зарядить аккумулятор электроэнергии (АЭ) и подать энергию в теплообменник 7 тем самым нагревая сетевую воду, подаваемую сетевым насосом 4, до рабочих параметров и снова возвращая ее в сеть. Также нагретая в теплообменнике 7 вода может отбираться в бак аккумулятор БА и с помощью насоса 5 питают ионный котел (эта вода может расходоваться на выработку кислорода и водорода). Для продолжительности этого процесса энергию вырабатываемую ЭХГ подают на ионный котел, таким образом, цикл замыкается.

Зная дневной тариф электроэнергии 72 коп. за кВт/час определим стоимость 1 ГДж энергии по формуле:

$$C = N_m \cdot K_m \cdot T \text{ (кВт/час)} \quad (1)$$

Подставляя в формулу числа для расчета 1 ГДж получим:

$$C = 0,0036 \cdot 0,95 \cdot 3600 \cdot 72 = 886 \text{ грн/сутки.}$$

Дневной режим (котельная). Кроме ионного котла данная схема имеет котельную установку, работающую на водороде. При его сжигании выделяется теплота которая идёт на теплообменник *ТО2* в котором сетевая вода нагревается до необходимых параметров. Помимо этого перед КУ, располагают подогреватель δ , который греет воду до поступления ее в котельную установку за счет продуктов сгорания. Эта же подогретая в теплообменнике δ вода накапливается в *БА*, которая непосредственно идет на ионный котел. Теплообменник *ТО1* и *ТО2* работают попеременно их включение осуществляется за счет вентиля (см.рисунок 1).

Рассчитаем стоимость 1 ГДж тепла полученного при работе этого режима: по формуле:

$$C = N_m \cdot K_m \cdot T \text{ (кВт/час)} \quad (2)$$

Подставляя значения имеем $C = 1654,18$ грн.

Выводы. В данной работе была рассмотрена экологическая проблема предприятий, а именно использование в теплоснабжениях сжигание органического топлива, которое влечет существенное загрязнение природной среды. Поэтому в данной работе предложено использование экологически чистого топлива – водорода в теплосетях, что позволяет достичь практически тех же результатов (температурный и тепловой режим практически одинаков при работе схем на различных режимах). По теоретическим расчетам видно, что сжигание водорода в котельной установки достаточно, дорогостоящий процесс (третий режим). Наиболее эффективно применять подогрев воды за счет ионного котла работающего в режиме электролизера, совместно с электрохимическим генератором, который питает ионный котел электроэнергией. Предлагаю, использовать данный режим в теплосетях, так как считаю его самым оптимальным вариантом, при использовании водорода и кислорода

Библиографический список

1. Якименко Л.М. Электролиз воды // 1970.- С. 13 – 90.
2. Технологическая инструкция по эксплуатации электролизера СЭУ – 20

КАЛАШНИКОВА Д.С., КРИВИЙ Ю.В., ст.гр. ЭНМ–05

Науч. рук.: Портнова Г.А., ст. преп.

Донецкий национальный технический университет,
г. Донецк

УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ КОНФЛИКТАМИ

Проанализировано толкование термина «конфликт», рассмотрены методы управления конфликтами, приведена модель управления конфликтными ситуациями.

Актуальность. Современная наука об управлении признает, что конфликт является неотъемлемой частью жизнедеятельности организации. Работающие люди различны между собой. Соответственно они по-разному воспринимают ситуацию, в которой они оказываются. Поэтому умение управлять конфликтами входит в перечень функций современного менеджера.

Цель исследования: проанализировать сущность конфликта, рассмотреть методы управления конфликтной ситуацией, разработать этапы управления конфликтом.

Основная часть. Даже при наличии соответствующих знаний и навыков успех в этой сфере может быть достигнут только в том случае, если есть необходимые инструменты управления: методы, конкретные методики, технологии, позволяющие не только сократить негативные последствия конфликта, но и по возможности сделать его полезным для организации. вопрос управления конфликтом остается открытым, т.к. существует ряд проблем, ограничивающих возможности создание мероприятий управления конфликтом, хотя разработка такого рода технологий может формироваться менеджерами разного уровня и разных сфер деятельности. Однако, это как правило, ограничивается разрешением и предупреждением конфликтов, что является лишь частью технологий управления.

Таблица 1 – Толкование термина «конфликт» в различной литературе

Термин	Содержание	Автор
Конфликт	Сознательное поведение одной из сторон (личность, группа или организации в целом) вступает в противоречия с интересами других сторон.	Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. Учебник.
Конфликт	Неизбежное и закономерное явление, представляющее собой оборотные стороны сотрудничества, особый тип взаимодействия.	Решетникова К.В. Научное издание «Социология управления», 2008г.
Конфликт	Особый вид взаимодействия субъектов организаций (оппонентов), при котором действие одной стороны, столкнувшись с противодействием другой, делает невозможным реализации ее целей и интересов.	Зайцева О.А., Радугин А.А. Основы менеджмента: Учебное пособие для вузов
Конфликт	Враждебные взаимодействия, когда одна сторона пытается воспрепятствовать целям или намерениям другой.	Дафт Р.Л. Менеджмент, 2001г.
Конфликт	Отсутствие согласия между двумя или более сторонами, которые могут быть конкретными лицами или группами.	Мескон М.Х., Альберт М. Основы менеджмента: пер. с англ. 2002г.

Для решения организационных конфликтов широко используется так называемые структурные методы управления конфликтом внутри организации. Они направлены на снижение интенсивности конфликта. В группу этих методов входят:

- Методы, связанные с использованием руководителем своего положения в организации (приказ, распоряжение, директива и т.п.);
- Методы, связанные с «разведением» частей организации участника конфликта («разведение» их по ресурсам, целям, средствам и т.д.) или снижением их взаимозависимости (дифференциация и автономизация подразделений);
- Методы, связанные с созданием определенного «задела» в работе взаимозависимых подразделений (запас материалов и комплектующих);
- Методы, связанные с введением специального интеграционного механизма для конфликтующих подразделений (общий заместитель, куратор или координатор и т. п.);
- Методы, связанные со слиянием разных подразделений и неделением их общей задачей (например, объединение отдела труда заработной платы и отдела кадров в отдел развития персонала, призванный заниматься развитием каждого отдельного работника в плане его роста, а не только расчетно-учетными функциями).

В литературе описано много методов управления конфликтом на всех этапах его

развития. менеджерами разрабатываются модели для управления конфликтами на организации. Одна из них представлена на рисунке 1.

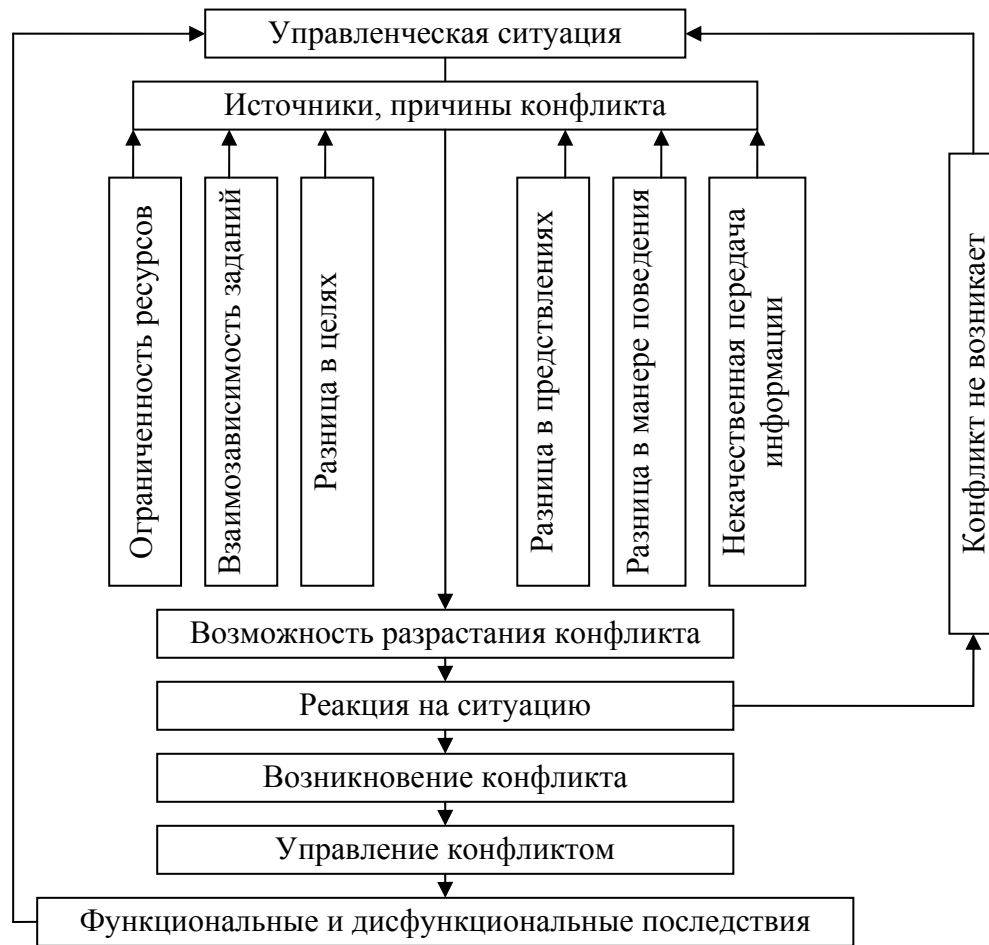


Рисунок 1 - Модель управления конфликтной ситуацией

Вместе с тем проблема классификации методов управления организационными конфликтами носит не только теоретический характер. Ее важность определяется в многом тем, что решение будет способствовать развитию сферы управления конфликтами в сторону технологизации этого процесса.

Выводы. Пока практически нет технологий, которые бы связывали процесс диагностики, выявляющий основные структурные и процессуальные характеристики конфликтов, с выбором методов управления, позволяющих наиболее эффективно и с минимальными деструктивными последствиями для организации их решать. Практическое значение этой деятельности формирует научнообоснованное управление конфликтами в организации.

Библиографический список

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. Учебник. -3-е издание – М.: Гардарики, 2001 – 528с.
2. Шелда А.В. Менеджмент: підручник. – К: Знання, 2004 – 687с.
3. Осовська Г.В. Основы менеджмента: навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів – К: «Кондор», 2003 - 556с.

РОМАНЕНКО А.В., ст.гр. ЭФ04

Науч.руков.: Сорокина Л.В., к.е.н., доц., Дорохов В.В., к.е.н., доц.,
Донецкий национальный технический университет,
г. Донецк

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ НА ЗАО «МАШЗАВОД»

Рассмотрено направление совершенствования механизма использования финансовых ресурсов с применением симплекс-метода линейного программирования.

Актуальность В современных условиях проблема эффективного использования финансовых ресурсов является весьма актуальной, так как постоянный дефицит как централизованных, так и децентрализованных финансовых ресурсов приводит к нарушениям нормального функционирования предприятий, организаций, отраслей.

Понятие эффективного использования финансовых ресурсов, как и любых других видов ресурсов (материальных, трудовых, природных) включает в себя сопоставление количества и качества израсходованных ресурсов с количественным и качественным выражением достигнутых результатов.

Однако не всегда результат хозяйственной деятельности зависит только от эффективного использования финансовых ресурсов. Так, оптимально распределив и использовав финансовые ресурсы предприятие может нести убытки в результате снижения трудовой дисциплины, нарушения технологии производства, перерасхода материалов, сырья и других причин.

На практике в управлении распределением финансовых ресурсов предприятия обычно опираются на интуицию, финансовое образование экономистов, чей-то авторитет или на предыдущий опыт. И лишь незначительный процент руководителей способен учитывать использование и распределение финансовых ресурсов предприятия с применением математических методов.

В силу этого представляется актуальным теоретическое исследование проблемы использования финансовых ресурсов предприятия и обоснованный выбор математического метода для ее совершенствования.

Цель исследования. повышение эффективности использования финансовых ресурсов предприятия путём использования выбранного математического метода.

Идеей работы является использование симплекс-метода линейного программирования для эффективного использования финансовых ресурсов предприятия.

Основная часть. ЗАО «Машзавод» занимается производством газовых отопительных аппаратов. Предприятием выпускается 30 типов отопительных аппаратов с использованием для этого ресурсов, виды и нормы расходов, а также уровень получаемой от их реализации прибыли.

Рассмотрим четыре вида продукции, которые приносят наибольшую прибыль: АОГВ-7,4, АКГВ-7,4, FORTE D 11,5, FORTE 11,5. Сбыт любого количества продукции обеспечен. Необходимо получить вариант оптимального плана производства по критерию максимизации прибыли.

Исходные данные предоставлены в таблице 1.

Первоначально составляется математическую модель задачи.

Пусть x_1, x_2, x_3, x_4 – соответственно количество видов продукции, которую производит предприятие.

По смыслу задачи эти переменные неотрицательны.

Таблица 1 – Исходные данные

Виды сырья	Затраты сырья на единицу продукции, грн.				Запасы сырья, тыс.грн
	АОГВ-7,4	АКГВ-7,4	FORTE D 11,5	FORTE 11,5	
1. Сырьё и основные материалы	167,81	221,95	203,66	133,87	6550
2. Покупные комплектующие изделия	285,04	285,04	310,20	310,20	10720
3. Вспомогательные материалы	31,33	31,63	16,88	16,49	580
4. Топливо и энергия на технологические цели	16,20	16,20	20,22	15,68	105
5. Транспортно-заготовительные расходы	12,01	13,36	13,16	11,42	300
6. Специальные расходы на инструмент	1,54	3,53	2,82	2,82	34
Прибыль	29,72	33,63	33,78	29,08	

Тогда $F(x_1, x_2, x_3, x_4)$ – совокупная прибыль от продажи произведенной продукции, которую требуется максимизировать.

Пришли к задаче линейного программирования. Требуется найти максимальное значение функции:

$$F(x) = 29,72x_1 + 33,63x_2 + 33,78x_3 + 29,08x_4 \longrightarrow \max,$$

при ограничениях:

$$\begin{cases} 167,81x_1 + 221,95x_2 + 203,66x_3 + 133,87x_4 \leq 655000; \\ 285,04x_1 + 285,04x_2 + 310,2x_3 + 310,2x_4 \leq 10720000; \\ 31,33x_1 + 31,63x_2 + 16,88x_3 + 16,49x_4 \leq 580000; \\ 16,2x_1 + 16,2x_2 + 20,22x_3 + 15,68x_4 \leq 105000; \\ 12,01x_1 + 13,36x_2 + 13,16x_3 + 11,42x_4 \leq 300000; \\ 1,54x_1 + 3,53x_2 + 2,82x_3 + 2,82x_4 \leq 34000; \\ x_1 \geq 0, x_2 \geq 0, x_3 \geq 0, x_4 \geq 0, \end{cases} \quad (1)$$

Затем задачу приведем к каноническому виду, вводя дополнительные неотрицательные переменные $x_5, x_6, x_7, x_8, x_9, x_{10}$, обращающие неравенства (1) в равенства для приведения задачи к каноническому виду:

$$F(x) = 29,72x_1 + 33,63x_2 + 33,78x_3 + 29,08x_4 + 0x_5 + 0x_6 + 0x_7 + 0x_8 + 0x_9 + 0x_{10} \longrightarrow \max,$$

при ограничениях:

$$\begin{cases} 167,81x_1 + 221,95x_2 + 203,66x_3 + 133,87x_4 + x_5 \leq 655000; \\ 285,04x_1 + 285,04x_2 + 310,2x_3 + 310,2x_4 + x_6 \leq 10720000; \\ 31,33x_1 + 31,63x_2 + 16,88x_3 + 16,49x_4 + x_7 \leq 580000; \\ 16,2x_1 + 16,2x_2 + 20,22x_3 + 15,68x_4 + x_8 \leq 105000; \\ 12,01x_1 + 13,36x_2 + 13,16x_3 + 11,42x_4 + x_9 \leq 300000; \\ 1,54x_1 + 3,53x_2 + 2,82x_3 + 2,82x_4 + x_{10} \leq 34000; \\ x_1 \geq 0, x_2 \geq 0, x_3 \geq 0, x_4 \geq 0, x_5 \geq 0, x_6 \geq 0, x_7 \geq 0, x_8 \geq 0, x_9 \geq 0, x_{10} \geq 0, \end{cases} \quad (2)$$

Экономический смысл дополнительных переменных $x_5 - x_{10}$ - количество неизрасходованного сырья каждого вида.

Задачу решим симплекс-методом в виде симплекс-таблиц. Выбираем базисными переменными $x_5, x_6, x_7, x_8, x_9, x_{10}$. Симплекс-таблица представлена в таблице 2.

На первом шаге ищем в F – строке наибольший по модулю коэффициент. Выбираем столбец x_3 (коэффициент 33,78) – разрешающий столбец. Затем выбирается разрешающая строка, т.е. переменная, которая выйдет из базиса на следующей итерации симплекс-метода. Она выбирается по наименьшему отношению столбца "Решение" к соответствующим положительным элементам разрешающего столбца – в начальной итерации это строка x_8 (коэффициент 5192,88).

Таблица 2 – Итерация 0

Базисные переменные	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7	x_8	x_9	x_{10}	Значение базисных переменных	Решение
x_5	167,81	221,95	203,66	133,87	1	0	0	0	0	0	6550000	32162,11
x_6	285,04	285,04	310,20	310,20	0	1	0	0	0	0	10720000	34558,18
x_7	31,33	31,63	16,88	16,49	0	0	1	0	0	0	580000	34352,75
x_8	16,20	16,20	20,22	15,68	0	0	0	1	0	0	105000	5192,88
x_9	12,01	13,36	13,16	11,42	0	0	0	0	1	0	300000	22792,24
x_{10}	1,54	3,53	2,82	2,82	0	0	0	0	0	1	34000	12060,81
F	29,72	33,63	33,78	29,08	0	0	0	0	0	0	-	-

Разрешающий элемент – находится на пересечении разрешающего столбца и разрешающей строки (выделен темным цветом) – равен 20,22. Следовательно, на следующей итерации симплекс-метода переменная x_3 заменит в базисе x_8 .

Третий шаг – заполним следующую таблицу 3 «Итерация 1». Её мы получим из таблицы 2 «Итерация 0». Цель дальнейших преобразований - превратить разрешающий столбец x_3 в единичный (с единицей вместо разрешающего элемента и нулями вместо остальных элементов).

1. Вычисление строки x_3 таблицы 3 "Итерация 1". Сначала делим все члены разрешающей строки x_8 таблицы 2 "Итерация 0" на разрешающий элемент (он равен 20,22 в данном случае) этой таблицы, получим строку x_3 в таблице 3 «Итерации 1». Строку x_3 таблицы 3 "Итерации 1" мы получили (0,8; 0,8; 1; 0,78; 0; 0; 0; 0,05; 0; 0), остальные строки таблицы 3 "Итерация 1" будут получены из этой строки и строк таблицы 2 "Итерация 0" следующим образом:

Таблица 3 – Итерация 1

Базисные переменные	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7	x_8	x_9	x_{10}	Значение базисных переменных	Решение
x_5	4,64	58,79	0	-24,06	1	0	0	-10,07	0	0	5492440,08	93427,25
x_6	36,51	36,51	0	69,65	0	1	0	-15,34	0	0	9109161,23	249497,21
x_7	17,80	18,10	0	3,40	0	0	1	-0,83	0	0	492325,22	27200,18
x_3	0,8	0,8	1	0,78	0	0	0	0,05	0	0	5192,88	6481,48
x_9	1,46	2,81	0	1,21	0	0	0	-0,65	1	0	231649,38	82370,54
x_{10}	-0,72	1,27	0	0,63	0	0	0	-0,14	0	1	19361,02	15283,67
F	2,66	6,57	0	2,89	0	0	0	-1,67	0	0	-175407,74	26703,12

2 Вычисление F -строки таблицы 3 "Итерация 1". На месте 33,78 в первой строке (F -строке) в столбце x_3 таблицы 2 "Итерация 0" должен быть 0 в первой строке таблицы "Итерация 1". Для этого все элементы строки x_3 таблицы 3 "Итерация 1" (0,8; 0,8; 1; 0,78; 0; 0; 0; 0,05; 0; 0) умножим на -33,78, и сложим эту строку с первой строкой (F -строкой) таблицы "Итерация 0" (29,72; 33,63; 33,78; 29,08; 0; 0; 0; 0; 0; 0), получим (2,66; 6,57; 0; 2,89; 0; 0; 0; -1,67; 0; 0; -175407,74). В столбце x_3 появился ноль 0, цель достигнута. Элементы разрешающего столбца x_3 выделены жёлтым цветом.

Вычисление строк x_6, x_7, x_9, x_{10} проводится аналогично.

3 Вычисление строки x_5 таблицы 3 "Итерация 1". На месте 203,66 в x_3 строке таблицы 2 "Итерация 0" должен быть 0 в таблице 3 "Итерация 1". Для этого все элементы строки x_3 таблицы 3 "Итерация 1" (0,8; 0,8; 1; 0,78; 0; 0; 0; 0,05; 0; 0), умножим на -203,66 и сложим эту строку с x_3 - строкой таблицы 2 "Итерация 0" (167,81; 221,95; 203,66; 133,87; 1; 0; 0; 0; 0; 0), получим строку (4,64; 58,79; 0; -24,06; 1; 0; 0; -10,07; 0; 0). В столбце x_3 получен необходимый 0.

Повторяем до тех пор, пока в F -строке есть положительные элементы.

Таблица 4 – Итерация 2

Базисные переменные	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7	x_8	x_9	x_{10}	Значение базисных переменных
x_5	-54,15	0	-73,38	-80,96	1	0	0	-13,70	0	0	5111404,06
x_6	0,00	0	-45,57	34,31	0	1	0	-17,60	0	0	8872521,87
x_7	-0,30	0	-22,59	-14,12	0	0	1	-1,95	0	0	375009,94
x_2	1,00	1	1,25	0,97	0	0	0	0,06	0	0	6481,48
x_9	-1,35	0	-3,51	-1,51	0	0	0	-0,82	1	0	213421,61
x_{10}	-1,98	0	-1,58	-0,59	0	0	0	-0,22	0	1	11150,42
F	-3,91	0	-8,20	-3,47	0	0	0	-2,08	0	0	-217983,35

Наконец, во второй итерации нашли оптимальный план с максимальной прибылью $F_{max} = -F_{min}$:

$\bar{x} = (0; 6481,48; 0; 0; 5111404,06; 8872521,87; 375009,94; 0; 213421,61; 11150,42)$ – оптимальный план.

Таким образом, следует выпускать 6481,48 единиц продукции типа АКГВ-7,4, при котором максимальная прибыль будет равна 217983,35 грн.

В F -строке оптимального плана в столбцах дополнительных переменных, а именно $x_8 = 2,08$, говорит о дефицитности сырья. Так как $2,08 > 0$, то согласно второй теореме двойственности сырьё 4-го типа полностью используется в оптимальном плане и является дефицитным сырьём.

Кроме того, значения двойственных оценок показывают, насколько возрастает доход предприятия при увеличении дефицитного сырья на единицу (на 2,08).

Данная задача была также решена с помощью программы Simplex, которая решает задачи линейного программирования симплекс-методом.

Выводы. Применение данного метода позволяет оптимизировать выбор наиболее эффективной стратегии ассортиментной программы позволяющей получать максимальную прибыль, которая для ЗАО «Машзавод» составит 217 983,35 грн.

Библиографический список

1. Орлов А.И. Теория принятия решений. Учебное пособие. - М.: Издательство "Март", 2004. - 656 с.
2. Поддерёгин А.М. Финансы предприятий: Учебное пособие. – К.: КНЭУ, 2006. – 552с.

ЗАСОБА А.В, ст.гр. ЕПР–07
Наук. керів.: Лизунова О.М., ас.
Красноармійський індустріальний інститут ДонНТУ,
м. Красноармійськ

ОСОБЛИВОСТІ БАНКІВСЬКИХ КРЕДИТНИХ РИЗИКІВ

Рассмотрены особенности кредитных рисков, особенности их оценки в других странах, а также предложения по снижению их уровня.

Актуальність. Підвищений рівень ризиковості кредитних операцій є причиною погіршення ліквідності банку, зменшення прибутковості та невиконання своїх зобов'язань перед клієнтами, наслідком чого є банкрутство, втрата коштів вкладників, порушення системи організації безготівкових розрахунків. Актуальність проблеми зумовлена необхідністю аналізу та управління кредитними ризиками для забезпечення фінансової стійкості, платоспроможності та ліквідності банківської установи. Тому вирішення проблеми зменшення ризиковості кредитних операцій, їх мінімізації є завдання не тільки працівників того чи іншого банку, а і держави в особі Національного банку України.

Мета дослідження: аналіз основних видів ризиків, що виникають при наданні банківських кредитів, виявлення основних недоліків існуючої системи кредитування, розробка пропозицій, які необхідно вжити для вирішення завдань з усунення цих недоліків.

Основна частина. У міжнародній банківській практиці процес управління ризиками розглядається як ключовий напрямок банківського аналізу. Значна увага приділяється вивченню ризикових сфер і основних видів ризиків, пошуку ефективних методів контролю, оцінювання та моніторингу ризиків, а також створенню відповідних систем управління.

Для вітчизняного банківського сектору актуальним є використання в процесі організації кредитної діяльності провідних методів діагностики кредитного ризику на основі світового досвіду його оцінки.

В умовах досить могутнього впливу негативних зовнішніх і внутрішніх факторів лише обмежена кількість банків розробляє свою ризикову стратегію управління кредитними ризиками з обов'язковою наявністю концептуальної складової. Система управління ризиками на сучасному етапі повинна постійно вдосконалюватися і спрямовуватися не лише на виконання вимог та рекомендацій Національного банку України, зовнішніх аудиторів, міжнародних рейтингових агентств, Базельського комітету з банківського нагляду, а і на прийняття упереджувальних заходів по запобіганню втрати банком активів, доходів, капіталу, платоспроможності, ліквідності, а також на відповідальне ставлення до коштів клієнтів та гарантоване виконання усіх зобов'язань перед клієнтами Банку. Управління ризиками повинно включати систему лімітів і обмежень, систему інформаційно-аналітичної підтримки, систему ціноутворення по активних і пасивних операціях, методологічне забезпечення. Управління ризиками має здійснюватися на консолідованій основі.

Сучасні концептуальні питання управління кредитними ризиками повинні розглядатися тільки через призму стратегічного управління, при якому ризикові кредитні стратегії являють собою домінуючий, атрибутивний елемент системи банківських стратегій. Конкуренція стратегій повинна нівелюватися за допомогою їхньої координації, що забезпечує найбільшу ефективність стратегічного управління банку взагалі і кредитними ризиками зокрема.

Система управління ризиками повинна мати такі основні рівні:

- Спостережна Рада, що представлена Комітетом з ризик-менеджменту, якому делеговані права й обов'язки щодо проведення політики управління ризиками та контролю за її виконанням;

- Правління банку, що частково делегує свої функції відповідним профільним колегіальним виконавчим органам Банку - постійно діючим комітетам, затверджені відповідні положення та персональний склад цих комітетів;

- управління ризиками - постійно діючий підрозділ банку, до основних завдань якого відноситься: ідентифікація, вимір, оцінка, контроль, моніторинг та аналіз банківських ризиків, визначення причин їх виникнення та надання пропозицій щодо їх мінімізації; удосконалення існуючих методів управління ризиків з урахуванням законодавчих та нормативних актів, зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на діяльність банку;

- філії – на керівників філій покладена відповідальність за якісне управління ризиками в підпорядкованих їм установах банку в межах визначених Правлінням банку повноважень та установлених для них індивідуальних лімітів [1].

Для ефективного управління кредитним ризиком в банку необхідно створити Кредитний комітет по кредитуванню юридичних осіб та фізичних осіб, а також відповідну нормативну базу з цього питання (кредитну політику, положення про кредитування, процедури з кредитування, методику оцінки фінансового стану позичальників - контрагентів, процедуру та технологічні карти, інші положення та методики, порядки, стандарти, тощо). З метою управління індивідуальним кредитним ризиком структурні підрозділи Банку мають здійснювати аналіз кожного кредитного/інвестиційного проекту та надавати відповідні висновки кредитним комітетам банку.

Для мінімізації індивідуального кредитного ризику необхідно встановлювати індивідуальні ліміти щодо обсягів здійснення активних операцій, зокрема - граничні обсяги заборгованості за кредитами на одного позичальника. З метою диверсифікації фінансових ризиків при здійсненні активних операцій банком, мінімізації кредитних ризиків необхідно затвердити оптимальний перелік страхових випадків, які підлягають страхуванню в акредитованих банком страхових компаніях.

Найголовнішим методом захисту від кредитних ризиків, визначення необхідного обсягу позики та можливих шляхів повернення заборгованості банку є аналіз та оцінка кредитоспроможності клієнта, його фінансового стану, прогнозування ризику неповернення кредиту [2].

У світовій банківській практиці використовуються два підходи до виявлення та оцінки ризиків кредитування, які можуть використовуватись разом або відокремлено:

- суб'єктивна (логічна) оцінка експертів або кредитних інспекторів;
- автоматизовані системи скорингу.

Суб'єктивна (експертна) оцінка характеризує ступінь переваги одних показників над іншими. На підставі наявної інформації спеціаліст банку намагається скласти “узагальнений портрет” потенційного позичальника та порівняти його зі “стандартними образами” позичальників, які асоціюються із різним рівнем ризику. Суб'єктивна оцінка, як правило, доповнюється системою моніторингу, який розкриває кредитну історію потенційних клієнтів. Перш за все, шляхом використання інформації, яка отримується від кредитних бюро.

Другий підхід є більш розповсюдженим у світовій банківській практиці та отримав назву “скоринг”. Традиційно скорингом вважають математичну або статистичну модель, за допомогою якої на підставі кредитної історії “минулих” клієнтів, банк намагається визначити, наскільки велика вірогідність того, що окремий потенційний позичальник поверне кредит у обумовлений строк [3].

Оптимізація ризиків роздрібних портфелів банку може забезпечуватися завдяки використанню спеціальних механізмів визначення окремих параметрів кредитної операції залежно від індивідуальних ознак кредиту, характеристик позичальника та забезпечення, а саме:

- визначення максимальної суми кредиту;
- встановлення ціни на кредит, яка забезпечує банку необхідний рівень дохідності та дозволяє компенсувати кредитні ризики;
- встановлення вимог до термінів та умов надання і погашення кредитів;
- встановлення вимог до забезпечення за кредитами.
- формування резервів під кредитні ризики;
- встановлення портфельних лімітів (обмежень) та інше [4, с.78-82].

Важливими передумовами для налагодження ефективної системи адміністрування кредитного портфеля є впровадження спеціальних процедур щодо розгляду та супроводження кредитів, а також автоматизація процесу збору, накопичення та аналізу інформації про стан та динаміку кредитного портфеля.

Склад вхідної інформації, що може використовуватись під час виявлення та оцінки кредитних ризиків на портфельному рівні, може містити наступні дані: загальну інформацію про позичальників та їх фінансовий стан; інформацію про стан обслуговування позичальниками зобов'язань; інформацію про забезпечення за операціями; інформацію про стан показників зовнішнього середовища, які можуть впливати на якість роздрібного кредитного портфеля; інформацію Національного банку України та інших державних та недержавних установ; іншу необхідну інформацію, в т.ч. інформацію про операції, які не входять до складу роздрібного портфеля банку.

З метою підвищення конкурентоздатності кредитні підрозділи банків повинні розробляти методики оцінки кредитного ризику одного або групи позичальників, описують індивідуальні умови кредитування для кожного клієнта.

Оскільки кредитна політика є одним з найважливіших стратегічних документів, прямо пов'язаних з управлінням кредитними ризиками, то йому повинна приділятися найпильніша увага з боку керівництва банку і працівників, що безпосередньо знаходяться в орбіті дії кредитних ризиків.

Висновки. В основі стратегічного управління кредитними ризиками лежить стратегічне планування, механізм ув'язування тактичних і стратегічних рішень, інтегрований усеосяжний контроль за ходом реалізації цих рішень і можливість їхнього своєчасного корегування. Мінімізувати кредитний ризик банку можливо лише на основі комплексного багатофакторного аналізу кредитоспроможності клієнтів банку, що дозволить створити надійну базу даних для оцінки ризику конкретного позичальника.

Бібліографічний список

1. **Берегова Г.І., Лабецька Л.М.** Методи аналізу кредитного ризику та побудова моделі оцінки кредитоспроможності позичальника // Регіональна економіка.- 2005.- №4.- С.113-123.
2. **Голуб В.М.** Кредитні ризики комерційних банків та методи їх управління // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. Т. 5.- Суми: Мрія ЛТД, 2002.- 288 с.
3. **Ковальов О.П.** Концептуальні питання банківського ризик-менеджменту // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. Т.17: Збірник наукових праць: Наукове видання.- Суми: УАБС НБУ, 2006.- 380 с.
4. **Ковальов О.П.** Кредитні ризики в системі банківських ризиків // Формування ринкових відносин в Україні.- 2006.- № 1.- С.78-82 .

ЖУК О.В., ст.гр.ЕПР-07
Наук. керів.: Лизунова О.М., ас.
Красноармійський індустріальний інститут ДонНТУ,
м. Красноармійськ

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ТА ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ДЕБІТОРСЬКОЇ І КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТЕЙ

Рассмотрены основные недостатки существующей системы учета и анализа дебиторской задолженности, предложены методы, которые необходимо принять для решения заданий по устранению этих недостатков.

Актуальність. Серед пріоритетних напрямків розробки стратегії діяльності підприємств в умовах сучасної кризи є фінансове оздоровлення, подолання затяжної і глибокої кризи неплатежів. Фінансова незалежність та участь вітчизняних господарюючих суб'єктів у міжнародних економічних відносинах зумовлюють необхідність безперервного забезпечення виробничого циклу оборотними засобами. Розвиток принципово нового підходу до проблем платіжно-розрахункових відносин між суб'єктами ринку зумовлює необхідність досліджувати похідну уповільнення даних відносин – заборгованість. Стан розрахунків з дебіторами на вітчизняних підприємствах є напруженим, що виявляється у значних сумах заборгованості і тривалих термінах її погашення. Надання економічним суб'єктам повної господарської самостійності у виборі ринків збуту продукції, постачальників і підрядників, у пошуку джерел фінансування змушує особливу увагу приділяти розрахункам з різними контрагентами. Тому, облік дебіторської і кредиторської заборгованості є дуже актуальним питанням на сучасному етапі розвитку економічних відносин.

Мета дослідження: Аналіз дебіторської і кредиторської заборгованості, виявлення основних недоліків існуючої системи обліку та аналізу заборгованості, розробка пропозицій, які необхідно вжити для вирішення завдань з усунення цих недоліків.

Основна частина. Як свідчать проведені фахівцями з обліку та аналізу теоретичні та практичні дослідження, питанням організації обліку та контролю дебіторської та кредиторської заборгованості приділялася недостатня увага, внаслідок чого ускладнено дотримання основних методичних принципів ведення обліку, спотворюється інформація про фінансовий стан підприємства, стан розрахунків, знижується ефективність прийняття управлінських рішень.

Багатоаспектність проблеми зумовлена складністю і різноманітністю суб'єктів та об'єктів розрахунково-платіжних відносин, що впливає на суперечливий характер нормативних документів, а також на рівень розробок окремих теоретичних і практичних аспектів методології бухгалтерського обліку та аналізу дебіторської і кредиторської заборгованостей. Серед основних недоліків існуючої системи обліку та аналізу дебіторської і кредиторської заборгованостей можна виділити такі [1]:

а) для прийняття зацікавленими особами адекватних та вчасних рішень щодо існуючої політики управління в процесі антикризового регулювання фінансово-господарського стану істотне значення мають актуальність і якість інформації про стан розрахунків з дебіторами, що формується на базі даних бухгалтерського обліку конкретних суб'єктів господарювання. Однак форма бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості, яку рекомендували нормативно, не враховує специфіки даного активу, що зумовлює наявність різних ознак його класифікації і велику кількість методів оцінювання. Крім того, облікові реєстри що рекомендовані для використання, не передбачають накопичення інформації про розрахунки з дебіторами різного рівня

деталізації і узагальнення. Це зумовлює неможливість отримання інформації про дебіторську заборгованість в обсязі і вигляді, достатньому для проведення аналізу розрахунків з дебіторами зокрема і заборгованості загалом з метою прогнозування ймовірності настання платіжної кризи суб'єктів господарювання, складання рекомендацій щодо її попередження;

б) невирішені проблеми відображення в обліку довгострокової дебіторської і кредиторської заборгованостей, оцінки поточної дебіторської і кредиторської заборгованостей за продукцію, товари, роботи та послуги;

в) застосовувати в наших умовах традиційні за кордоном методики аналізу заборгованості не завжди доцільно через відсутність необхідного обсягу вірогідної і доступної інформації щодо розрахунків з дебіторами.

Крім того, загальна криза неплатежів, характерна для сучасної української економіки, змушує сумніватися в об'єктивності, своєчасності і корисності отриманих результатів аналізу. Використання вітчизняних методик не дає змоги однозначно оцінити стан дебіторської заборгованості, а також ступінь його впливу на фінансово-господарський стан підприємств. Зазначені проблеми вказують на необхідність пошуку специфічних засобів аналізу дебіторської та кредиторської заборгованостей, спрямованих на отримання інформації комплексного характеру, достатньої для прийняття рішень щодо глибини кризи неплатежів аналізованого суб'єкту.

Для розв'язання цих питань, я вважаю, необхідно вирішити такі задачі:

- дослідити економічну сутність та умови виникнення дебіторської і кредиторської заборгованостей в сучасних умовах господарювання, доповнити її класифікацію та обґрунтувати критерії визначення;
- визначити теоретичні і практичні аспекти удосконалення існуючої методики бухгалтерського обліку заборгованості та її рефінансування;
- розробити методичні рекомендації з удосконалення бухгалтерського обліку простроченої та безнадійної заборгованості;
- проаналізувати сучасний стан дебіторської і кредиторської заборгованостей промислових підприємств та розробити рекомендації щодо покращення їх фінансового стану;
- розробити рекомендації з впровадження автоматизованої системи бухгалтерського обліку розрахунків з дебіторами і кредиторами[2].

Теоретичною і методологічною основою для вивчення цих питань якнайдокладніше повинні бути економічна теорія дебіторської та кредиторської заборгованостей, законодавчі та нормативні акти, що регламентують платіжно-розрахункові відносини суб'єктів господарювання, методичний та інструктивний матеріали з бухгалтерського обліку, звітності та аналізу, праці вітчизняних і зарубіжних вчених та фахівців із теорії і практики бухгалтерського обліку і аналізу дебіторської та кредиторської заборгованостей в умовах антикризового регулювання фінансово-господарського стану, статистичні дані.

Разом з тим, вивчення наукових праць та практика господарської діяльності свідчать про те, що деякі з теоретичних положень відносно трактування розрахунків, заборгованості та зобов'язань є дискусійними, а ряд важливих аспектів їхньої організації, оцінки та методики обліку потребують удосконалення.

В умовах формування і становлення нових соціально-економічних відносин актуальним є створення ефективного внутрішнього аудиту та вдосконалення його структури. Останнім часом в Україні приділяється особлива увага вдосконаленню організації внутрішньогосподарського контролю, про що свідчить велика кількість статей в періодичних виданнях. Питанням внутрішнього аудиту приділено набагато менше уваги і майже не розглядаються проблеми внутрішнього аудиту операцій з

кредиторською та дебіторською заборгованостями.

Як показали дослідження, навіть на великих підприємствах майже відсутні спеціальні служби внутрішнього аудиту, які б дали змогу запропонувати комплекс заходів, направлених на створення, постійне впорядкування та удосконалення системи внутрішнього аудиту з метою забезпечення інформацією керівництва про стан розрахунків для прийняття управлінських рішень та складання звітності. При створенні цієї служби слід враховувати: економічну ефективність від її діяльності, способи відшкодування витрат на аудит; величину підприємства і його фінансові можливості. В посадових інструкціях внутрішніх аудиторів повинні бути чітко визначені їх функціональні обов'язки, а внутрішнім аудиторам повинні бути надані можливості доступу до будь-якої необхідної їм інформації [3].

У процесі планування внутрішнього аудиту важливим етапом є розробка програми проведення перевірки операцій з обліку дебіторської та кредиторської заборгованостей, що визначає характер, терміни і обсяги запланованих прийомів і способів аудиту. Також доцільною є розробка класифікатору можливих порушень і помилок, ймовірність виникнення яких на конкретному підприємстві є значною [4]. Зазначу, що програма може бути значно деталізована відповідно до кожного виду дебіторської та кредиторської заборгованості.

При проведенні перевірки в умовах комп'ютерної обробки даних аудитор повинен з'ясовувати питання про технічне, програмне і математичне забезпечення комп'ютерів, а також системи обробки інформації. Аудитор повинен визначити, як впливають на організацію та проведення аудиту використання системи комп'ютерної обробки даних у господарюючого суб'єкта. При застосуванні підприємством системи комп'ютерної обробки даних аудитор повинен узгодити з керівником можливість залучення незалежного експерта з метою вивчення комп'ютерної системи підприємства, а також способів перевірки з використанням системи комп'ютерної обробки даних.

Висновки. Сучасні умови діяльності підприємств потребують вироблення стратегії післякризового розвитку виробництва, спрямованої на забезпечення глибоких якісних зрушень у системі економічних відносин. Користувачам фінансової звітності необхідно мати можливість визначати величини і типи дебіторської та кредиторської заборгованостей із фінансових звітів. Перевірка фінансових звітів незалежними аудитором є достатнім для того, щоб користувачі були впевнені у тому, що всі зобов'язання та розрахунки з дебіторами належним чином визначені, оцінені та включені до фінансових звітів відповідно до вимог чинного законодавства

Бібліографічний список

1. **Кузнецова С.А.** Учет и анализ дебиторской задолженности в условиях антикризисного регулирования состояния предприятий. – Тернополь: Тернопольская академия народного хозяйства, 2002. – 268 с.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку №10 «Дебіторська заборгованість»: Затв. наказом Міністерства фінансів України від 08.10.1999 р. №237
3. **Сурнина К.С.** Усовершенствование учета дебиторской и кредиторской задолженности промышленных предприятий. – Луганск: Восточноукраинский нац. ун-т им. В.Даля. – 320с.
4. **Велш Глен А., Щорт Деніел Г.** Основи фінансового обліку: Пер. з англ. О.Мінін, О.Ткач. – К.: Основи, 1999. – 943 с.

ДМИТРУСЬ А.В., ст.гр. МО-58
 Наук. керів.: Шило К.М., ас.
 Бердянський університет менеджменту і бізнесу,
 м. Бердянськ

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Рассмотрено и проанализировано формирование системы управления маркетинговой деятельности на ЗАО «Бердянский завод подъемно-транспортного оборудования».

Актуальність. Поділ праці і взаємодія територіально відокремлених суб'єктів господарювання в процесі розвитку людського суспільства визначили появу та розвиток взаємовигідного обміну предметами чи послугами. Потреба в балансуванні такого обміну породила спочатку нескладні емпіричні прийоми підвищення ефективності операцій купівлі-продажу, потім більш складні, логічно обґрунтовані. Прискорення суспільного розвитку за рахунок зародження великого машинного виробництва зумовило необхідність принципових змін вимог до укладення угод між діловими партнерами.

На сьогоднішній день слід розглядати будь-яку організацію як відкриту систему, яка знаходиться у постійному взаємозв'язку з навколишнім середовищем. Тому існує необхідність відстежувати й приймати до уваги усі зовнішні інструменти і методи, які з'являються на службі у маркетологів, є відповіддю на зміни на ринку та в суспільстві в цілому. Без аналізу змін, що здійснилися й моніторингу загальної ситуації неможливо реалізувати перспективні проекти та визначити стратегію розвитку підприємства. Інколи прорахунок в деталях, не облік ментальних особливостей потенційного споживача призводить до того, що бездоганний продукт не набирає очікуваних обсягів споживання на ринку.

Для підтримки маркетингової діяльності на Україні діють такі закони: Закон України «Про антимонопольний комітет України» (1992р.); Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (1996р.); Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (1994р.); Закон України «Про природні монополії» (2000р.); Закон України «Про лізинг» (1997р.); Закон України «Про рекламу» (1996р.); Закон України «Про захист прав споживача» (1991р.); Декрет Кабінету міністрів України «Про стандартизацію й сертифікацію» (1993р.); Указ Президента України «Про заходь щодо підвищення якості вітчизняної продукції» (2001р.); Указ Президента України «Про реформування системи матеріально-технічного забезпечення народного господарства» (1994р.).

Отже, необхідність використання маркетингу в умовах ринкової економіки є безсумнівною і надалі буде тільки зростати. На більшості вітчизняних підприємств створено маркетингові служби, проте констатувати ефективність їх діяльності ще не можна, оскільки під сумнівом їх професійність.

Теоретичні концепції, методи, розробки науково-прикладних рекомендацій із проблем аналізу маркетингової діяльності на підприємстві викладені в працях Р.Акоффа, І. Ансоффа, В.М. Гейця, О.П. Градова, В.М. Тринькової, М.Г. Гузя, П.В.Друкера, М.І. Іванова, Ф. Котлера, І.І. Кретьова, Т. Пітерса, В.А. Ткаченка, М.Г.Чумаченка, В.Є. Хруцького тощо.

Мета дослідження: виконання аналізу маркетингової діяльності та одержання кількісної оцінки стану маркетингової діяльності на ВАТ «БЗПТО».

Основна частина. Розвиток маркетингу в Україні можливий за умови розуміння тенденцій та чинників розвитку цієї функції управління. Його доцільно розглядати як інтегративну функцію управління, яка ставить за мету перетворити потреби покупця у

доходи виробника. Тобто маркетинг є такою функцією управління, що спрямовує і формує, оскільки досить чітко скеровує та видозмінює всі інші функції в напрямі задоволення потреб споживачів, забезпечує взаємозв'язок мікросередовища організації із зовнішнім середовищем.

У «Великому економічному словнику» за редакцією А.Б. Борисова зазначено: «Маркетинг – це комплексна система організації виробництва і збуту продукції, орієнтована на задоволення потреб споживачів і отримання прибутку на основі дослідження і прогнозування ринку». У цьому визначенні розкрито спрямованість маркетингу на пристосування виробництва до вимог ринку. [1]

Подібно, але ширше це поняття розкрито С.В. Мочерним та М.В. Довбенко: «Маркетинг – це система організації й управління діяльністю фірми, всебічне вивчення ринку й потреб споживачів та формування і обґрунтування на цій основі рекомендацій щодо розроблення (конструювання) нових видів товарів». [2]

Основна мета маркетингового аналізу – вивчення попиту на продукцію і формування портфеля замовлень. Від портфеля замовлень залежать виробничі потужності підприємства і ступінь використання їх у процесі подальшої діяльності. Якщо попит на продукцію падає з якихось причин, то відповідно зменшується портфель замовлень, відбувається спад виробництва, зростає собівартість продукції, збільшуються збитки і підприємство може стати банкрутом. Тому аналіз попиту на профільну продукцію підприємства має велике значення. Це один із найважливіших і найвідповідальніших етапів дослідження ринку.

Попит еластичний, якщо величина цих коефіцієнтів більша від одиниці, і нееластичний, якщо їх величина менша від одиниці. При значенні коефіцієнта еластичності, що дорівнює нулю, попит абсолютно нееластичний: ніяка зміна ціни не тягне за собою зміни попиту на продукцію. Якщо коефіцієнт еластичності дорівнює одиниці (одинична еластичність), то це означає, що темпи зростання попиту дорівнюють темпам зниження ціни. Попит буває ще абсолютно еластичним, коли при незмінній ціні або її зростання попит на продукцію збільшується до межі можливостей покупця, що частіше за все буває в умовах інфляції. [3]

Здійснимо аналіз маркетингової діяльності на прикладі ВАТ «БЗПТО». Основні види продукції: кранові вантажозахоплювачі для штучних вантажів; ланцюги якорні та круглокільцові зварювальні; засоби кріплення вантажу(такелаж); засоби механізації судноремонтних робіт; протектори для захисту від корозії та інші.

За даними таблиці 1 визначемо коефіцієнти цінової еластичності за виробом.

Таблиця 1– Еластичність попиту на продукцію

Ціна, тис. грн.	Обсяг попиту , тис. грн.	Ціни, тис. грн.	Темпи зростання, Обсяг попиту, %	Коефіцієнт еластичнос ті попиту, %	Величина, виручки, тис. грн.	Величина, витрат, тис. грн.	Величина прибутку, тис. грн.
6,00	3000	-	-	-	1800	13250	4750
6,25	2850	+4,16	-5,00	1,20	17812	12837	4975
6,50	2700	+4,00	-7,00	1,75	17550	12425	5121
7,00	2400	+7,70	-11,10	1,42	16800	11600	5100
7,50	2150	+7,14	-10,40	1,45	16125	10912	5213
7,80	2050	+4,00	-4,65	1,16	15990	10638	5325
8,00	1950	+2,56	-4,87	1,90	15600	10360	5240
8,20	1870	+2,50	-4,10	1,64	15334	10142	5192

Джерело: складено автором на основі даних ВАТ «БЗПТО».

Порівнявши одержані результати, не важко помітити, що темпи зниження попиту значно випереджають темпи приросту цін. Тому можна зробити висновок про відносну еластичність попиту на ту чи іншу продукцію, хоча в умовах інфляції еластичність попиту знижується, оскільки виникає психологічна адаптація до зростання цін. Підприємство ВАТ «БЗПТО» обрало варіант ціни 7800 грн., хоча попит при такій ціні і виручці нижчий, ніж при ціні 6000 грн. Але тому, що метою цього підприємства є не завоювання ринків збуту, а одержання максимуму прибутку, то цей варіант ціни вигідніший, бо він дає змогу одержати більшу суму прибутку, ніж за іншими варіантами.

Наведені данні показують, що у підприємства є можливості збільшити обсяг виробництва продукції цього виду і завоювати більший ринок збуту за рахунок деякого зниження цін на продукцію.

Вивчення попиту тісно пов'язане з оцінюванням ризику незатребуваності продукції, який виникає внаслідок відмови споживачів купувати її. Він визначається величиною можливих матеріальних і моральних втрат підприємства. Кожне підприємство має знати величину втрат, якщо яка-небудь частина продукції виявиться нереалізованою. Щоб уникнути наслідків ризику незатребуваності продукції, необхідно вивчити фактори його виникнення з метою пошуку шляхів недопущення чи мінімізації втрат. [4]

Внутрішні причини:

1. неправильний прогноз попиту на продукцію, який склали службовці підприємства;
2. неправильна цінова політика на ринках збуту;
3. неефективна організація процесу збуту і реклами продукції.

Зовнішні причини:

1. неплатоспроможність покупців; підвищення процентних ставок на вклади;
2. демографічні;
3. соціально-економічні;
4. політичні та інші.

Щоб оцінити ризик незатребуваності продукції, треба проаналізувати забезпеченість виробництва продукції договорами на поставку (таблиця 2)

Таблиця 2 – Аналіз забезпеченості плану виробництва продукції договорами на поставку

Вид продукції	Обсяг поставки за укладеними договорами	Залишок готової продукції на початок року	План виробництва продукції на рік	Забезпеченість випуску продукції договорами, %
A	4800	150	5760	81,2
B	5300	110	5600	92,8
C	3200	60	2743	114,0
D	2600	40	1920	132,6

Джерело: складено автором на основі даних ВАТ «БЗПТО».

де А – це кранові вантажозахоплювачі для штучних вантажів,
 В - ланцюги якірні,
 С - засоби механізації судноремонтних робіт,
 D - засоби кріплення вантажу(такелаж).

Як видно з таблиці 2, план випуску продукції С і D було повністю забезпечено договорами на поставку продукції. Запланований випуск продукції А і В було

забезпечено договорами на поставку відповідно на 81,2 і 92,8%. У результаті цього підприємству довелося переглянути структуру виробництва, зменшити частку продукції перших двох видів видів і збільшити частку продукції С і D. У зв'язку з цим ми можемо зробити висновок, що підприємство активно реагує на кон'юнктуру ринку, на зміни попиту.

За даними Мельниченко Л.Н., можна виділити чотири типи категорії товарів [5]:

- «зірки» - дають основний прибуток підприємству і сприяють економічному зростанню;
- «дійні корови» - переживають період зрілості, незначною мірою сприяють економічному зростанню, не потребують інвестицій, дають прибуток, який використовують на фінансування «важких дітей»;
- «важкі діти» - це, як правило, нові товари, що потребують реклами, просування на ринок і поки що не дають прибутку, однак у майбутньому можуть стати «зірками»;
- «мертвий вантаж» або «невдахи» - нежиттєздатні, не сприяють економічному зростанню, не дають прибутку.

На аналізованому підприємстві «зірками» у цей час є вироби С і D, що дають найбільший прибуток і мають високий рівень доходності. До «дійних корів» належать вироби А і В. Їхня рентабельність нижча, але вони дають достатньо високий прибуток і виробництво їх ще вигідне для підприємства. Та оскільки виріб А перебуває на четвертій стадії життєвого циклу на ринку і намітився на спад виробництва, то його слід поступово замінити новим, здатним принести підприємству в майбутньому прибуток «нової зірки».

Висновки. Маркетингове управління діяльністю підприємства – це процес аналізу, розробки та втілення в життя засобів, які розраховані на встановлення, зміцнення і підтримку вигідних обмінів з покупцями для досягнення головної мети підприємства – отримання прибутку, зростання обсягів збуту, збільшення частки ринку тощо. Результати аналізу мають допомогти керівництву підприємства розробити асортимент товарів відповідно до його стратегії і вимог ринкової кон'юнктури. На аналізованому підприємстві ВАТ «БЗПТО» планують скоротити виробництво товару А і значно збільшити виробництво товарів С і D.

Отже, запропонована методика оцінки стану маркетингу дала змогу виконати аналіз та одержати кількісну оцінку стану маркетингової діяльності підприємства, що у свою чергу, зумовлює вибір підприємства за цією характеристикою. Запропонована методика оцінка стану маркетингу може бути використана в управлінні власне маркетинговою діяльністю підприємства, в оцінці інвестиційної привабливості.

Бібліографічний список

1. **Борисов А. Б.** Большой экономический словарь / А. Б. Борисов, – 2-е изд. – М.: Книжный мир, 2006. – 376 с.
2. **Мочерний С. В.** Економічна теорія / С.В. Мочерний, М.В. Довженко. – К.: Академія, 2004. - 369 с.
3. **Котлер Ф.** Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер. – М.: АСТ, 2001 – 101 с.
4. **Котлер Ф.** Основы маркетинга. / Ф. Котлер; [пер. с англ.]. – М.: Ростинтэр, 1996. – 704 с.
5. **Мельниченко Л. Н.** Эволюция маркетингового управления / Л.Н. Мельниченко // Маркетинг в России и зарубежом. – 1999. – №5. – С.49–55.

ТЕЛЕГИНА А.Ю., ст.гр. МО-08 Б
 Науч.руков.: Забарина Д.А., асс.
 Донецкий национальный университет экономики и торговли
 имени Михаила Туган-Барановского,
 г. Донецк

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИТ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрены преимущества использования информационных технологий, а именно «Интернет» в маркетинге, а также выявлены недостатки и моральные аспекты при использовании ИТ.

Актуальность. Процессы развития глобальных информационно-коммуникационных технологий очень динамичны в настоящее время, а их возможности для общества и экономики еще только начинают масштабно использоваться. Использование Интернет-технологий в маркетинге может принести реальную экономию и прибыль. Это связано с большими выгодами и удобствами, которые получают как потребители, так и фирмы. В надвигающейся глобальной компьютеризации, наступление которой планируется на ближайшее будущее, роль маркетинга в Интернет заметно вырастет. Этим и обуславливается актуальность темы, выбранной автором.

Цель исследования: теоретическое обоснование и анализ необходимости использования Интернет-технологий в маркетинговой деятельности предприятий.

Основная часть. Почему онлайн-сервисы приобрели такую популярность в последнее время? Во-первых, есть пять основных преимуществ, которые они дают потенциальным покупателям:

1. Удобство. Потребители могут заказывать товары 24 часа в сутки вне зависимости от того, где они находятся. Им не нужно тратить время, застревать в пробках на дорогах, не нужно искать место для парковки и ходить по бесконечным проходам магазинов в поисках нужного товара. Не приходится, наконец, просто объезжать множество магазинов.

2. Информация. Покупатели могут найти большое количество сравнительных данных о компаниях, продуктах и конкурентах, не покидая при этом своего дома или офиса. Они могут сфокусировать свое внимание на таких объективных критериях, как цена, качество, срок службы и наличие в продаже.

3. Меньше переживаний. При использовании онлайн-сервисов покупателям не приходится общаться лицом к лицу с продавцом, подвергаться воздействию убеждающих и эмоциональных факторов.

4. Быстрее. Пользователи Интернета могут очень быстро оформить заказ продукции и ждать доставку товара или услуги на дом.

5. Конфиденциальность. Через Интернет можно совершать покупки инкогнито. Особенно это важно для богатых и известных людей, не желающих афишировать свои покупки.

Во-вторых, онлайн-сервисы дают определенные преимущества и маркетологам:

1. Быстрое приспособление к рыночным условиям. Маркетологи могут быстро добавлять продукцию в свой ассортимент, менять цены и описания товаров.

2. Меньшие затраты. Интернет реклама намного дешевле рекламы в традиционных СМИ.

3. Построение взаимоотношений. Маркетологи могут анализировать ответы своих покупателей, получая о них дополнительную информацию, могут пересылать на

компьютеры клиентов полезные советы, бесплатные демо-версии своих компьютерных программ, рекламные материалы.

4. Охват аудитории. Можно подсчитать, сколько человек посетили сайт компании, сколько из них остановились на определенном месте этого узла. Эта информация помогает маркетологам улучшать свои предложения и рекламу.

В-третьих, существуют ощутимые преимущества, которые получают предприятия:

1. Расширение рынка. Фирма ставит себе цель освоение новых сегментов рынка.

2. Привлечение внимания. Фирма стремится стать более доступной для своих потребителей и увеличить долю завоёванного внимания потребителей.

3. Повышение уровня реагирования. Фирма желает увеличить реакцию на запросы потребителей.

4. Новые услуги. Фирма хочет с помощью Интернета предложить клиентам новые услуги.

5. Снижение расходов. Фирма рассчитывает снизить расходы на производство и продажу товаров и услуг, путём снижения транзакционных издержек.

Как правило, отношения между представителями компаний и покупателями являются взаимовыгодными. Но порой все оказывается по-другому. В одних случаях покупатели оказываются раздражены, в других кто-то ведет себя нечестно, иногда случаются мошенничество и обман, возникают проблемы в вопросах вторжения в личную жизнь людей:

1. Раздражение. Многие считают все возрастающее число навязчивых предложений от различных компаний в Интернет, некой помехой, неудобством. Особенно недовольство вызывают раздающиеся во время обеда или поздно вечером телефонные звонки, проверяющие достоверность заказа, плохо обученный персонал, различие в заявленном и реальном ассортименте товаров.

2. Нечестность. Некоторые продавцы пользуются доверчивостью некоторых покупателей. Особенно этим грешат Интернет - магазины. В них прекрасно поставлены демонстрации, предлагаются огромные скидки, пожизненные гарантии и необыкновенная простота покупки - все это для того, чтобы заманить покупателей, не способных сопротивляться желанию купить.

3. Обман и мошенничество. Некоторые продавцы намеренно создают в Интернете рекламные объявления, что вводят покупателей в заблуждение. Часто преувеличиваются достоинства продукта, его работоспособность или "розничная цена". Некоторые некоммерческие организации притворяются, что проводят научные исследования, а на самом деле собирают информацию о целевых потребителях.

4. Вторжение в личную жизнь. Пожалуй, это один из самых трудно-разрешимых аспектов, особенно в прямом маркетинге. Похоже, что всякий раз, когда покупатель заказывает товары по почте или по телефону, делает запрос на предоставление бесплатной информации о фирмах, заводит кредитную карточку или подписывается на какое либо издание, его имя, адрес и характер совершаемой покупки заносятся в уже имеющуюся в компаниях базу данных. Обычно потребители от этого только выигрывают, так как им чаще будут предлагать именно тот товар, в котором они наиболее заинтересованы. Однако маркетологам не всегда удается провести четкую границу между своим желанием охватить тщательно определенную целевую аудиторию и правом на личную жизнь потребителей. Многие критики опасаются, что компаниям станет известно слишком многое о покупателях, и что они могут воспользоваться этими знаниями в корыстных целях. Могут ли компании составлять и продавать списки имен своих клиентов? Ведь это люди, которые из-за своего

покупательского характера считаются целью номер один в маркетинге.

Маркетологи пытаются найти решение этих проблем. Если оставить все как есть, то вскоре отношение покупателей может стать крайне негативным, и власти будут вынуждены ввести ограничения на деятельность в Интернет.

Выводы. Таким образом, с развитием технологий доступа в Интернет, возрастёт потребность в этих технологиях. Наверняка новые возможности Интернет будут использованы фирмами, маркетологами и, конечно, потребителями в качестве дешевого доступа к целому ряду высококачественных и надёжных услуг. В эти услуги должны входить традиционные Интернет–услуги, например финансовый менеджмент, закупочная деятельность, маркетинг, и данных, так и принципиально новые цифровые услуги, в частности обслуживании совместной деятельности партнёров по бизнесу. Ожидается, что эти услуги дадут фирмам и маркетологам ряд преимуществ, например увеличат время присутствия товаров и услуг компании на рынке, снизят затраты и облегчат адаптацию к изменению ситуации на рынке.

Библиографический список

1. **Беленов О. Н., Стадниченко Л. И.** Поведение потребителей: Учебное пособие. - Воронеж: Издательство Воронежского Государственного Университета, 2001. - 224 с.
2. **Белобродский А. А.** Организация интернет - торговли. Материалы Межрегиональной научно–практической конференции “Электронный бизнес: опыт и перспективы”.-Воронеж: Издательство Воронежского Государственного Университета., 2002. – 98 с.
3. **Гарнаев А. Ю.** Excel, VBA, Internet в экономике и финансах. – Санкт-Петербург: BHV, 2002. – 816 с.
4. **Дубровина Д. А., Середа А. Ю.** Увеличение посещаемости интернет - проекта // Материалы Межрегиональной научно–практической конференции “Электронный бизнес: опыт и перспективы”. - Воронеж: Издательство Воронежского Государственного Университета, 2002. – 98с.
5. **Дэниел Эймор.** Электронный бизнес: эволюция и/или революция. – М.: Издательский дом “Вильямс”, 2001. - 752 с.
6. **Котлер Ф.** Основы маркетинга. - Санкт - Петербург: АО "КОРУНА", АОЗТ "Литера плюс", 1994. - 699 с.

ИВАНОВА Т.А., ст.гр. МО-08Б

Науч.руков.: Забарина Д.А., асс.

Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского,
г. Донецк

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ

Рассмотрена сущность инвестиционных стратегий, их цели и основные направления, привлечение и использование иностранных капиталовложений с точки зрения достижения максимальной эффективности.

Актуальность. Потребности в инвестициях существуют практически в каждой стране, а вызвано это ограниченностью экономических ресурсов. Прямые иностранные инвестиции – одно из самых ярких явлений мировой экономики. Большое количество фирм в настоящее время активно расширяют свою деятельность за рубежом за счет прямых инвестиций. Государственные же инвестиции могут осуществляться с целью

регулирования развития экономики. Для активизации инвестиционной деятельности нужна инвестиционная политика с четкими механизмами реализации на государственном и региональном уровнях. Необходима общая стратегия инвестиционного развития регионов, которая бы определила приоритеты инвестирования и к тому же была бы перспективной.

Цель исследования: теоретическое обоснование и анализ необходимости составления инвестиционных стратегий для наиболее эффективного функционирования предприятий различных видов деятельности и их дальнейшего перспективного развития.

Основная часть. Инвестиционная деятельность организации во всех ее формах не может сводиться к удовлетворению текущих инвестиционных потребностей, определяемых необходимостью замены выбывающих активов или их прироста в связи с происходящими изменениями объема и структуры хозяйственной деятельности. На современном этапе все большее число организаций осознают необходимость сознательного перспективного управления инвестиционной деятельностью на основе научной методологии предвидения ее направлений и форм, адаптации к общим целям развития предприятия и изменяющимся условиям внешней инвестиционной среды. Эффективным инструментом перспективного управления инвестиционной деятельностью организации, подчиненного реализации целей ее общего развития в условиях происходящих существенных изменений макроэкономических показателей, системы государственного регулирования рыночных процессов, конъюнктуры инвестиционного рынка и связанной с этим неопределенностью, выступает инвестиционная стратегия.

Инвестиционную стратегию можно представить как генеральное направление (программу, план) инвестиционной деятельности организации, следование которому в долгосрочной перспективе должно привести к достижению инвестиционных целей и получению ожидаемого инвестиционного эффекта.

Разработка инвестиционной стратегии предприятия является собой процесс, который состоит из нескольких последовательных этапов:

1. анализ нынешней общей, функциональной и инвестиционной стратегии организации, изучение инвестиционных намерений и ожиданий на соответствие организационной миссии;
2. исследование факторов внешней инвестиционной среды и конъюнктуры инвестиционного рынка;
3. оценка сильных и слабых сторон организации, определяющих особенности ее инвестиционной деятельности;
4. формирование стратегических целей инвестиционной деятельности организации;
5. анализ стратегических альтернатив и выбор стратегических направлений и форм инвестиционной деятельности;
6. определение стратегических направлений формирования инвестиционных ресурсов;
7. формирование инвестиционной политики по основным аспектам инвестиционной деятельности;
8. разработка системы организационно-экономических мероприятий по обеспечению реализации инвестиционной стратегии;
9. оценка результативности разработанной инвестиционной стратегии.

Цели разработки инвестиционной стратегии предприятия заключаются в следующем:

- определить стратегические цели и направления инвестиционной деятельности предприятия в долгосрочном периоде;
- обеспечить реализацию общей экономической стратегии предприятия;
- обеспечить четкую взаимосвязь стратегического, тактического и оперативного

управления инвестиционной деятельностью;

- обеспечить возможность максимального использования инвестиционного потенциала предприятия;

- обеспечить возможность быстрого реагирования предприятия на смены условий внешней инвестиционной среды и адаптации предприятия к этим условиям.

Достижение всех вышеперечисленных целей сделает инвестиционную стратегию наиболее эффективной.

Основными направлениями инвестиционной стратегии с точки зрения максимальной эффективности в настоящее и в ближайшее время будут таковы:

- улучшение воспроизводимой структуры капиталовложений, повышение удельного веса расходов на техническое перевооружение и реконструкцию действующих предприятий за счет уменьшения удельного веса нового строительства в производственной сфере;

- усовершенствование технологической структуры капитальных вложений, увеличение в их составе удельного веса оборудования и соответственно сокращения строительно-монтажных работ;

- изменение отраслевой структуры капитальных вложений с точки зрения значительного повышения жизненного уровня населения в пользу отраслей, производящих продукты питания и предметы личного потребления (сельского хозяйства, перерабатывающих отраслей, легкой и пищевой промышленности);

- приоритетное обеспечение капитальными вложениями прогрессивных направлений научно-технического прогресса, способствующих снижению ресурсоемкости производства и повышению качества продукции;

- увеличение объемов капитальных вложений на реализацию жилищной и других социальных программ;

- сбалансированность инвестиционного процесса.

Инвестиционные стратегии многонациональных предприятий (multinational enterprises, MNEs) могут обеспечить дополнительное проникновение иностранного капитала. В последние годы глобализация стала составной частью корпоративной стратегии, а прямые иностранные инвестиции сделались неотъемлемыми, а не просто возможными.

Более того, приход новых технологий (например, Интернета) предоставляет компаниям возможность усилить действенность стратегии, посредством которой они проникают на зарубежные рынки, а также повысить эффективность своих инвестиций.

Тем не менее рост иностранных инвестиций является до некоторой степени взаимопроникновением: конкуренты следуют один за другим на рынок, а прямые иностранные инвестиции могут стимулировать другие инвестиции, образуя вертикальную цепь поставщиков или провайдеров бизнес-услуг. Поэтому краткосрочная перспектива для потоков инвестиций представляется благоприятной и сейчас прогнозируется тенденция их постоянный роста.

Современной тенденцией концентрации производственной деятельности и капитала стали слияния и приобретения/поглощения (mergers, acquisitions and takeovers). Процесс слияний и приобретений очень тесно связан с динамикой рынка капитала.

Для осуществления этих операций в первую очередь требуется определить состояние фиктивного капитала корпорации - разбухший, сжатый или эффективный (соответствующий потребностям рынка), потому что конъюнктура финансового рынка оказывает непосредственное влияние на режим деятельности компании. Если размер реальных активов предприятия превышает размер его фиктивного капитала, корпорация становится объектом для выгодного приобретения (обычно путем скупки

ее акций на бирже).

В противоположной ситуации ценные бумаги компании (фактически не подкрепленные реальными активами) превращаются в объект спекуляций из-за их повышенной уязвимости, что приводит к обесцениванию финансовых инструментов корпорации и к ее поглощению.

В зависимости от целей и способов (перекупка, выкуп контрольного пакета акций) приобретение бывает:

- Дружественное - официальное предложение о приобретении поддерживается руководством поглощаемой компании, например стратегическое поглощение (strategic buyout). Слияние происходит на основе анализа выгод от объединения: компании подходят друг другу. В результате приобретения реализуется прибыль от синергии.

- Враждебное (агрессивное) - недружественная перекупка (hostile takeover) - компания-поглотитель (рейдер) делает акционерам приобретаемой компании тендерное предложение о покупке за наличные обычно 95-100% акций. Руководство и совет директоров фирмы с этим предложением не согласны, а акционеры могут приветствовать. Основными разновидностями враждебного приобретения являются:

- постепенная покупка акций, направленная на смену совета директоров;
- обмен акций, при котором акционерам приобретаемой компании предлагается обменять свои акции на акции компании-поглотителя.

В мировой практике различают следующие тактики приобретения:

- Внезапное поглощение (blitzkrieg tender offer) - быстрая покупка акций (bust-up takeover), выкуп контрольного пакета акций с привлечением залога (leveraged buyout). Активы поглощенной компании продаются для выплаты долга, возникшего в результате финансирования поглощения. В такой ситуации рейдер приказывает брокеру купить все акции другой компании на рынке как можно быстрее и скрытно, чтобы поглощаемая компания не поняла. Данная практика (называемая dawn-raid) в развитых странах запрещена.

- Медвежий объятия (bear hug) - очень выгодное предложение о поглощении компании, сделанное ее директорам, против которого не возражают акционеры.

- Навязанная сделка (sram-down deal) - покупка компании через заемные средства, когда у акционера нет другой альтернативы как принять невыгодные для себя условия. Например, обмен своих акций на "мусорные" облигации, а не на наличность. Разновидностями такой тактики поглощения являются:

- очень щедрое предложение о поглощении, при непринятии которого акционеры подадут в суд на руководство компании (godfather offer);
- очень выгодный контракт, предлагаемый руководящему сотруднику компании и предоставляющий ему большую компенсацию при поглощении его компании другой и при его увольнении (golden parachute). Включает оплату наличными, опцион на покупку акций или премию.

- "Стратегия леди Макбет" (Lady Macbeth Strategy) - тактика поглощения, когда компания сначала выступает в роли "белого рыцаря", а затем объединяется с враждебным поглотителем.

Также рейдер может выступать в роли "серого рыцаря". "Серый рыцарь" (gray knight) - поглотитель, который пытается снизить цену, предлагаемую белым рыцарем, но для поглощаемой компании он более предпочтителен, чем враждебный поглотитель.

Международные спекулянты (третьи лица в поглощении - арбитражеры) не могут упустить такой благоприятный момент, как поглощение. Они осуществляют рискованный арбитраж - одновременное приобретение акций поглощаемой компании и продажу акций поглотителя. По сути, это арбитраж на поглощении компании. В случае провала поглощения арбитражер понесет огромные убытки.

Выводы. Таким образом, формирование инвестиционной стратегии является довольно длительным и творческим процессом. Для того, чтобы все перечисленные прогрессивные направления инвестиционной стратегии и важные составляющие ее эффективности были реализованы, необходимо всеми возможными средствами наращивать и поддерживать интеллектуальный потенциал инвестиционной деятельности, стимулировать повышение его творческой отдачи, реконструировать старый хозяйственный механизм и создать новый, который сделал бы процесс внедрения научно-технического прогресса жизненно необходимым и поэтому выгодным.

Библиографический список

1. **Абакумова Т.А.** Реальные инвестиции и их финансовая база. Управление инвестиционной деятельностью: Конспект лекций / Сыктывкарский гос.ун-т. - Сыктывкар, 2001. - 26с.
2. **Бондаренко Ю.В., Овсянников В.П., Чупайленко А.А.** Финансовые инвестиции (фондовый рынок): Учеб.пособие для студ.вузов, которые обучаются по напр.подгот. "Менеджмент"/Донецкий национальный технический ун-т - Донецк: РВА ДонНТУ, 2002.—394с.
3. Государство и инвестиции: актуальные проблемы макроэкономической политики: Сб. работ / Институт экономики РАН / **А.И. Архипов** (науч.ред.). - М., 1998. - 228с.
4. **Игошин Н. В.** Инвестиции. Организация управления и финансирование: Учеб.для студ. вузов, обуч. по экон. спец. — М. : Финансы, 1999. — 413с.

КОВАЛЕНКО О.В., ст.гр. ЭНМ-05
 Науч. руков.: Портнова Г.А., ст.преп.
 Донецкий национальный технический университет,
 г. Донецк

СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТНО-МОТИВАЦИОННЫЕ ТЕОРИИ

Рассмотрена сущность потребностно-мотивационной теории, классификация теорий мотивации, приведена сравнительная характеристика основных теорий мотивации.

Актуальность. Истинные побуждения, лежащие в базе поведения человека, тяжело найти - они очень сложны. Принципиально необходимо систематизировать представления о том, что движет человеком. Так возникли бесчисленные теории мотивации. Вопрос о мотивации деятельности возникает каждый раз, когда нужно объяснить предпосылки поступков человека.

Цель исследования: теоретическое обоснование применения теорий мотивации, проведение их сравнительной характеристики.

Основная часть. Теории мотивации разделяются на содержательные, процессуальные и параллельные. Содержательные теории мотивации основаны на определении тех внутренних побуждений, которые принуждают человека действовать так, а не по-другому.

Одним из ведущих исследователей мотивационно-потребностной сферы является американский психолог Абрахам Харольд Маслоу. Создавая свою теорию мотивации, он признавал, что люди имеют множество разных потребностей. Эти потребности можно условно поделить на пять главных категорий:

1. Физиологические потребности. К ним относятся потребности в еде, одежде, жилье, сне, отдыхе, сексе.

2. Потребности в сохранности. Имеются в виду и физическая, и экономическая сохранность. Они отражают желание сохранить положение, которое уже достигнуто.
3. Потребности в причастности. Ориентируются на общение и эмоциональные связи с другими: дружбу, любовь, принадлежность к группе.
4. Потребности в уважении. К ним относятся потребности, как в самоуважении, так и в уважении со стороны остальных, в том числе потребности в престиже, авторитете, власти, служебном продвижении.
5. Потребности в самореализации (самовыражении). Они включают в себя потребности в творчестве, в осуществлении собственных планов, реализации личных способностей, развитии личности, в том числе познавательные, эстетические.

Согласно модели Маслоу, меж всеми группами потребностей существует иерархия, определенное соотношение, которое можно изобразить в виде пирамиды. Также первые два уровня потребностей считают первичными, а следующие три - вторичными.

Клайтон Альдерфер сделал попытку согласовать теорию Маслоу с результатами своих экспериментальных исследований. Он, в свою очередь, выделил три иерархических уровня: потребности существования, связующие потребности и потребности роста. Автор не согласен с концепцией Маслоу в том, что последующий уровень начинает мотивировать поведение человека только после удовлетворения потребностей предыдущего. Основной принцип теории Альдерфера – «фрустрационно-регрессивный» – предполагает, что полное блокирование или препятствия, встречающиеся на пути удовлетворения потребностей более высокого уровня, влекут за собой актуализацию потребностей более низкого уровня.

Заметный вклад в разработку трудности мотивации поведения вносит теория мотивационных потребностей Дэвида Мак-Клелланда. Не отрицая значимости прошлых теорий и их выводов о значимости биологических и остальных «базисных» потребностей в мотивации поведения работников, Д. Мак-Клелланд попытался выявить более принципиальные посреди «вторичных потребностей», которые актуализируются при условии достаточной материальной обеспеченности. Он утверждал, что людям присущи три основные потребности: потребность власти; потребность в достижениях; потребность в причастности (аффилиации).

Особое значение в концепции Д.Мак Клелланда придается мотивации достижения. По его мнению, есть три важных условия, обеспечивающих высокую мотивацию достижения, это:

1. Персональная ответственность за решение проблемы или исполнения задания.
2. Наличие обратной связи о результатах исполнения. Обратная связь обеспечивает улучшение результатов.
3. Наличие выполняемой задачи, т.е. задачи достаточно сложной, но не слишком.

Мак Клелланд разработал специальные тренинговые программы, формирующие мотивацию достижения. Они включают четыре основных компонента:

1. Приобретение руководителями (работниками) информации о мотивации достижения и ее важности для успеха в управленческой деятельности.
2. Установление высокого уровня планируемых достижений.
3. Помощь в осознании каждым себя как победителя, человека с высоким уровнем достижений.
4. Оказание групповой поддержки другим людям, которые стремятся к высоким достижениям.

Однако не только мотивация достижения определяет успех управленческой

деятельности. Стремление к власти предполагает наличие желания контролировать, влиять и направлять других людей. Д. Мак Клеlland описал две стороны власти:

- личную власть (усилия направлены на достижение личных целей).
- социальную власть (усилия направлены на достижение организационных целей).

Д. Мак Клеlland установил, что люди с высокой потребностью достижения высоко мотивированы в ситуациях с высокой ответственностью, обратной связью и невысоким уровнем риска.

А. Маслоу	К. Альдерфер	Д. Мак Клеlland	Ф. Герцберг
Иерархия потребностей	Теория ERG	Теория приобретенных потребностей	Двухфакторная теория
Самореализация	Роста	Мотивация достижения	Мотивирующие факторы
Оценки		Потребность власти	
Социальные	Связующие	Потребность в причастности	Гигиенические факторы
Безопасность			
Физиологические			
	Существования		

Рисунок1 – Сопоставление содержательных потребностно-мотивационных теорий

Ф. Герцберг начал свои исследования мотивации с двух вопросов, которые он задавал рабочим: Когда на работе Вы чувствовали себя очень хорошо? Когда на работе Вы чувствовали себя очень плохо? Результатом обработки и анализа 400 ответов на эти вопросы стала двухфакторная мотивационная теория. Ф. Герцберг выделил гигиенические и мотивирующие факторы. Гигиенические факторы, по мнению автора, связаны с окружающей средой, в которой осуществляется работа, а мотивационные - с характером и сущностью работы. Первая группа факторов может вызывать неудовлетворение работой, но не обуславливает удовлетворенность трудом. Вторая группа может вызывать удовлетворение и способствовать повышению эффективности деятельности. К факторам, повышающим производительность (мотивирующим), относятся: хорошие шансы продвижения по службе; хороший заработок; оплата, связанная с результатами труда; признание и одобрение хорошо выполненной работы; сложная и трудная работа и т. п.

Выводы. В заключение можно сделать вывод, что содержательные потребностно-мотивационные теории в основном не противоречат друг другу. Рис.1 подтверждает возможность их совместного рассмотрения не только с точки зрения науки, но и практики, хотя такое сопоставление достаточно условно, так как классификации осуществлялись по разным основаниям.

Библиографический список

1. **Ребрик С.** Менеджмент: Уроки Тома Питерса и другие гуру бизнеса / Сергей Ребрик, 2-е изд. – М.: Эксмо, 2007. – 160 с.
2. **Кибанов А.Я.** Основы управления персоналом: Учебник. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 447 с.

ХАРІНА С.А., ст.гр. МО–0200 б
 Наук. керів.: Ситнік Л.С., д.е.н., проф.
 Донецький національний університет,
 м. Донецьк.

ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Рассмотрена составляющая экономической безопасности и экономическая основа формирования финансовой безопасности предприятия, а также определены уровни финансовой безопасности.

Актуальність. Проблеми економічної безпеки підприємства та фінансової безпеки як її складової потрапили в поле зору представників вітчизняної економічної науки порівняно недавно. Чинником виникнення та постійного посилення уваги до цих проблем є трансформаційна криза української економіки, яка охопила всі сфери і стала суттєвою перешкодою на шляху забезпечення сталого розвитку економіки та суспільства.

Основні аспекти визначання сутності поняття економічної безпеки, фінансової безпеки як її складової, відповідних загроз індикаторів, а також системи критеріїв і параметрів досліджено у наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених: О.І. Барановський, К.С. Горячевої, Ф.І. Євдокімова, М.М. Єрмошенка, СМ. Ілляшенка, Н.В. Куркіна, В.І. Мунтіян та інших.

Мета дослідження: визначення процесу забезпечення належного рівня фінансової безпеки підприємства, ідентифікація позитивних і негативних чинників, які впливають на фінансово-господарську діяльність підприємства та його конкурентоспроможність, а також розгляд методів оцінки стану фінансової безпеки підприємства.

Основна частина. Економічна безпека підприємства – це захищеність його від негативних впливів зовнішнього середовища, а також спроможність швидко усунути різноманітні загрози або пристосуватися до існуючих умов, що не позначаються негативно на його діяльності. Зміст даного поняття містить у собі систему засобів, які забезпечують конкурентну стійкість та економічну стабільність підприємства, а також сприяють підвищенню рівня добробуту робітників [1].

Необхідність постійного дотримання економічної безпеки зумовлюється об'єктивно наявним для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних цілей своєї діяльності. Рівень економічної безпеки фірми залежить від того, наскільки ефективно її керівництво і спеціалісти (менеджери) будуть спроможні уникнути можливих загроз та ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього і внутрішнього середовища.

Джерелами негативних впливів на економічну безпеку можуть бути:

1. свідомі чи несвідомі дії окремих посадових осіб і суб'єктів господарювання (огранів державної влади, міжнародних організацій, підприємств-конкурентів);
2. збіг об'єктивних обставин (стан фінансової кон'юнктури на ринках даного підприємства, наукові відкриття та технологічні розробки, форс-мажорні обставини тощо). Залежно від суб'єктивної обумовленості негативні впливи на економічну безпеку можуть мати об'єктивний і суб'єктивний характер. Суб'єктивні впливи виникають внаслідок неефективної роботи підприємства в цілому або окремих його працівників (керівників або функціональних менеджерів) [2].

Головна мета економічної безпеки підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне та максимальне ефективне функціонування в теперішньому часі і високий потенціал розвитку в майбутньому. До основних функціональних цілей економічної безпеки належать: забезпечення високої фінансової ефективності роботи,

фінансової стійкості та незалежності підприємства; забезпечення технологічної незалежності та досягнення високої конкурентоспроможності технічного потенціалу того чи іншого суб'єкта господарювання; досягнення високої ефективності менеджменту, оптимальної та ефективної організаційної структури управління підприємством; досягнення високого рівня кваліфікації персоналу та його інтелектуального потенціалу; якісна правова захищеність усіх аспектів діяльності підприємства; забезпечення захисту інформаційного поля, комерційної таємниці і досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх підрозділів підприємства та відділів організації; ефективна організація безпеки персоналу підприємства, його капіталу та майна, а також комерційних інтересів.

Ефективність діяльності підприємства у ринковій економіці обумовлюється багато в чому станом його фінансів, що і приводить до необхідності розгляду проблем забезпечення фінансової безпеки підприємства. Навіть за досить високої прибутковості бізнесу недостатня увага до проблем фінансової безпеки підприємства може привести до того, що компанія стане об'єктом ворожого поглинання.

Фінансова безпека може бути визначена як стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів, виражений у найкращих значеннях фінансових показників прибутковості і рентабельності бізнесу, якості управління та використання основних і оборотних коштів, структури його капіталу, норми виплат за цінними паперами. Головна мета фінансової безпеки підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне та максимальне ефективне функціонування сьогодні та високий потенціал розвитку у майбутньому [3].

Головна умова фінансової безпеки підприємства – здатність протистояти існуючим і виникаючим небезпекам та загрозам, які здатні завдати фінансової шкоди підприємству, небажано змінити структуру капіталу, примусово ліквідувати підприємство тощо.

Функціонуючи в умовах невизначеності, підприємства стикаються із різними небезпеками, з яких найбільшу загрозу несуть саме фінансові небезпеки. Усі джерела фінансової небезпеки можна поділити на дві групи: об'єктивні і суб'єктивні. Об'єктивні можуть бути зумовлені змінами механізмів економічних і, насамперед, фінансових відносин міжнародними і міждержавними угодами, діями окремих держав, змінами економічних і фінансових механізмів у державі, природними явищами тощо.

Суб'єктивні чинники фінансової небезпеки мають внутрішнє та зовнішнє походження. Зовнішні об'єктивні чинники фінансової небезпеки можуть бути пов'язані зі спекуляціями цінними паперами, агресивним надбанням акцій фірми конкурентами, ціновою конкуренцією суперників. Внутрішні суб'єктивні чинники виникають унаслідок недостатньої діяльності менеджерів фінансово-економічних служб, маркетингу й адміністративного менеджменту підприємства.

У процесі оцінки фінансової небезпеки підприємства спочатку оцінюються загрози економічній безпеці, які мають політико-правовий характер і включають: внутрішні негативні дії, зовнішні негативні дії, форс-мажорні обставини.

Під час оцінки поточного рівня забезпечення фінансової складової економічної безпеки аналізують:

- фінансову звітність і результати роботи підприємств (платоспроможність, фінансову незалежність, структуру й використання капіталу та прибутку);
- конкурентний стан підприємства на ринку (частку ринку, якою володіє суб'єкт господарювання, рівень застосовуваних технологій і менеджменту);
- ринок цінних паперів (підприємства-оператори та інвестори цінних паперів, курс акцій й лістинг).

Під час оцінки фінансової безпеки передусім звертають увагу на зниження

ліквідності, підвищення кредиторської та дебіторської заборгованості, зниження фінансової сталості підприємства. Показниками оцінки є: надлишок або нестача власних оборотних засобів, які необхідні для формування запасів і покриття витрат, пов'язаних із господарською діяльністю підприємства; надлишок або нестача власних оборотних засобів, а також середньо річних та довгострокових кредитів та позик; надлишок або нестача загальної величини оборотних засобів [4].

На підставі означених показників можна виділити п'ять рівнів фінансової сталості та відповідно п'ять рівнів фінансової безпеки:

1. абсолютна фінансова сталість та абсолютна фінансова безпека – підприємству достатньо власних оборотних засобів для функціонування;
2. нормальна фінансова сталість та нормальна фінансова безпека – підприємству практично достатньо власних оборотних засобів;
3. нестійкий фінансовий стан і нестійкий рівень безпеки - підприємству недостатньо власних оборотних засобів, також воно залучає середньострокові та довгострокові позики і кредити;
4. критичний фінансовий стан і критичний рівень безпеки – підприємство, окрім середньострокових та довгострокових позик і кредитів, залучає короткострокові;
5. кризовий фінансовий стан і кризовий рівень безпеки – підприємство не може забезпечити фінансування своєї діяльності ані власними, ані залученими засобами.

Важливою передумовою охорони фінансової складової економічної безпеки є планування комплексу необхідних заходів та оперативна реалізація запланованих дій у процесі здійснення тим чи іншим суб'єктом господарювання фінансово-економічної діяльності.

Забезпечення фінансової складової безпеки підприємства передбачає такі дії:

- аналіз негативних фінансових наслідків розвитку виробничої і маркетингової підсистем підприємства з точки зору стану та змін, передусім її платоспроможності, рентабельності та прибутковості;
- аналіз ринку цінних паперів з точки зору стану привабливості цінних паперів підприємства, залучення ним фінансових засобів на інвестиції та розвиток, а також з точки зору захисту від агресивного набуття його акцій конкурентами і можливого встановлення контролю над підприємством;
- аналіз інвестиційних проектів з точки зору визначених вище параметрів;
- аналіз ділових пропозицій підприємству з точки зору ділової етики тощо.

Для здійснення заходів із досягнення належної фінансової безпеки слід визначити обсяг ресурсів і мобілізувати внутрішні та зовнішні їх джерела.

Висновок. Таким чином, забезпечення фінансової безпеки є однією з пріоритетних задач керівництва підприємства. Однак, недосконалість фінансового ринку, законодавчої бази та специфіка функціонування української економіки ще більше загострюють проблеми забезпечення фінансової безпеки і виділяють її як важливу складову в системі економічної безпеки підприємства.

Бібліографічний список

2. Орлов П.І., Духов В.Є. Основи економічної безпеки фірми: Навч. Посібник. – Х.: Прометей-Прес, 2007. – 284 с.
3. Арєф'єва О.В., Кузенко Т.Б. Планування економічної безпеки підприємств. – К.: Вид-во Європ. Ун-ту, 2008. – 170 с.
4. Барановський О.І. Фінансова безпека. – К.: Фенікс, 2004. – 338 с.
5. Горячева К.С. Фінансова безпека підприємства. Сутність та місце в системі економічної безпеки // Економіст. – 2008.- №11. – с.65-67.

ХОЛИНА А.Г., ст.гр. ЭКИ-07

Науч.руков.: Миночкина О.Н., к.э.н., доц.

Донецкий национальный технический университет,
г. Донецк

УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ

Рассмотрен вопрос неопределённости, её воздействия на управление предприятием, проанализированы критерии для оценки эффективности стратегии в неопределённых условиях.

Актуальность: Развитие экономических отношений, экономический рост, соответствующий уровень конкуренции формируют новые требования ко всем участникам рынка. То есть возникает необходимость обеспечения устойчивого положения организации, что включает в себя: стойкость, постоянность, неподверженность риску, потерь, убытков и воздействию неопределённых факторов. В связи с этим на предприятиях поднимается такая важная проблема, как умение прогнозировать, выявлять, анализировать и преодолевать состояния неопределённости.

Цель исследования: анализ воздействия фактора неопределённости на стратегические планы предприятия; выбор критерия для оценки эффективности неопределённых операций, а также поиск путей преодоления неопределённости.

Основная часть: Неопределённость – одно из центральных понятий в современной экономической теории и практике управления. Вопросом неопределённости занимались многие экономисты, в том числе Ф. Найт, А. Алтуниин М. Семухин, В. Диев, Г. И. Андреев и др.

Экономическая среда характеризуется наличием большого количества участников, каждый из которых имеет сложную и многообразную структуру, модель и характер поведения на рынке. Эти факторы обуславливают рост показателей внешней и внутренней неопределённости для организации. Высокие показатели неопределённости, присущие процессам организаций, говорят о необходимости детального анализа процессов для выявления причин этой неопределённости. Отсюда вытекает необходимость иерархии неопределённостей (рисунок 1), где неопределённость верхнего уровня обусловлена неопределённостью нижнего.

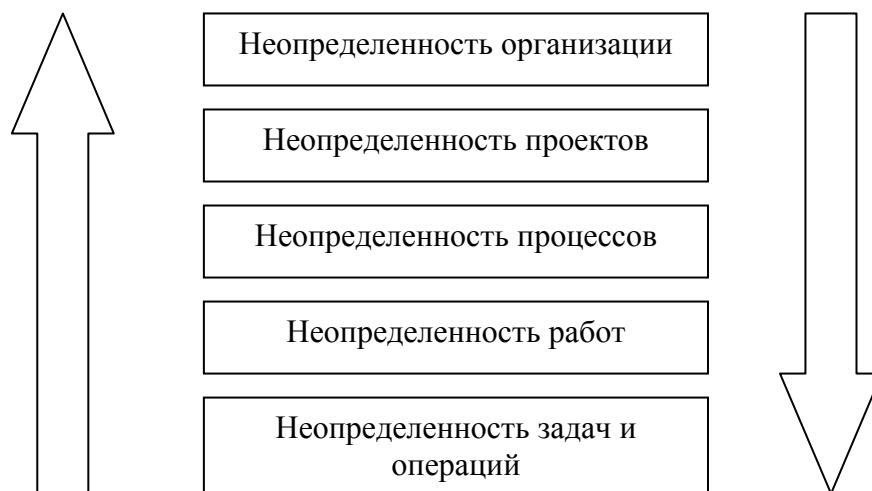


Рисунок 1 – Иерархия движения неопределённости в организации.

Неопределённость организации формируется на основе неопределённости самого низкого уровня, т.е. неопределённости задач и операций, производимых в этой организации в рамках проектов и всей деятельности.

Важность неопределённости обусловлена тем, что на деятельность любой организации влияют неопределённые факторы. К ним относятся такие факторы внешней и внутренней среды, значения которых неизвестны или известны не полностью (Рисунок 2). Существование, функционирование и конкурентоспособность любой организации невозможно без разработки стратегических планов, которые учитывают эти изменения внешней среды. Предприятие не должно игнорировать внешние факторы, а, наоборот, должно научиться понимать их сущность, оценивать их влияние на стратегические планы, с целью дальнейшего предвидения и предотвращения этих внешних факторов с наименьшими затратами. Также предприятию важно знать источники возникновения неопределённости, и среди разных ситуаций неопределённости внешней среды необходимо научиться отличать ситуации риска и ситуации неопределённости.

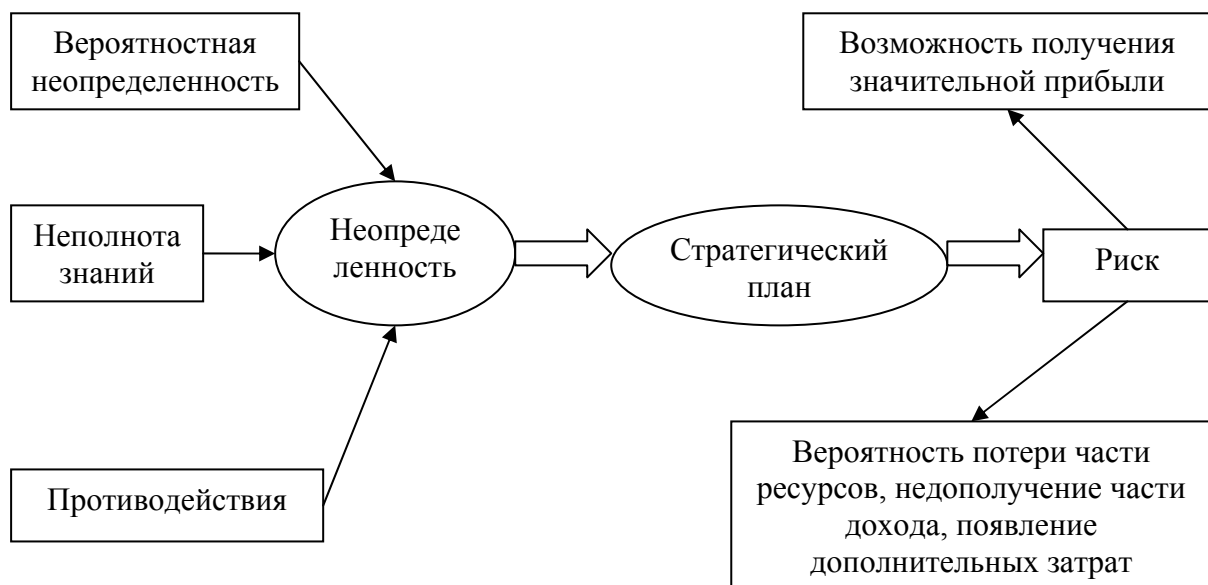


Рисунок 2 – Влияние неопределённости на стратегические планы предприятия

К такому источнику неопределённости, как неполнота знаний относят: отсутствие достаточных сведений как о самой экономической системе, так и о процессах, которые в ней происходят. Случайное или преднамеренное противодействие со стороны других экономических субъектов, проявляться в нарушении договорных обязательств поставщиками, неопределённости спроса на продукцию, трудностях ее сбыта, а также неопределённости, порожденные конкурентным окружением. Вероятностная неопределённости - действие случайных внешних факторов, которые нельзя предугадать, предсказать из-за недостаточности знаний или из-за неопределённости самих природных явлений.

Для оценки неопределённости используют детерминированные, вероятностно-статистические подходы, а также подходы, основанные на понятии лингвистической переменной и нечеткого множества. Применение какого-либо конкретного математического аппарата (интервального анализа, статистических методов, детерминированных моделей и т.д.) для принятия решений в условиях неопределённости позволяет адекватно отразить в модели лишь отдельные виды данных и приводит к потере информации других типов. К тому же, проявляется дефицит информации конкретного типа. Поэтому для оценки экономических показателей работы системы, с

точки зрения неопределенности, следует комбинировать различные формальные подходы (детерминированные, статистические, вероятностные, нечеткие). Именно изучение количественных характеристик, полученных с помощью различных формальных методов, является наиболее плодотворным подходом в задачах принятия решения в условиях неопределенности.

Быстрые изменения внешней среды стимулируют появление новых методов, систем и подходов в управлении предприятиями, следовательно, необходимо применение стратегического управления. Главной задачей стратегического планирования является перевод предприятия из определённой позиции на более сильную, путём приспособления к внешним условиям: конкуренции, рыночным изменениям, развитию технологий. Недостаточное внимание к изучению внешней среды может вызвать кризисную ситуацию и необходимость принятия немедленных решений, не ориентируясь на перспективное развитие.

Широко используется метод И. Ансоффа, который выделяет группу ключевых решений при формулировании стратегии: внутренняя оценка фирмы; оценка внешних возможностей; формулировка целей и выбор задач; решение о портфельной стратегии, конкурентная стратегия, создание альтернативных проектов, их отбор и реализация по М. Мескону.

Он делит процесс стратегического управления на несколько стадий: выработка миссии и целей организации, оценка и анализ внешней среды, управленческое обследование сильных и слабых сторон, анализ и выбор стратегических альтернатив, реализация и оценка стратегии. Метод Ансоффа устанавливает влияние внешней среды на стратегические планы предприятия путём определения стратегической гибкости предприятия.

С использованием различных подходов в исследовании внешней среды разработана модель влияния её факторов на стратегические планы. Она позволяет преобразовать запланированные показатели в прогнозируемые значения (Рисунок 3).

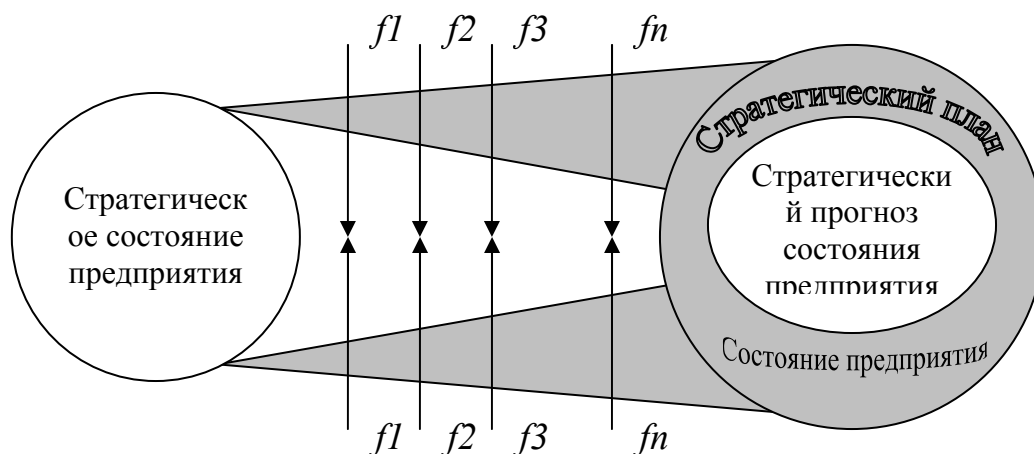


Рисунок 3 – Модель влияния факторов внешней среды на стратегические планы предприятия [3]

Чем больше значимость факторов внешней среды, тем больше их влияние на деятельность предприятия и тем ближе они расположены к выходному положению предприятия. Неопределённость выражается в изменении интервалов влияния внешних факторов.

Главным фактором организованной деятельности является тенденция

преобразовывать неопределённости в измеримые вероятности. Главные характеристики руководителя – способность изучения характера изменений экономических процессов, их возможное воздействие на предприятие, а также принятие целесообразных решений. Проблема преодоления неопределённости переходит в общую проблему управления, т.е. экономического контроля или адаптации к процессам неопределённости и выхода из неё.

Также существует другая немаловажная проблема - выбор критерия для оценки эффективности стратегии в неопределённых условиях. Наиболее часто в неопределённых операциях используются:

1. Критерий среднего выигрыша. Применяется для перевода операции из неопределённой в вероятностную. Данный критерий предполагает задание вероятностей различных состояний обстановки. Оптимальное решение находится как максимальное математическое ожидание (среднее ожидаемое значение) оценок эффективности по всем состояниям обстановки.

2. Критерий осторожного наблюдателя (Вальда). Основывается на том, что среда находится в наименее эффективном для предприятия состоянии и принимать решение необходимо наиболее осторожным способом. По критерию Вальда выбирают стратегию, которая дает гарантированный выигрыш (максимальный эффект) при наихудшем варианте состояния среды.

3. Критерий Лапласа. В основе этого критерия лежит "принцип недостаточного основания". Исходит из предположения о том, что все состояния обстановки считаются равновероятными, т.к. о них в равной степени ничего неизвестно. Оптимальное решение находится как максимальный средний эффект из всех рассматриваемых вариантов решения.

4. Критерий максимакса. Самый оптимистический критерий, с помощью которого оцениваются системы по максимальному значению эффективности. В качестве оптимального решения выбирается система, обладающая эффективностью с наибольшим из максимумов.

5. Критерий пессимизма-оптимизма (Гурвица). Согласно данному критерию при оценке и выборе систем необходимо занимать промежуточную позицию, взвешивая наихудшие и наилучшие условия. Для этого вводится критерий оптимизма α (принимает значение от 0 до 1), который характеризует отношение к риску лица, принимающего решение. Эффективность систем находится как взвешенная с помощью коэффициенты α сумма максимальной и минимальной оценок. Чем опасней оцениваемая ситуация, тем ближе величина α должна быть к единице, когда гарантируется наибольший из максимальных выигрышей или наименьший из максимальных рисков.

6. Критерий минимального риска (Сэвиджа). Заключается в нахождение минимального риска. Для оценки систем на основе данного критерия матрица эффективности преобразуется в матрицу потерь, элементы которой отражают убытки от ошибочного действия (упущенную выгоду). По матрице потерь выбирается решение по критерию Вальда, дающее наименьшее значение максимального сожаления.

Таким образом, эффективность систем в неопределённых условиях может оцениваться по различным критериям. Однако на выбор критерия оказывают влияние некоторые факторы, к которым относятся: причина неопределённости, природа конкретной операции и её цель, а также личностные характеристики человека, принимающего решение. Процесс выбора критерия для учёта неопределённости достаточно сложен. Наиболее оптимальный, рациональный и устойчивый вариант выбирается на основе анализа по нескольким критериям. Если существует совпадение, то имеется большая уверенность в правильности выбора варианта.

Вывод: Неопределённость – одна из основных реалий жизни, её нельзя устранить ни из каких принимаемых решений, однако существует ряд способов уменьшить её. В общем можно выделить следующие главные способы преодоления неопределённости: придавать экономической деятельности, насколько это возможно, такую направленность, которая сопряжена с минимумом неопределённости, и избегать видов деятельности, предусматривающих более высокий уровень неопределённости; группировка или отбор лиц, склонных брать на себя риски и контролировать преодоление неопределённости; с помощью научных исследований, анализа информации необходимо сделать верный выбор критерия для оценки неопределённости, а также спрогнозировать и предотвратить её возникновение.

Библиографический список

1. Найт Ф. Риск, неопределенность, прибыль. - М.: Дело, 2003.
2. Кашехлебов А. Повышение конкурентоспособности организации в условиях неопределённости//Маркетинг. – 2006. - №4 (89). – С.91-97.
3. Соломянюк Н. Влияние внешней среды на стратегические планы предприятия в условиях неопределённости//Экономист. - 2005. - №9. - С. 66-67.
4. Анфилатов В. Системный анализ в управлении. - М.:Финансы и статистика, 2002.
5. Кулагин О. Принятие решений в организациях. – СПб:Сентябрь, 2001.
6. Смирнова К. Понятие неопределенности экономических систем и подходы к ее оценке//Вестник МГТУ. – 2008. - №2. – С.241-246.
7. Никитина Н. Антикризисное финансовое управление предприятием: исследование факторов внутренней и внешней среды.//Проблемы теории и практики управления. – 2007. - №7. – С.91-101.
8. Тынкевич М.А. Экономико-математические методы (исследование операций). - Кемерово, 2000.

ХАРИНА С.А., ст.гр. МО–0200 б
Наук. керів.: Ситнік Л.С., д.е.н., проф.
Донецький національний університет,
м. Донецьк

РОЛЬ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ФОРМУВАННІ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Рассмотрены роль и место инвестиционной деятельности в системе управления предприятием и влияние ее результатов на общий раз мер прибыли предприятия.

Актуальність. Економічна ефективність діяльності підприємств, забезпечення високих темпів їх розвитку, підвищення конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках визначаються рівнем і діапазоном їх інвестиційної діяльності. Формування напрямків цієї діяльності, системи її довгострокових цілей і вибір найефективніших шляхів їх досягнення з урахуванням перспективи є, по суті, процесом розробки інвестиційної стратегії, яка, хоча в основному й орієнтована на довгострокові цілі, містить також окремі середньострокові та короткострокові елементи, які сприяють виробленню конкретних управлінських рішень при формуванні інвестиційного портфеля та реалізації інвестиційних програм і проєктів.

Проблеми управління та бухгалтерського обліку інвестицій отримали

висвітлення в працях зарубіжних і вітчизняних учених-економістів, зокрема С.В. Герасимова, Є.А. Левченко, Н.А. Лисенко, В.Г. Попова, В.Г. Федоренко.

Мета дослідження: теоретичне і методичне обґрунтування положень, а також розробка практичних рекомендацій удосконалення методики обліку інвестиційної діяльності та визначення найсуттєвіших аспектів їх організації на підприємстві.

Основна частина. В Законі України «Про інвестиційну діяльність» визначено, що інвестиції – всі види майнових та інтелектуальних цінностей, які вкладуються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, у результаті якої створюється прибуток або досягається соціальний ефект [1]. Такими цінностями можуть бути: грошові кошти, цільові банківські вклади, паї, акції та інші цінні папери; рухоме і нерухоме майно; майнові права, які випливають з авторського права, досвід та інші інтелектуальні цінності; права користування землею, водою, ресурсами, будівлями, обладнанням.

Отже, в широкому розумінні інвестиції є вкладанням капіталу з метою його збільшення. При цьому приріст капіталу повинен бути достатнім, щоб компенсувати інвестору відмову від використання коштів на споживання в теперішньому періоді, винагородити його за ризик та відшкодувати збитки від інфляції в майбутньому періоді.

На розмір інвестицій впливають такі чинники:

1. Рівень заощаджень у доходах населення. В умовах низьких доходів на душу населення основна їх частина використовується на споживання. Із зростанням доходів збільшується їхня частка, що спрямовується на заощадження, які є джерелом інвестиційних ресурсів. Спостерігається пряма залежність між рівнем заощаджень і обсягом інвестицій.

2. Норма дохідності інвестицій. Прибуток є основним мотивом інвестування, тому чим вища норма дохідності очікується, тим більш привабливими будуть вкладання.

3. Темп інфляції. Чим вищий цей показник, тим більше буде знецінюватись майбутній прибуток від інвестицій і, відповідно, буде менше стимулів для нарощування обсягів інвестицій.

4. Ставка банківського відсотка. Якщо очікувана норма чистого прибутку перевищує ставку банківського відсотка, то за подібних умов інвестування буде ефективним, і навпаки.

5. Податкова політика. За збільшення рівня податкового тиску зменшується попит на інвестиції.

Розглядаючи показник загального інвестування на макrorівні, слід зазначити, що результатом інвестиційної діяльності є інвестиційний прибуток, який з 2003 р. знижується, а у 2004-2007 рр. починає підвищуватись. Це обумовлено, передусім, зростанням у 2004 –2007 рр. прибутковості таких видів економічної діяльності, як промисловість, гуртова та роздрібна торгівля, фінансова діяльність. Зниження у 2003 р. прибутковості економіки України відбулось за рахунок зменшення прибутковості у промисловості та збитковості сільського господарства, хоча іншим видам економічної діяльності притаманне зростання прибутку [2].

Основу інвестиційної діяльності складає реальне інвестування. На більшості підприємств такий вид інвестування в сучасних умовах - єдиний напрямок інвестиційної діяльності. Це визначає високу роль управління реальними інвестиціями в системі інвестиційної діяльності підприємства.

Здійснення реальних інвестицій характеризується низкою особливостей, найбільш значними серед яких є такі:

1. Реальне інвестування є головною формою реалізації стратегії економічного розвитку підприємства. Основна мета цього розвитку забезпечується здійсненням

високо-ефективних реальних інвестиційних проектів, а сам процес стратегічного розвитку підприємства – це не що інше, як сукупність реалізованих у часі інвестиційних проектів. Саме ця форма інвестування дозволяє підприємству успішно проникати на нові товарні регіональні ринки, забезпечувати постійне зростання своєї ринкової вартості [3].

2. Реальне інвестування тісно взаємопов'язане з операційною діяльністю підприємства. Завдання збільшення обсягу виробництва і реалізації продукції, розширення асортименту вироблених товарів і підвищення їхньої якості, зниження поточних операційних витрат вирішуються, як правило, у результаті реального інвестування. У свою чергу, від реалізованих підприємством реальних інвестиційних проектів багато в чому залежать параметри майбутнього операційного процесу, потенціал зростання обсягів його операційної діяльності.

3. Реальні інвестиції забезпечують, як правило, більш високий рівень рентабельності порівняно з фінансовими інвестиціями. Ця здатність генерувати велику норму прибутку спонукає до підприємницької діяльності в реальній економіці.

4. Реалізовані реальні інвестиції забезпечують підприємству стійкий чистий грошовий потік.

5. Реальні інвестиції піддаються високому рівню ризику морального старіння.

6. Реальні інвестиції мають високий ступінь протинфляційного захисту. Досвід показує, що в умовах інфляційної економіки темпи росту цін на більшість об'єктів реального інвестування не тільки відповідають, але в багатьох випадках навіть обганяють темпи росту інфляції, реалізуючи ажіотажний інфляційний попит підприємців на матеріалізовані об'єкти підприємницької діяльності.

7. Реальні інвестиції є найменш ліквідними. Це пов'язано з вузькоцільовою спрямованістю більшості форм цих інвестицій, що практично не мають у незавершеному вигляді альтернативного господарського застосування. У зв'язку з цим, компенсувати фінансові втрати, пов'язані з початком здійснення реальних інвестицій, вкрай складно [4].

Весь спектр напрямків, за якими здійснюється реальне інвестування, можна розділити на кілька груп, що визначають пріоритети при розробці і здійсненні проектів під них. Основними серед них можна назвати такі:

1. Придбання цілісних майнових комплексів – інвестиційна операція великих підприємств, яка забезпечує галузеву, товарну чи регіональну диверсифікованість їхньої діяльності. Ця форма реальних інвестицій звичайно забезпечує ефект, що полягає в зростанні сукупної вартості активів обох підприємств (порівняно з їхньою балансовою вартістю) за рахунок можливостей більш ефективного використання їх загального фінансового потенціалу, взаємодоповнення технологій і номенклатури продукції, що випускається, можливостей зниження рівня операційних витрат, спільного використання збутової мережі на різних регіональних ринках та інших аналогічних чинниках.

2. Нове будівництво - інвестиційна операція, пов'язана з будівництвом нового об'єкта із закінченим технологічним циклом за індивідуально розробленим чи типовим проектом на територіях, які спеціально для цього відводяться. Підприємство застосовує його за кардинального збільшення обсягів своєї операційної діяльності в майбутньому періоді, її галузевої, товарної чи регіональної диверсифікації (створенні філій, дочірніх підприємств тощо).

3. Реконструкція – інвестиційна операція, пов'язана з істотним перетворенням усього виробничого процесу на основі сучасних науково-технічних досягнень. Її здійснюють відповідно до комплексного плану реконструкції підприємства з метою

радикального збільшення його виробничого потенціалу, Істотного підвищення якості продукції, яка випускається, впровадження ресурсозберігаючих технологій тощо. У процесі реконструкції може здійснюватися розширення окремих виробничих будівель і приміщень (якщо нове технологічне обладнання не може бути розміщене в діючих приміщеннях); будівництво нових будівель і споруджень того ж призначення замість ліквідованих на території діючого підприємства, подальша експлуатація яких через технологічні чи економічні причини визнана недоцільною.

4. Модернізація - інвестиційна операція, пов'язана з удосконаленням і приведенням активної частини виробничих основних засобів у стан, який відповідає сучасному рівню здійснення технологічних процесів, шляхом конструктивних змін основного парку машин, механізмів і устаткування, що використовуються підприємством у процесі операційної діяльності.

5. Відновлення окремих видів устаткування – інвестиційна операція, пов'язана із заміною (у зв'язку з фізичним зносом) чи доповненням (у зв'язку зі збільшенням обсягів діяльності чи необхідністю підвищення продуктивності праці) наявного парку устаткування окремими новими їхніми видами, що не змінюють загальної схеми здійснення технологічного процесу. Відновлення окремих видів устаткування характеризує, в основному, процес простого відтворення активної частини виробничих основних засобів.

6. Інноваційне інвестування в нематеріальні активи – інвестиційна операція, спрямована на використання в операційному й іншому видах діяльності підприємства нових наукових і технологічних знань з метою досягнення комерційного успіху.

7. Інвестування приросту запасів матеріальних оборотних активів – інвестиційна операція, спрямована на розширення обсягу використовуваних операційних оборотних активів підприємства, які використовуються. Це забезпечує необхідну пропорційність (збалансованість) у розвитку необоротних і оборотних операційних активів у результаті здійснення інвестиційної діяльності. Необхідність цієї форми інвестування пов'язана з тим, що будь-яке розширення виробничого потенціалу, забезпечене раніше розглянутими формами реального інвестування, визначає можливість випуску додаткового обсягу продукції. Однак, ця можливість може бути реалізована тільки за відповідного розширення обсягу використання матеріальних оборотних активів окремих видів (запасів сировини, матеріалів, напівфабрикатів).

Висновок. У комплексі проблем, пов'язаних із визнанням ролі інвестиції підприємства, в сучасних умовах більшого значення набуває процес управління інвестиціями підприємств, що визначає збільшення уваги до інформаційного забезпечення керівництва відповідними даними про інвестиції. Таку інформацію повинна надати, насамперед, система бухгалтерського обліку, покликана виявляти й систематизувати про всі аспекти фінансово-господарської діяльності підприємства.

Бібліографічний список

1. zakon1.rada.gov.ua – про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.1991 №1560-XII.
2. Статистичний щорічник України за 2007 рік / За ред. О.Г. Осауленка. – К.: Державний комітет статистики України; Консультант, 2008. – 560 с.
3. **Лисенко Н.А.** Облік капітальних інвестицій підприємствами // Бухгалтерський облік і аудит. – 2007. - №9. – С.38-42.
4. **Лавченко Є.А.** Інвестиційна політика//Цінні папери України.–2008.-№48.-С.10-12

КОНАРЄВА Н.В., БРЕУСОВ О.Ю., ст.гр. ЕНМ-05

Наук. керів.: Портнова Г.О., ст. викл.

Донецький національний технічний університет,

м. Донецьк

МЕНЕДЖМЕНТ ТА УПРАВЛІННЯ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПОНЯТЬ

Проанализирована сущность понятий менеджмент и управление, определены общин аспекты и отличия в применении данных терминов.

Актуальність. У теперішній час у зв'язку з поширенням міжнародних відносин в економічній сфері та зміною пріоритетів у розвитку та організації виробництва достатньо актуальним стає питання вірного розуміння змісту та контекстного використання нових запозичених понять та термінів, що вживаються поряд зі звичними для нас.

Мета дослідження: аналітичне визначення спільних аспектів та розбіжностей у сутності та практичному використанні таких понять як менеджмент та управління.

Основна частина. Поняття *менеджмент* дуже швидко і невідворотно поповнило науково-технічну термінологію, але й досі немає чіткої визначеності щодо розуміння та вживання поняття *менеджмент* відповідно до нових умов господарювання. При цьому часто появу терміна *менеджмент* пояснюють лише модними іноземними віяннями, розглядаючи його досить поверхнево. Також слід відзначити, що в значній кількості науково-технічної літератури замість поняття *менеджмент* як синонім вживають термін *управління* [1-3] або використовують їх одночасно [4]. Крім того у нормативних документах (НД) термін *менеджмент* взагалі не узаконено [5] і навіть в національних НД, гармонізованих з міжнародними стандартами, для перекладу словосполук з терміном *management* без врахування суті тексту вживають термін *управління*.

В цілому зрозуміло, що поняття *управління* і *менеджмент* традиційно сприймають як синоніми тому, що це відображає їх загальну сутність та зміст діяння. Разом з тим, професійне використання цих термінів зумовлює необхідність чіткого обґрунтування та уточнення як їхніх наукових визначень, так і конкретного практичного застосування.

Однорідність первинного сприймання їх розуміння та змісту ґрунтується на перекладі англomовного терміна *to manage* як *управляти*, але більш контекстно зорієнтований переклад конкретизує значення цього терміна такими додатковими поняттями: *вміти, домагатися, майстерно управляти*.

Одне з найбільш поширених трактувань поняття *менеджмент* визначає його сутність як *мистецтво поставлення та досягнення мети*, в той час як загальноприйняте визначення терміна *управління* – *процес вироблення, прийняття та реалізації рішення*. Порівняння цих визначень і вказує на змістовний акцент відмінностей щодо уявлення та вживання понять *менеджмент* і *управління*. Якщо у менеджменті ключовою ланкою виступає *мета*, що безпосередньо визначає його пріоритетно-стратегічну орієнтацію, то в управлінні в основу покладено *рішення*.

Місце і роль рішення в управлінні зумовлює перш за все його прикладний, практичний аспект. Власне, саме поняття *управління* ще визначають як *цілеспрямоване діяння*, що прямо вказує або на вже існуючу мету, чи на таку, що поставлена «зверху», і яку досягають у процесі вироблення та здійснення рішення. Таке співвідношення аналізуємих понять передбачає первинність менеджменту та похідність управління. При цьому їхню спорідненість виявляють єдність мети, спільність організації, послідовність і взаємодія менеджменту та управління. Усе це дає змогу зробити висновок, що основний зміст менеджменту та управління складає загальна сукупність

діяльності керівників, спеціалістів і виконавців організації щодо поставлення і досягнення її мети через вироблення, прийняття та реалізацію рішень.

Особливе значення набуває аналіз прикладної орієнтації вживання досліджуваних понять, який виявляє значно більшу різноманітність об'єктів управління. У класичній теорії виділяють управління неживою природою (першого роду), живою природою (другого роду) і людським суспільством, зокрема соціально-економічними системами (третього роду).

На відміну від такого універсального підходу поняття *менеджмент* з точки зору *керівництва* частіше вживають стосовно підлеглого працівника, групи працівників, організації. Першочерговим завданням менеджменту є створення організаційної культури і творчого інноваційного клімату, які стимулюють працівників на нововведення для того, щоб мобілізацію та координацію людських і матеріальних ресурсів забезпечити ефективне досягнення організацією поставленої мети.

Тому обов'язковою умовою *менеджменту* стає створення певної організації, її структур, розподіл повноважень, побудова конкретної ієрархії, що не завжди необхідно в управлінні, наприклад, першого і другого роду. При цьому необхідно чітко розуміти, що власне до складу менеджменту організації належать далеко не всі учасники такої діяльності, а лише ті, у кого є підлеглі їм спеціалісти чи виконавці, а також ті, кого наділено правом поставлення мети для їхньої діяльності, тобто статусом керівника.

Менеджмент має свій економічний механізм, спрямований на розв'язання конкретних проблем взаємодії в реалізації соціально-економічних, соціально-психологічних завдань, що виникають у процесі господарської діяльності. При цьому її здійснення в ринковому середовищі об'єктивно створює умови, коли результати діяльності організації отримують відповідну оцінку на ринку в процесі обміну.

Проведений порівняльний аналіз дає змогу навести достатньо широкий спектр відмінностей понять *управління* і *менеджмент* (див. таблицю 1).

Таблиця 1 - Порівняльний аналіз аспектів управління і менеджменту

Аспект порівняння	Управління	Менеджмент
Суб'єкт	Персонал управління	Керівник
Об'єкт	Складові організації	Підлеглий
Орієнтація	Актуальна	Перспективна
Пріоритет	Завдання	Стратегія
Домінанта	Рішення	Мета
Ресурси	Комплексні	Соціально-економічні
Основа	Універсальна	Професійна

Слід зазначити, що наведені у таблиці відмінності є відносними, і в різних організаціях вони можуть проявлятися по-різному залежно від конкретних умов. Разом з тим, таке порівняння дозволяє дає змогу визначити природу і розуміння сучасного менеджменту, основний склад і зміст його відмінностей та зв'язків з управлінням.

Отже, саме цілі, необхідність їх поставлення і досягнення організацією у конкретній ситуації є відправним моментом дій менеджера. Поставлення мети своїм підлеглим є прерогативою кожного керівника, який отримує цей статус разом з правом здійснення діяльності щодо цілепокладання. Переважній більшості персоналу управління мету як правило ставить керівництво, що допускає лише можливість їх участі в деталізуванні, та роз'ясненні мети.

Висновки. Таким чином, існуючі аналітичні дослідження дають змогу визначити *менеджмент* як *професійне керування діяльністю підлеглих в організації, яке охоплює поставлення і досягнення її мети (цілей) шляхом застосування певних дій щодо підлеглих*. В той же час в управлінні найчастіше отримують та реалізують цілі,

поставлені керівництвом. Саме в цьому можна вважати і полягає суттєва відмінність менеджменту від управління, в якому рішення посідає визначальне місце та відіграє ключову роль, а його вироблення, прийняття, виконання з метою досягнення цілей, поставлених менеджером.

Бібліографічний список

1. Економічний енциклопедичний словник: У 2 т./За ред. **С.В. Мочерного**. – Львів: Світ, 2005. – 610 с.
2. **Хміль Ф.І.** Основи менеджменту. – К.: Академвидав, 2005. – 608 с.
3. Основи менеджменту: За наук.ред.проф. **В.Г. Федоренка**.–К.:Алеута,2007. –420с.
4. **Момот О.І.** Менеджмент якості та елементи системи якості: Навч. посібник. – .: Центр учбової літератури, 2007.–368 с.
5. ДСТУ ISO 9000–2001. Системи управління якістю. Основні положення та словник (ISO 9000: 2000, IDT).

АВЕРШИНА Е.Ю., СЕВОСТЬЯНОВА Т.В., ст. гр. ЭНМ–05
 Науч. руков.: Портнова Г.А., ст. преп.
 Донецкий национальный технический университет,
 г.Донецк

ПОНЯТИЕ ИННОВАЦИИ И ЗНАЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ ВО ВНЕДРЕНИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕ

Рассмотрена сущность понятий инновации и инвестиций, проанализирована актуальность этих понятий, приведена классификация инноваций и инновационных проектов.

Актуальность. В течение длительного периода предприятия Украины развивались в основном за счет экстенсивных факторов, которые в настоящее время полностью исчерпали себя или их воздействие стало экономически невыгодным. Поэтому развитие современного производства должно преимущественно базироваться на новых решениях в области технологии, техники, организационных форм и экономических методов хозяйствования, т.е. возрастающую роль должны играть инновационные процессы, направленные на активное внедрение в производство современных ресурсосберегающих технологий, увеличение выпуска новой продукции, расширение спектра услуг, предлагаемых населению и предприятиям различных форм собственности.

Цель исследования: теоретическое обоснование сущности понятия «инновации», выявление классификационных признаков инновационных и инвестиционных процессов.

Основная часть. Инновационный менеджмент сравнительно новое понятие для научной общественности и предпринимательских кругов. В рыночных условиях хозяйствования старые механизмы внедрения уже не работают, а новые только формируются. На схему одним формам и методам управления экономикой приходят другие. Идут процессы приватизации, акционирования, развития новых организационных форм хозяйственной и финансовой деятельности, формируется рынок ценных бумаг, рынок капитала и инноваций, рынок труда. В этих условиях инновационной деятельностью буквально вынуждены заниматься все организации, все субъекты хозяйствования – от государственного уровня управления до вновь созданного общества с ограниченной ответственностью в сфере малого бизнеса.

В настоящее время в литературе идет полемика о понятиях инновации,

новшества и инновационного проекта, действует множество родственных понятий инновации, каждое из которых отражает только его некоторые аспекты. Такое положение породило множество классификаций видов инноваций, ни одна из которых не может претендовать на завершенность.

Под инновациями в широком смысле понимается прибыльное (рентабельное) использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого, административного или иного характера.

Термин «инновация» в полном своем значении применяется в экономике Украины сравнительно недавно, поэтому в различной литературе он трактуется по-разному. По отдельным аспектам инновационного и инвестиционного менеджмента за последние годы в Украине появился ряд переводных работ известных зарубежных авторов, а также следует отметить вклад отечественных ученых в развитие науки, наукоемких и высокотехнологических производств.

Таблица 1 - Определения понятия «инновация»

Автор	Литература	Трактование термина «инновация»
И. Шумпетер	Е.Н.Власова. «Инновационный менеджмент»-М., 1989	- это не просто нововведение, а новый фактор производства
К. Найт	«Американские буржуазные теории управления (критический анализ)»-М., 1978	- внедрение чего-то нового для организации или её непосредственного окружения; особый случай процесса изменений в организации
Х.Барнет	М.М.Иванов, С.В.Калупаева, Г.Б.Кочетков «США: управление наукой и нововведениями»- М.,1990	- любая идея (деятельность или какой-нибудь результат), которая является новой по своим качественным признакам в сравнении с существующими формами
В.Томпсон	В.Д.Хартман, В.Шток «Критический анализ буржуазных теорий практики управления промышленными исследованиями и разработками»- М.,1979	- генерирование, принятие и внедрение новых идей, процессов, продуктов и услуг
Б.Твисс	«Управление научно-техническими нововведениями»- М., 1989	- это процесс образования и внедрения нового, единственный в своём роде, который объединяет науку, технику, экономику и управление.
Л.О.Евдокимова, Л.С.Слесарева	«Инновационный менеджмент»-С.-Петербург, 2008	- новая потребительская стоимость, основанная на достижениях науки и техники; способ повышения степени удовлетворения общественных потребностей
Е.Е.Цвет	«Инновационный менеджмент»-М., 2005	- превращение потенциального научно-технического прогресса в реальный, который воплощается в новых продуктах и технологиях

Материальной основой инноваций являются инвестиции. Поэтому одним из направлений успешного развития инновационной деятельности может быть её обеспечение разработкой механизма оценки эффективности инвестиций в инновации. Это, в свою очередь, выдвигает необходимость определиться с понятием инновация и попытаться создать классификацию инноваций, что позволит на начальных этапах разрабатывать методики оценки эффективности инвестиций для отдельных классификационных групп инноваций, а затем, возможно приступить к разработке универсальной методики.

Исходя из этого, в существующих классификациях инноваций следует выделять инновации научные, научно-технические, организационно-управленческие, социально-

экономические и комплексные. Такая группировка инноваций позволит выработать требования к оценке экономической эффективности каждого направления и, следовательно, конкретизирует существующие классификации. Классификация инноваций и инновационных процессов представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 - Классификация инноваций и инновационных процессов

Необходимость эффективной адаптации управления инвестициями к постоянно меняющимся экономическим условиям требует всестороннего изучения новых концепций, используемых в мировой практике управления. Поэтому зарубежные разработки в области теории нововведений должны стать предметом всестороннего анализа и научного обобщения. Украинскими и российскими авторами в последнее время также опубликован ряд работ, связанных с проблемой инвестиционного менеджмента. Однако они во многом лишь копируют западные подходы и методики. Как правило, эти методики лишены достаточной исследовательской базы и почти не отражают накопленный отечественными компаниями и фирмами реальный практический опыт инвестиционной деятельности.

Очевидно, что экономический рост прежде всего зависит от развития науки, образования, высокотехнологичных производств и информационной индустрии на базе мощных финансово-промышленных объединений, способных вкладывать значительные средства в перспективные разработки, обучение и переподготовку кадров, базовые и новейшие отрасли науки.

Выводы. Таким образом, под инновацией (инновационным проектом) следует понимать план создания и внедрения новшества, а под инновационным процессом – совокупность последовательных действий, направленных на разработку и реализацию инновационного проекта. Для предприятий Украины остается актуальным вопрос разработки методов оценки экономической эффективности инноваций в различные сферы деятельности с учетом различных источников финансирования и особенностей каждого конкретного вида инновации.

Библиографический список

1. Евдокимова Л.О., Слесарева Л.С. Инновационный менеджмент: учебное пособие. - Санкт-Петербург, 2008
2. Цвет Е.Е. Инновационный менеджмент. - Москва, 2005

ПОЛЯКОВА Е.О., ст.гр. ЭНМ-05
Науч. руков.: Портнова Г.А., ст. преп.
Донецкий национальный технический университет,
г. Донецк

СИТУАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ЭФФЕКТИВНОМУ ЛИДЕРСТВУ

Рассмотрены ситуационные подходы к лидерству, которые позволяют вырабатывать гибкие подходы к руководству, проанализированы модели руководства и их применение в различных ситуациях.

Актуальность. Неспособность более ранних исследователей найти постоянную зависимость между стилем руководства, удовлетворенностью и производительностью явилась ярким показателем того, что во всех случаях действует один дополнительный или более фактор. Чтобы найти эти факторы, теоретики стали обращать внимание не только на руководителя и исполнителя, но и на всю ситуацию в целом.

Цель исследования. Анализ ситуационных моделей руководства, теоретическое обоснование применения этих моделей на практике.

Основная часть. Были разработаны четыре ситуационные модели, которые помогли разобраться в сложностях процесса руководства: ситуационная модель руководства Фидлера, подход Митчелла и Хауса «путь–цель», теория жизненного цикла Херси и Бланшара и модель принятия решений руководителем Врума-Йеттона.

Модель Фидлера явилась важным вкладом в дальнейшее развитие теории, т.к. она сосредоточила внимание на ситуации и выявила три фактора, влияющие на поведение руководителя:

1. Отношения между руководителем и членами коллектива подразумевают лояльность, проявляемую подчиненными, их доверие к своему руководителю и привлекательность личности руководителя для исполнителей.

2. Структура задачи подразумевает привычность задачи, четкость ее формулировки и структуризации, а не расплывчатость и бесструктурность.

3. Должностные полномочия – это объем законной власти, связанной с должностью руководителя, которая позволяет ему использовать вознаграждение, а также уровень поддержки, который оказывает руководителю формальная организация.

Фидлер считает, что отношения между руководителем и членами коллектива могут быть хорошими и плохими, задача может быть структурирована и не структурирована, а должностные полномочия руководителя могут быть большими или малыми.

Различные сочетания этих трех размерностей могут дать восемь потенциальных стилей руководства. Из восьми потенциальных ситуаций первая является наиболее благоприятной для руководителя. В ней задача хорошо структурирована, должностные полномочия большие, а отношения между руководителем и подчиненными также хорошие, что создает максимальную возможность для оказания влияния. В противоположность этому, ситуация 8 - наименее благоприятная, потому-то должностные полномочия невелики, отношения с подчиненными плохие и задача не структурирована. Любопытно, результаты исследования Фидлера показывают, что самым эффективным стилем руководства в обоих этих крайних случаях будет ориентация на задачу.

Определив, что ориентированный на задачу стиль руководства будет больше всего соответствовать в наиболее или в наименее благоприятных ситуациях и что ориентированный на человека стиль лучше всего проявит себя в умеренно благоприятных ситуациях, Фидлер заложил основу для будущего ситуационного

подхода к управлению.

Еще одна ситуационная модель лидерства, во многом аналогичная модели Фидлера и имеющая много общего с теорией ожидания, относящейся к мотивации, была разработана Теренсом Митчеллом и Робертом Хаусом. Их подход под названием «путь - цель» также указывает руководителям на необходимость применять стиль руководства, наиболее сообразный ситуации. По существу, подход «путь - цель» пытается дать объяснение тому воздействию, которое производит поведение руководителя на мотивацию, удовлетворенность и производительность труда подчиненного. Согласно этому подходу руководитель может побуждать подчиненных к достижению целей организации, воздействуя на пути достижения этих целей. Приемы, с помощью которых руководитель может влиять на пути или средства достижения целей:

1. Разъяснение того, что ожидается от подчиненного.
2. Оказание поддержки, наставничество и устранение сковывающих помех.
3. Направление усилий подчиненных на достижение цели.
4. Создание у подчиненных таких потребностей, находящихся в компетенции руководителя, которые он может удовлетворять.
5. Удовлетворение потребностей подчиненных, когда цель достигнута.

Поначалу Хаус в своей модели рассматривал два стиля руководства: стиль поддержки и инструментальный стиль. Стиль поддержки аналогичен стилю, ориентированному на человека или на человеческие отношения. Инструментальный стиль аналогичен стилю, ориентированному на работу или на задачу. Позже профессор Хаус включил еще два стиля: стиль, поощряющий участие подчиненных в принятии решений, и стиль, ориентированный на достижение. Как и с моделью Фидлера, требуются дополнительные исследования для обоснования подхода «путь-цель».

Поль Херси и Кен Бланшар разработали ситуационную теорию лидерства, которую они называли теорией жизненного цикла, согласно которой самые эффективные стили лидерства зависят от «зрелости» исполнителей. Зрелость отдельных лиц и групп подразумевает способность нести ответственность за свое поведение, желание достичь поставленной цели, а также образование и опыт в отношении конкретной задачи, которую необходимо выполнить. Имеются четыре стили лидерства, которые соответствуют конкретному уровню зрелости исполнителей: давать указания, «продавать», участвовать, делегировать. Как и другие модели, модель Херси и Бланшара рекомендует гибкий, адаптивный стиль руководства. Но как и другие модели лидерства, она не получила всеобщего признания. Критика подчеркивала отсутствие последовательного метода измерения уровня зрелости; упрощенное деление стилей и неясность в отношении того, смогут ли руководители на практике вести себя с такой степенью гибкости, как требует модель.

Еще одной ситуативной моделью руководства стала модель, разработанная Виктором Врумом и Филиппом Йеттоном. Эта модель концентрирует внимание на процессе принятия решений. Согласно точке зрения авторов модели, имеется пять стилей руководства, которые может использовать руководитель в зависимости от того, в какой степени подчиненным разрешается участвовать в принятии решений. Эти пять стилей представляют континуум, начиная с автократического стиля принятия решений (AI и AII), затем идет консультативный (CI и CII) и, наконец, завершается полным участием (GII). Применение каждого из этих стилей зависит от характеристик ситуации или проблемы. Чтобы помочь руководителям оценить ситуацию, Врум и Йеттон разработали семь критериев, по которым оценивается ситуация «подчиненные - руководитель», а также модель дерева решений. Хотя модель Врума – Йеттона отличается от трех других ситуативных моделей, поскольку ее фокус – на принятии решений, она все же аналогична им в том, что подчеркивает отсутствие универсального

оптимального метода влияния на подчиненных. Модель получила полную меру как поддержки, так и критики. Ей требуется дальнейшее обоснование и уточнение.

Выводы. Подводя итоги, можно сказать, что различные ситуационные модели помогают осознать необходимость гибкого подхода к руководству. Руководитель должен всегда быть готовым к переоценке суждений и, если необходимо, соответствующему изменению стиля руководства. Руководитель, который выбрал определенный стиль лидерства и строго его придерживается, поскольку этот стиль хорошо зарекомендовал себя в прошлом, может оказаться неспособным осуществлять эффективное руководство в другой ситуации и на другом посту. Руководитель, который хочет работать как можно более эффективно, получить всё от своих подчиненных, не может позволить себе применять какой-то один стиль на протяжении всей карьеры.

Современный менеджер должен адаптировать стиль для конкретной ситуации, ориентировать его на реальность, так как самые эффективные руководители - это те, кто может вести себя по-разному - в зависимости от требований реальности.

Библиографический список

1. Базарова Т.Ю., Еремина Б.Л.. Управление персоналом. М. Изд. «Юнити» - 2001 г. – 198с.
2. Блейк Р.Р, Мутон Дж.С., Научные методы управления, Киев, 1990 г. – 154с.
3. Веснин В.Р. Менеджмент для всех. - М.: Знание, 1994 г – 320с.
4. Веснин В. Основы менеджмента. М., 1996 г.

ВОДОЛАЗСКАЯ М.Ю., ДМИТРЕНКО М.А., ст. гр. ЭНМ-05

Науч. руков.: Портнова Г.А., ст. препод.

Донецкий национальный технический университет,
г. Донецк

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрено стадии системы управления персоналом, ключевую задачу управления кадрами, зарубежную практику философии бизнеса, проанализированы проблемы в сфере управления персоналом на отечественных предприятиях.

Актуальность. В современных условиях стратегические возможности и обеспечение эффективного развития предприятия в значительной степени зависят от того, насколько успешно решаются задачи управления персоналом.

Цель исследования. Исследовать основные функции управления персоналом, провести сравнительный анализ системы управления персоналом в зарубежной и отечественной практике.

Основная часть. Система управления персоналом включает ряд стадий: формирование, использование, стабилизация и собственно управление. Формирование персонала – исключительно важная стадия в жизненном цикле нового предприятия. Структура управления персоналом включает в себя разработку и проведение кадровой политики, оплату и стимулирование труда, групповое управление, взаимоотношения в коллективе, социально-психологические аспекты управления.

Основные функции управления персоналом включают в себя: подбор, наем и формирование персонала; развитие организационной структуры; наилучшее использование потенциала работника и его вознаграждение. Существуют различные виды технологий управления персоналом: многозвенные, посреднические, индивидуальные.

Ключевой задачей управления кадрами является мотивация работников, которая

способствует более полному выявлению их трудового потенциала.

Как подчеркивают зарубежные специалисты по управлению, новаторское предприятие, ориентированное на качество, а не на количество выпускаемой продукции, все в большей степени зависят от человеческого фактора. Поэтому не только характер стратегии, но и стиль руководства, квалификация людей, их поведение должны постоянно анализироваться и совершенствоваться при формировании организационных систем управления. Особые требования предъявляются и к работникам кадровых служб. По своим функциям кадровые службы давно переросли отделы по хранению кадровой документации, с которой их деятельность начиналась. Основным содержанием их работы становится: планирование потребностей в персонале, активные методы набора и найма, управление потерями, анализ текучести, развитие кадров (подготовка и повышение квалификации, планирование карьеры). Учет и делопроизводство не должны занимать более 10% фонда рабочего времени кадровых служб.

В зарубежной практике управления персоналом реорганизация крупных компаний была совершена ещё в 70-80е годы. Формирование эффективно работающего коллектива в решающей мере предопределяется философией предприятия, системой нравственных ценностей и правил взаимоотношений между администрацией и сотрудниками.

Так, английская философия бизнеса основывается на традиционных ценностях нации и теории человеческих отношений. Она предусматривает уважение личности работника, искреннюю доброжелательность, мотивацию работников и поощрение достижений, обеспечение высокого качества работ и услуг, систематическое повышение квалификации, гарантии достойного заработка.

Американская философия бизнеса построена на традициях конкуренции и поощрения индивидуализма работника с чёткой ориентацией на прибыль компании и зависимость личного дохода от нее.

Японская философия менеджмента основывается на традициях уважения к старшему, коллективизма, всеобщего согласия, вежливости. Преобладает теория человеческих отношений и преданность идеалам фирмы, пожизненный найм сотрудников в крупных компаниях, постоянная ротация персонала, создание условий для эффективного коллективного труда.

На многих отечественных предприятиях в сфере управления персоналом обнаруживаются достаточно серьезные проблемы: использование изживших себя элементов административно-командной системы управления, рассмотрение предприятия как закрытой системы, слабо зависящей от изменений во внешней среде, малая заинтересованность персонала в обеспечении стабильного положения предприятия и его конкурентоспособности, недостаточная эффективность деятельности работников из-за слабой системы мотивации. Поэтому необходимо реформирование систем управления персоналом с учетом современных подходов к кадровому менеджменту в мировом бизнесе. Нужен переход от чисто кадровых вопросов к разработке стратегии внутрифирменного управления с учетом мировой практики, созданию принципиально новой системы обучения кадров. Пока что проблема подготовки кадров, владеющих теорией и практикой современного менеджмента, остается чрезвычайно актуальной.

Сейчас на предприятиях для эффективного подбора и расстановки кадров применяют матрицу рабочих мест персонала. Проведя оценку качества персонала путем сравнения характеристики работника с эталонными требованиями рабочего места, определяется уровень соответствия работника занимаемой должности и уровень его компетентности. В результате внедрения матрицы рабочих мест предприятие получает мощный и действенный механизм для управления персоналом.

Выводы. Как показывает опыт, важное место в системе управления персоналом в современных условиях должны занимать инновационное обучение, система управления талантами, сертификация персонала. Кадровая служба должна быть нацелена на постоянное развитие персонала и ориентирована на перспективное формирование команды.

Библиографический список

5. **Бизюкова И.В.** Кадры управления: подбор и оценка: Учебное пособие. – М.: Экономика, 1998.
6. **В. Кнорринг.** Искусство управления, М. «БЕК», 1997 г.
7. **В. В. Травин, В. А. Дятлов** Основы кадрового менеджмента. М. «Дело», 1997 г.

ФОМЕНКО Є.М., ст. гр МО-26

Наук. керівн.: Іванова І.С., ас.

Бердянський університет менеджменту і бізнесу,
м. Бердянськ

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ „ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ”

Исследованы теоретические аспекты и структурные составляющие категории „интеллектуальный капитал”.

Актуальність. В сучасних умовах ефективність економіки, рівень науково-технічного прогресу та соціально-економічного розвитку залежать від накопичених суспільством знань та ефективності відтворення інтелектуальних ресурсів нації. Насамперед підвищується значення інтеграції науки, освіти та виробництва, посилюється роль інтелектуальної діяльності в усіх сферах господарювання.

Питання дослідження концепції інтелектуального капіталу, та його відтворення відображено в багатьох роботах вітчизняних і зарубіжних учених, таких як Б. Леонтьєва, М. Хохлова, І. Крутія, Ю. Новикової, П. Цибульова, А. Чухно, А. Гапоненка, Е. Брукінга, Т. Стюарта та інших.

Мета дослідження: розкриття сутності інтелектуального капіталу та виявлення основних теоретичних аспектів управління ним.

Основна частина. В знаннєвомісткій економіці основними ресурсами стають інформація та знання, що передбачає нарощення та ефективне використання інтелектуального капіталу як сукупності знань людей, їх здібностей, досвіду та можливості втілювати інновації у високотехнологічні продукти.

Інтелектуальний капітал в теперішніх умовах стає чинником економічного зростання та головною силою у визначенні ринкової вартості розвинених компаній та формуванні конкурентоспроможності не тільки на рівні підприємства, але й держави в цілому.

Т. Стюарт визначив інтелектуальний капітал, як суму знань, якими володіють робітники (досвід, інформація, комунікації, технології, патенти), що забезпечують конкурентноздатність організаціям на ринку [1].

З позиції вартості, на думку М. Хохлова, інтелектуальний капітал складається з людського капіталу (зарплата, винагорода) та інтелектуальних активів (нематеріальних активів, щодо вартості об'єктів права інтелектуальної власності). В натуральному вимірі інтелектуальний капітал – це інтелектуальний потенціал (ресурс), який складається з людських ресурсів (інтелектуальної сили) та інтелектуальних ресурсів

(інтелектуальний продукт). [2]

В свою чергу, інтелектуальний продукт – це результат розумової, інтелектуальної праці, інтелектуальної інноваційної діяльності, продукт творчих зусиль. А інтелектуальна праця – це сутнісна основа процесу створення інтелектуального продукту і відтворення інтелектуального капіталу, основа інтелектуальної економіки, яку сьогодні ще називають „економікою знань”, „новою економікою”.

За визначенням І. Крутія та Ю. Новикової [3], поняття інтелектуального капіталу трактується як: 1. знання; 2. нематеріальні активи; 3. інтелектуальні активи, інтелектуальні ресурси. Тобто інтелектуальний капітал - це перетворення знань та нематеріальних активів в корисні ресурси, які дають конкурентні переваги індивідам, фірмам та націям. З цього визначення видно, що інтелектуальний капітал може розглядатися на трьох рівнях: індивідуальному, корпоративному та суспільному.

Б. Леонт'єв під інтелектуальним капіталом розуміє вартість сукупності наявних у суб'єкта інтелектуальних активів, включаючи інтелектуальну власність, його природні та надбані інтелектуальні здібності та навички, а також нагромаджені ним бази знань та корисні відносини з іншими суб'єктами. [4]

Один із засновників концепції інтелектуального капіталу Е. Брукінг [5], визначає категорію „інтелектуальний капітал” як здібності людини, її знання та можливості.

Ще один вчений П. Цибульов, розглядаючи інтелектуальний капітал в широкому розумінні дає таке його визначення - це знання, що можуть бути перетворені на прибуток та оцінені. Отже, він дотримується підходу, за яким інтелектуальний капітал трактується як знання. [6]

Досить неоднозначним є визначення складових елементів категорії „інтелектуальний капітал”. На думку Е. Брукінга, інтелектуальний капітал складається з таких основних елементів: активів ринку, активів інтелектуальної власності, гуманітарних активів та інфраструктури. Гуманітарними активами є людські ресурси, оскільки вчений вважає, що це знання, вміння та навички, що використовуються фірмою, але фактично знаходяться у власності її працівників. До інфраструктурних активів відноситься філософія управління фірми, її культура та бізнесові традиції. Активи інтелектуальної власності - патенти, торгові марки, авторські права, які були створені працівниками, але знаходяться у власності фірми. Ринкові зв'язки – клієнтські зв'язки, договори та контракти. [5]

На думку А. Чухно, інтелектуальний капітал поділяється на дві великі складові частини: людський капітал та структурний. Перший елемент втілений в працівниках компанії у вигляді досвіду, знань, навичок, здатностей до нововведень. Друга частина інтелектуального капіталу включає технічне і програмне забезпечення, організаційну структуру, патенти, торгові марки, все те, що дозволяє персоналу реалізовувати свій виробничий потенціал. [7]

А. Гапоненко виділяє три складові інтелектуального капіталу: людський капітал, організаційний та споживчий капітал. [1]

Отже, інтелектуальний капітал є досить складною категорією. Не існує єдиного трактування даної категорії та її складових елементів. Систематизувавши та узагальнивши існуючі підходи, доцільним є поділ інтелектуального капіталу на три основні складові: людський капітал, організаційний та клієнтський.

Людський капітал – це певний фізичний та духовний потенціал індивіда, який цілеспрямовано використовується у певній сфері економічної діяльності, що сприяє підвищенню продуктивності праці та підвищує дохід власника.

Організаційний капітал – складова частина інтелектуального капіталу, що стосується організаційної структури, культури організації, її технічного та програмного забезпечення. Даний вид капіталу відповідає за те, як людський капітал, перетворюючи

інформацію, використовується в організаційних системах.

Клієнтський капітал – це система довгострокових, взаємовигідних відносин організації з клієнтами, що побудовані на довірі. Клієнтський капітал збільшується за рахунок приросту кількості постійних клієнтів, зміцненню бренду організації.

Людський, організаційний та клієнтський капітал, знаходяться в тісному взаємозв'язку один з одним, тому недоцільним є інвестування тільки в одну складову частину інтелектуального капіталу, оскільки це системне поняття. Саме цілеспрямований розвиток усіх складових елементів забезпечить підвищення інтелектуального капіталу в цілому.

Сучасними формами матеріалізації інтелектуального капіталу є матеріальні фактори виробництва, праці – патенти, ліцензії, ноу-хау, моделі, програми тощо, які застосовуються у будь-яких сферах життєдіяльності суспільного виробництва.

Інтелектуальний капітал виконує завершальний процес руху, формуючи, доповнюючи, реалізуючи себе як систему. Він тісно пов'язаний з якісною робочою силою.

Важливий факт, що інтелектуальний капітал, як економічна категорія може існувати тільки у ринковій економіці, як і інші форми капіталу, коли праця є товаром, приносячи не лише вартість, але й додаткову вартість. На ринку користується попитом те, що має цінність.

Висновки. Таким чином, узагальнюючи поняття інтелектуальний капітал, визначимо його як економічні відносини щодо відтворення і відчуження результатів інтелектуальної діяльності між носіями інтелектуальних здібностей, що приймають форму інтелектуальної власності, і її потенційними споживачами.

Також визначено, що до структури інтелектуального капіталу входять такі складові елементи як: людський, організаційний та клієнтський капітал.

Отже, здатність країни до формування та ефективного використання інтелектуального капіталу визначає можливості її інноваційного розвитку на основі переходу до економіки знань.

Завдання, що постає перед Україною, полягає у реальній зміні моделі соціально-економічного розвитку щодо формування та використання інтелектуального капіталу. При цьому варто враховувати системний вплив різноманітних чинників, переважна більшість яких має деструктивний вплив на відтворення інтелектуального капіталу. Це слід враховувати в подальших наукових дослідженнях та при розробці державної політики у сфері освіти, науки, культури, інноваційної діяльності.

Бібліографічний список

1. Гапоненко А. Л. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал / А.Л.Гапоненко, Т.М. Орлова. – М.: Эксмо, 2008. – 400 с.
2. Хохлов М. Глобалізація економіки в ракурсі еволюції відносин власності / М. Хохлов // Економіка України. – 2004. – № 2. – С. 65-72.
3. Крутий И. Механизм прироста интеллектуального капитала личности и компании/И. Крутий, Ю. Новикова//Теории и практики управления.–2006.–№ 9.–С.18-26.
4. Леонтьев Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе / Б. Леонтьев. – М.: Акционер, 2002. – 257 с.
5. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Э.Брукинг. – Спб.: Питер, 2001. – 288 с.
6. Цибульов П. Кількісна оцінка інтелекту / П. Цибульок // Інтелектуальна власність. – 2004. – № 12. – С. 12-19.
7. Чухно А. Інтелектуальний капітал: сутність, форми та закономірності розвитку / А. Чухно // Економіка України. – 2002. – № 11-12. – С. 25-32.

ЛУНІНА Н.В., ст.гр.ЕПМ-08с
Наук.керів.: Булах І.В., ас., к.е.н.
Донецький національний технічний університет,
м. Донецьк

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ КРИЗИ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА «КОНТІ»

Розглянуто підходи до управління персоналом в умовах економічної кризи на прикладі підприємства «Конті».

Актуальність. В умовах глобальної економічної кризи, що охопила увесь світ, - утримати свої позиції на ринку і зберегти трудовий колектив, дуже непросто. І тому підприємство «Конті» для цих цілей вже прийняло низку заходів, один з яких - мінімізація витрат.

Мета дослідження: виявити особливості управління персоналом на підприємстві «Конті».

Основна частина. Останній квартал 2008 року був дуже непростим. На тлі загального занепаду в економіці події в соціальній сфері примусили багатьох людей почати турбуватися не тільки про свої заощадження і доходи, але і про робочі місця. Це зрозуміло, тому що більшості підприємств доводиться йти на крайні заходи, щоб вижити, відмовляючись від інвестиційних проєктів, скорочуючи обсяги виробництва, економлячи на витратах. Часто економія включає часткове урізування заробітних плат і власне робочих місць. Наприклад, японська компанія Sony, одна з найбільших в світі виробників електроніки, планує скоротити приблизно 5% співробітників (8 тисяч з приблизно 160 тисяч чоловік). Найважче в нинішніх умовах доводиться банкам, виробникам автомобілів, металургам і будівельним організаціям, тому що споживачам для таких крупних капіталовкладень необхідні кредити, а банки не в змозі їх надати.

Проте є галузі промисловості, потенційно стійкіші до потрясінь в економіці - вони надають споживачам товари і послуги першої необхідності. Це харчовики, фармацевти, підприємства хімічної промисловості і т.д. - адже купувати продукти, ліки, засоби гігієни люди будуть завжди. Тому підприємство «Конті» знаходиться поза епіцентром ризику. До того ж компанія робить все, щоб зберегти обсяги виробництва, і відповідно, робочі місця. «Конті» оптимізує асортимент, скорочуючи випуск дорогої продукції і роблячи акцент на доступніших для споживачів кондитерських виробках; економить на господарських і рекламних витратах.

Ще починаючи з жовтня 2008 року, багато підприємств почали вдаватися до так званих варіантів «оптимізації» витрат: переводу працівників на неповний робочий час з оплатою за фактично відпрацьовані години, відміні премій, компенсаційних соціальних програм. В умовах масового звільнення працівників на підприємствах, «Конті» вдається уникнути цього крайнього заходу, скоротивши заробітну плату всім співробітникам на 20% (від генерального директора до робочого фабрики), оскільки основна частина витрат доводиться на фонд заробітної плати. При цьому керівництвом компанії підкреслюється, що дане рішення носить тимчасовий характер, і як тільки ситуація стабілізується, все повернеться до колишнього рівня життя, до планів і звичок.

Грамотно спланована політика управління кадрами підприємства «Конті» в умовах кризи припускає, з одного боку скорочення співробітників, яким не вистачає компетентності, а з іншого боку, збереження і утримання досвідчених і грамотних співробітників, надаючи їм максимальну підтримку і створюючи сприятливі умови праці. Створення для співробітників підприємства атмосфери корпоративного духу і стабільності є невід'ємним елементом політики управління кадрами. Використання

такого підходу дає позитивні результати як у теперішній момент часу, так і в довгостроковій перспективі.

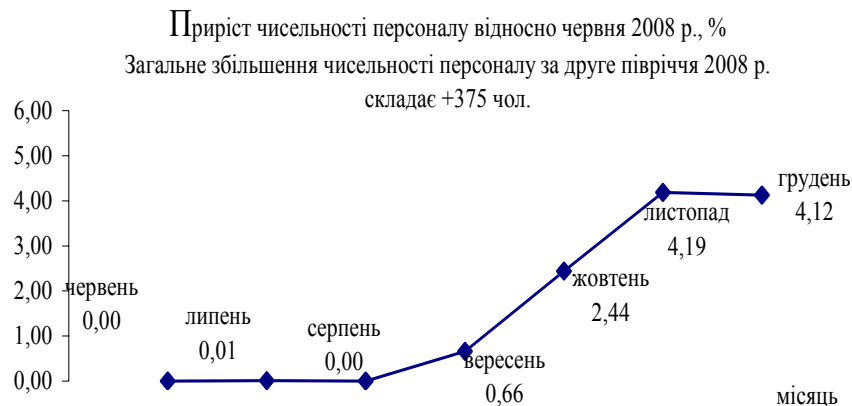


Рисунок 1 – Дані щодо приросту чисельності персоналу на підприємстві „Конті” за друге півріччя 2008 р.

Аналізуючи дані рисунка 1, можна зробити наступні висновки.

Висновки. Пік трудової активності припав на вересень, коли закінчується відпускний період і люди активно починають шукати роботу. Деякий спад завжди спостерігається в липні, в розпал відпускної пори, а до кінця року ситуація знову почала поліпшуватися. Крім того, кількість прийнятих на роботу людей істотно перевищує кількість тих, що звільнилися - це означає, що компанія продовжує розвиватися і рости.

Бібліографічний список

1. **Шекшня С.В.** Управление персоналом современной организации: Учеб.-практич.пособие.-2-е изд.-М.: ЗАО «Бизнес-школа» Интел – Синтез» 2002.
2. **Иванников А.П.** Да будет труд //Наш континент .-2009.-№5 (1).-С.7.

ТЕРЕХОВ В.В., ст.гр. ДИ-08м

Научн. руков.: Крапивницкая С.Н., к.э.н., доц.

Донецкий национальный технический университет,
г. Донецк

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрены и проанализированны методы повышения конкурентоспособности предприятия.

Актуальность. В эпоху глобализации и интернационализации производства единственным критерием его эффективности и востребованности выпускаемой продукции является конкурентоспособность. С момента своего создания и в течение всей жизни любая промышленная фирма, любой товаропроизводитель поставлены перед необходимостью решения жизненно важной для них проблемы конкурентоспособности. Экономика большинства стран мира глубоко втянута в мирохозяйственные связи, а национальный рынок, его требования в возрастающей мере формируются под активным воздействием мирового рынка и международной конкуренции.

Для отдельной компании необходимо различать потенциальную и реальную, действительную эффективность производства. Если уровень потенциальной эффективности зависит от внешних условий хозяйственной деятельности (наличия трудовых, сырьевых, энергетических ресурсов и т.п.) и прежде всего от общего уровня научно-технического развития страны, то реальная производительность в компании определяется в первую очередь уровнем управления и организации производства. Она может расти не только в результате снижения издержек производства за счет организационных или технических нововведений. Значительным резервом реальной эффективности производства является осведомленность, информированность руководства компании относительно новой техники или методов организации труда.

Цель исследования: анализ различных методов повышения конкурентоспособности предприятия, поднята актуальность именно инновационных методов повышения конкурентоспособности.

Основная часть. Стандартные методы повышения конкурентоспособности предприятия:

1. Рост эффективности производства - основа повышения прибыльности и выживания фирмы в конкурентной борьбе, особенно в современных условиях резкого ускорения НТП;
2. Изменения в технике и организации производства, ведущие к снижению его издержек;
3. Совершенствование структуры выпускаемой продукции, постоянное ее обновление, оптимизация и диверсификация структуры используемых в производстве ресурсов.

Нестандартные и инновационные методы повышения конкурентоспособности предприятия:

1. Дифференциация продукции как способ получения конкурентного преимущества. Дифференциация - это способность обеспечить компанию уникальной и большей стоимостью в виде нового качества товара, особых потребительских свойств или послепродажного обслуживания.

Успешно проведенная дифференциация позволяет фирме:

- устанавливать премиальную наценку на свою продукцию;
- продавать больший объем продукции (поскольку привлекается дополнительное число покупателей);
- сделать торговую марку фирмы более популярной среди покупателей (поскольку некоторое число покупателей сильно привязывается к дифференцирующим признакам).

Дифференциация может дать дополнительную прибыль, если премиальная наценка способна покрыть дополнительные затраты, связанные с ее проведением. Дифференциация не приносит желаемых результатов, если признаки, положенные в основу дифференциации продукции, не оценены покупателями столь высоко, чтобы окупить дополнительные издержки фирмы по дифференциации.

2. Концентрирование. Стратегия концентрирования очень широко применяется для существенного снижения затрат. Сегменты рынка, благоприятные для использования стратегии концентрирования, должны обладать одной или несколькими из перечисленных ниже характеристик:

- сегмент достаточно велик для извлечения прибыли;
- сегмент обладает высоким потенциалом для развития;
- сегмент не дает успеха большинству конкурентов;
- фирма, концентрирующаяся на сегменте, обладает квалификацией и ресурсами, необходимыми для эффективного обслуживания сегмента;

- фірма, концентруючися на сегменті, може захистити себе від конкурентів за рахунок установившихся хороших відносин з клієнтами і кращих можливостей обслуговування покупців в сегменті.

3. Інноваційний маркетинг. Такий вид маркетингу є найбільш перспективним і востребованим в сучасне час.

Висновок. В нинішнє час показуваль вартості компанії можна вважати основним показувальм її конкурентоспроможності. Це пов'язано з тим, що вартість компанії інтегрує в себе показуваль, відображають внутрішню ситуацію фірми і її зовнішнє оточення, і тим самим дозволяє сопоставлять результати діяльності різних економічних суб'єктів. Крім того, використання показуваль вартості як головного фактора конкурентоспроможності компанії можна пояснити і зміною сутності компанії.

Для власників вартість компанії є єдиним критерієм оцінки його фінансового благополуччя, який дає комплексне представлення об ефективності управління бізнесом. Об'єм продаж, прибуль, собівартість, фінансові показуваль (ліквідність, фінансова стійкість, оборачиваемість активів і ефективність) є як би проміжними характеристиками окремих економічних аспектів діяльності підприємства. І лише його вартість слугує загальним показувальм, єдиною характеристикою цінності товару.

Бібліографічний список

1. **Портер М.**, Міжнародна конкуренція. Пер. з англ. / Ред. В.І. Щетинина. М.: Міжд. отн., 1993.
2. <http://masters.donntu.edu.ua/publ2003/fem/gubskaya.pdf> - глобальна мережа Інтернет, Портал магістрів.
3. **Чернега О. Б.**, Управління конкурентоспроможністю в умовах трансформації економічних відносин. - Донецьк: ІЕП НАН України, 1999 - 448 с

ПЕТРЕНКО К.Г., гр. МО-Б04, магістр
Наук. крив.: Тараніч О.В., ас.
Донецький національний університет,
м. Донецьк

УПРАВЛІННЯ МАЛИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Рассмотрены и проанализированы особенности управления малыми предприятиями.

Актуальність. Малий бізнес є важливою складовою ринкової економіки. Досвід розвинених країн свідчить, що 60 % валового внутрішнього продукту забезпечує малий бізнес, на підприємствах цього сектора працює понад 50 % загальної численності зайнятих [4,6]. В 2007 році цим сектором було забезпечено всього 4,4 % ВВП, хоча до нього відносять 85,1% підприємств зареєстрованих в Україні [10].

Одним із важливих чинників, через котрі підприємства стають банкрутами є недостатній рівень управлінських знань. За дослідженнями чинників банкрутства малих підприємств в США 98% невдач обумовлено неефективним управлінням (45% – некомпетентність, 9% – відсутність досвіду у виробництві, 18% – недостатній управлінський досвід, 20% – вузький професіоналізм, 3% – невиконання професійних обов'язків) і тільки 2% пояснюють причинами, які не пов'язані з управлінням підприємством [8].

В Україні управління також є слабкою ланкою, особливо на підприємствах, що представлені у секторі малого бізнесу [2,7]. Дослідження довели, що тільки кожен п'ятий менеджер малого підприємства аналізує фінансові результати діяльності, третина з них – кожну неділю, 42% – раз у місяць [8].

Мета дослідження. Метою роботи є дослідження особливостей управління малими підприємствами для забезпечення їх більш ефективної та адаптивної діяльності.

В останні роки з'явилася велика кількість робіт вітчизняних учених і практиків, які вивчають особливості управління малими підприємствами у різних його аспектах. Це роботи: Бусек Ю., Гладких Н., Виговської В., Клименко С., Падеріна І., Ракші Н., Соломенко О., Чумаченко Н., Фроловой Г. та ін..

Основна частина. Згідно до Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності» від 18.09.2008 року № 523-VI. Змінено критерії визначення малого підприємства. До малих підприємств відтепер належать фізичні лиця, зареєстровані в установленому порядку як суб'єкти підприємницької діяльності; юридичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня чисельність зайнятих за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 чоловік та обсяг валового доходу за рік не перевищує 70 мільйонів гривень (попередній показник – 500000 Євро) [11].

Слід зазначити, що з позиції управління всі підприємства (в тому числі й малі) належать до організацій. Таким чином малим підприємствам притаманні властивості організацій: використання ресурсів, залежність від навколишнього середовища, горизонтальне та вертикальне розділення труду, ієрархія, необхідність управління. З цієї позиції управління малим підприємством розуміється, як процес планування, організації, мотивації та контролю, які необхідні для досягнення цілей підприємства, які представлені на рис. 1.

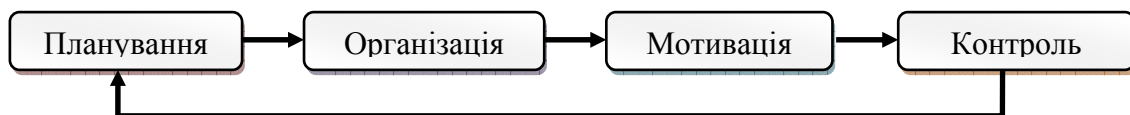


Рисунок 1 – Схема послідовності функцій управління малим підприємством

Слід відзначити, що для малих підприємств притаманні управлінські процеси аналогічні до великих організацій. Але управління малими підприємствами має свої особливості, які пов'язані з малим масштабом діяльності, що обумовлює недосконалість організаційної структури й відсутність чіткого поділу праці. При розгляді управління такого підприємства необхідно мати на увазі гнучкість і динамічність останнього, об'єднання прав, обов'язків і відповідальності власника з функціями управління. У більшості це обумовлено бажанням власника мінімізувати рівень ризику. Керівник, найчастіше, самостійно виконує більшість функцій, але відмова від делегування повноважень (або їхньої частини) спричиняє дефіцит часу на управлінську діяльність і негативно позначається на результатах роботи підприємства. Оскільки керівникові необхідно займатися не тільки поточною роботою, але й бачити перспективу її діяльності, доцільно витратити час на навчання працівника, здатного виконувати певні управлінські функції, і делегувати йому повноваження, чим постійно виконувати цю роботу.

Слід підкреслити, що малим підприємствам притаманні наступні риси, які обумовлюють особливості управління малим підприємством [1,4,5,6]:

1. єдність права власності й безпосереднього керування підприємством.

Власник, як правило, сам управляє підприємством, беручи на себе ризик і несучи відповідальність не тільки за інвестований капітал, але й за прийняті поточні рішення;

2. так звана видимість і прозорість малого підприємства, масштаби якого дозволяють власникові забезпечувати більш ефективний контроль;

3. персоніфікований характер відносин підприємця з постачальниками ресурсів і покупцями готової продукції, а також неформальний, особистісний характер відносин з кожним працівником підприємства і знання його інтересів і труднощів, що створює більше діючий механізм мотивації праці;

4. відносно невеликі ринки ресурсів і збуту, що не дозволяють малій фірмі впливати на ціни й обсяг реалізації продукції в рамках галузі, що змушує їх застосовувати стратегії пристосування до середовища. Із цього правила є виключення. Деякі малі фірми настільки вдало визначають свою ринкову нішу, що практично стають у її межах монополістами;

5. на малому підприємстві принципово в зрівнянні з великою компанією співвідношення власників та найманих робітників. Існує сімейний характер ведення справи: родина нерідко включається в число працівників, базовий капітал малого підприємства часто формується за рахунок сімейних заощаджень, сама справа успадковується представниками родини й т.д.;

6. малі підприємства характеризуються особливим характером фінансування. Якщо великі корпорації формують необхідні фінансові засоби через фондові біржі, то мале підприємство може розраховувати на порівняно невеликі кредити банків, власні засоби й неформальний ринок капіталу (засоби беруться в борг у друзів, родичів, інших підприємців і т.п.).

Для ефективного управління малим підприємством доцільно урахувати відмінності у поведінці малих та великих підприємств. Можна виділити наступні відмінності у поведінці малих підприємств, які представлені у табл. 1.

Таблиця 1 – Відмінності у поведінці малих підприємств від середніх та великих підприємств

Критерії порівняння	Малі підприємства	Середні підприємства	Великі підприємства
Цілі	Визначаються ринком, інтуїтивно, з імпровізацією	Коректуються ринком та стратегією, винахідливо	Домінування на ринку, систематичне та стратегічне
Менеджмент	Особистий, авторитарний, прямий	Особистий, невелика компанія фахівців, використання зовнішніх експертів	Командний, велика команда фахівців, функціональна або дивізійна організаційна структура, консультаційна структура
Продукт	Відсутнє планування та маркетингові дослідження	Короткострокове та несистематичне довгострокове планування, несистематичні маркетингові дослідження	Довгострокове планування регулярні маркетингові дослідження
Персонал	Особисті відносини з персоналом, висока степінь мотивації, відсутність впливу профспілки, відсутня рада трудового колективу(РТК)	Відносини співробітництва, організаційна середовище, невисока степінь мотивації, вплив профспілки та РТК	Жорстка ієрархія відносин, співробітництво у колективі, утруднена мотивація, сильні профспілки та ОТК
Фінанси	Родина, банк	Родина, банк, акції	Банк, акції

Слід зазначити особливості процесу управління на малих підприємствах. На малому підприємстві, як альтернативу плануванню, використовують "підприємницьке чуття" [8]. Рішення, що опираються на інтуїцію, можуть цілком відповідати виробничо-господарським інтересам підприємства, але ймовірність ухвалення правильного рішення за допомогою нераціональних процедур набагато нижче, ніж при раціонально обґрунтованій, планомірній дії. Тому імпровізацію й інтуїцію варто розглядати як доповнення до планування, але не як його повноцінну альтернативу.

На більшості малих підприємств відсутній плановий відділ, функції планування виконує керівник, тому часто плани документально не відображаються. У результаті цього про розмір планових показників персонал може тільки здогадуватися. Це має негативні наслідки: по-перше для досягнення успіху кожний працівник повинен мати чітку уяву про цілі підприємства та про свій особистий вклад для їх досягнення. По-друге, керівник не має змоги ефективно виконувати інші функції управління. Особливістю планування на вітчизняних малих підприємствах є відсутність довгострокових планів [9]. Для підвищення результативності управління малого підприємства доцільно використовувати методи стратегічного управління з врахуванням особливостей сегментованих галузей.

Системам управління малих підприємств характерні гнучка організаційна структура, тимчасове закріплення завдань і робіт за виконавцями; перевага горизонтальних зв'язків; мінімальне використання формальних правил і процедур; готовність до змін; групова динаміка; самоконтроль і контроль з боку колег.

Свої особливі відмінності на малому підприємстві має мотивація, оскільки, як правило, на таких підприємствах працюють люди творчі й ініціативні. Це припущення ґрунтується на дослідженнях Мак-Клеланда, який вважав, що люди гостріше всього відчують три потреби – влади, успіху, причетності [2].

Специфікою комунікацій на малих підприємствах є перевага усного вербального спілкування, при цьому процес видачі в силу спрощеної ієрархії відносин проходить більш швидко, ніж у великих організаціях.

Висновок. Для малих підприємств в цілому характерні управлінські процеси відповідні великим підприємствам. Але для управління малими підприємствами характерні наступні специфічні риси: об'єднання функцій власника й керівника, самостійне виконання власником більшості функцій, відсутність на багатьох підприємствах планових відділів, що є причиною того, що плани не фіксуються документально, відсутність систем довгострокового планування, використання "підприємницького чуття" у якості альтернативи плануванню, малі підприємства відносять до адаптивних систем, яким властиве: гнучка організаційна структура, тимчасово закріплення завдань і робіт за виконавцями; децентралізація повноважень і відповідальності; перевага горизонтальних зв'язків, мінімальне використання формальних правил і процедур; готовність до змін, використання гнучких методів контролю, перевага усного вербального спілкування.

Бібліографічний список

1. **Анискин Ю.** Организация и управление малым бизнесом: Учеб.пособие.- Изд-во «Финансы и статистика».-2008, 160с.
2. **Бусек Ю.** Малые и средние предприятия: политика и управление, Проблемы теории и практики управления, №2, 2002, с. 64-70
3. **Виговська В.,** Малий бізнес України: сучасний стан та тенденції розвитку// Актуальні проблеми економіки. – 2009 - №1 (91) - с. 59-64
4. **Дятченко Л., Ляшенко В., Павлов К.,** Малое предпринимательство в странах СНГ- М: Магистр, 2008. - 508 с.

5. **Егоров П.В., Карпова Е.И.** Управление развитием предприятий малого бизнеса: Монография. – Донецк: Издательство ООО «Лебедь», 2004. – 232 с.
6. Малый бизнес. Организация, экономика, управление./ Под ред. **Горфинкеля В.-Юнито**, 2007.- 495с..
7. **Назаренко Н.С.**, Економічне обґрунтування управлінських рішень в малому та середньому бізнесі засобом фінансової діагностики, Економіх (35) 200 6, с. 197-203
8. **Падерин И.**, Методологические основы и направления повышения экономической эффективности промышленного предприятия до современного уровня: моногр. – Днепропетровск, ДГФА, 2005 – 272 с.
9. **Ракша Н.**, Щодо підвищення конкурентоспроможності малого підприємництва в Україні, Економіст №3, с. 52-54, 2006
10. Статистичний щорічник України за 2007 рік. – Держкомстат України. К.: Консультант, 2008.- 576с.
11. www.rada.gov.ua

БУДАНОВ Г.С., ст.гр. ЭКИ-07

Науч. руков.: Миночкина О.Н., к.э.н., доц.

Донецкий национальный технический университет,
г. Донецк

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СТРАХОВОГО РЫНКА В УКРАИНЕ

Рассмотрены и проанализированы наиболее значимые проблемы в страховом рынке в Украине, так как развитое страхование – это неотъемлемая составляющая экономико-правовой системы развитого государства.

Актуальность. Наша страна по многим параметрам может быть отнесена к числу развивающихся. Речь идет не только об уровне жизни населения или распределении национального богатства. Развитость страны в ее современном понимании определяется наличием определенных правовых и экономических институтов, совместимых с аналогичными институтами тех государств, которые в общем понимании представляют воплощение передовой цивилизации и развитого гражданского общества.

Одним из очень важных экономико-правовых институтов, которые в течение столетий создает и совершенствует цивилизация, является институт страхования. Двигателем экономического прогресса в современном мире, несомненно, является свободное предпринимательство. Предприниматель, по определению, это лицо, осуществляющее хозяйственную деятельность за свои собственные средства и на свой собственный риск, он вовлекает в свою деятельность множество других лиц – и наемных работников, и деловых партнеров, и контрагентов. Поэтому неуспех его деятельности может вызвать цепную реакцию негативных экономических и социальных последствий. Именно поэтому цивилизованное общество требует от своих граждан защитить свою хозяйственную деятельность от влияния факторов, способных привести к коллапсу предприятия независимо от воли и усилий предпринимателя. Такие факторы многочисленны – и явления природы, и действия третьих лиц, и изменения в международной обстановке.

Неудивительно, что субъекты хозяйствования давно почувствовали необходимость в наличии структуры, которая бы разделила с ними риски хозяйственной деятельности. Такую услугу предоставляет институт страхования.

В современном мире страхование давно интернационализировалось. Оно

представляет собой разветвленную систему связей, взаимной поддержки и гарантий, позволяющую в случае необходимости привлечь колоссальные накопленные резервы для компенсации ущерба, причиненного неконтролируемыми и нежелательными факторами. И совершенно естественно, что столь важный экономический и социальный институт не мог избежать самого тщательного регулирования законодательными средствами.

Данную проблему изучали знаменитые отечественные ученые, такие как Субачев И.И., Олейник В.Я., Терещенко В. Е., Базилевич, Заволока Л.О., Бондарь И. К., но несмотря на все исследование, которые они провели, еще много вопросов осталось не решенными.

Страхование развивалось на протяжении нескольких сотен лет и стало неотъемлемым атрибутом любого бизнеса. Как многие другие институты цивилизованного мира, оно вошло на Украину на слабо подготовленную почву, как в теории, так и на практике.

Цель исследования: выявление наиболее значимых проблем в страховании на Украине, что поможет в будущем их решить.

Основная часть. Одним из основных показателей развития страхового рынка какой-либо страны является собранные страховые премии в расчете на одного человека. Этот показатель дает возможность увидеть, какое место занимает страхование в экономике страны.

Исследования показали, что лидером по этим показателям является Швейцария (5484,7 дол. США). Это говорит про высокий уровень развития страхования в этой стране, что не удивительно, так как Швейцария это одна из наиболее стабильных стран мира. Затем следует Великобритания (4967,5 дол. США), США (3864,7 дол.) и Япония (3734,5 дол. США).

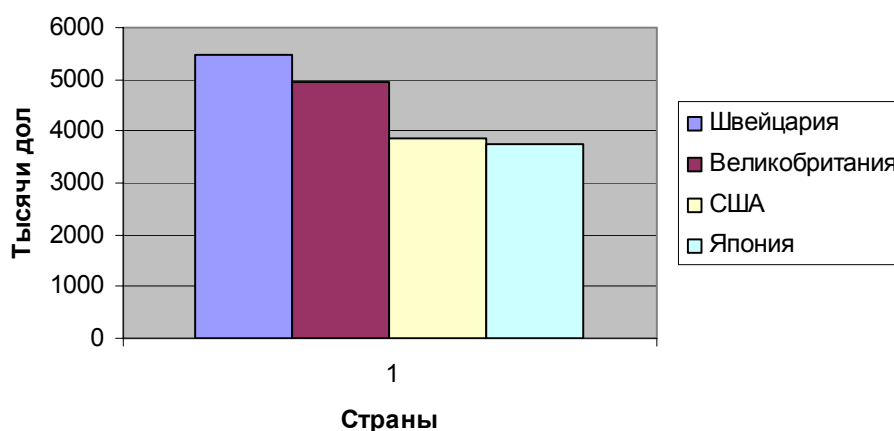


Рисунок 1 – Лидеры социального страхования

Если взять страны Центральной и Восточной Европы, где этот показатель на порядок ниже, то и среди этих стран Украина занимает одно из последних мест: объем страховых премий на одного человека в ней составляет только 55 дол.США [1].

Первой проблемой на Украине является отсутствие института «эффективных собственников».

Длительная история формирования страховых норм и правил совершенно естественно отразилась на их сложности и разветвленности. Разобраться в объемных полисах «реального страхования», снабженных многочисленными оговорками, и исключениях, ссылающихся на общепризнанные, но зарубежные правила «лондонского института страховщиков» и т.п., очень не просто. Поэтому наш предприниматель просто отодвигает от себя эту головную боль или рассматривают затраты на страхование в

лучшем случае как «необходимое зло», а нередко как источник личного обогащения.

Вторая проблема: на Украине очень слабо развито и совершенно недостаточно поддержано нормами права сознание социальной ответственности гражданина за последствия своих деяний в отношении третьих лиц и общества в целом.

Последствия производственной аварии, причинение ущерба окружающей среде, причинение ущерба здоровью и жизни окружающих и их собственности для западного предпринимателя и для нашего, украинского, совершенно несравнимы с точки зрения давления правовой системы. Поэтому западный предприниматель ни шагу не сделает без страхования своей производственной деятельности, а наш предприниматель во многих случаях надеется на «авось», то есть перекладывает свои риски на общество в целом.

Отсутствие ответственности касается поведения и граждан вообще. Почему в стране фактически не работает закон об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев автотранспорта? Ответ таков, что последствия несоблюдения закона совершенно различны для наших и западных автомобилистов. Отсутствие полиса страхования гражданской ответственности означает на Западе невозможность эксплуатации автомобиля – штрафплощадка немедленно и без всякого снисхождения. Да водитель просто побоится выехать без страховки, потому что в случае аварии размеры гражданских исков приведут его к полному разорению и необходимости всю жизнь оплачивать лечение пострадавших. То же самое ждет и предпринимателя, у которого, скажем, произошел взрыв на заводе или разлилась нефть из хранилища.

Третья проблема, которая свидетельствует о слабой подготовленности Украины к развитию страхования в его современных формах, – это отсутствие достаточного числа квалифицированных специалистов. Тот факт, что большинство руководителей фирм поручают заниматься вопросами страхования своим юридическим отделам, косвенно свидетельствует о неверном понимании самого института страхования. Страхование – это не юриспруденция и не экономика (хотя, конечно, связано с ними, как и любое общественное явление). Страхование – это скорее математика, статистика и технология.

Четвертая проблема - это сегодняшнее отношение к страхованию в нашей стране.

Скепсис предпринимателей и населения в целом в отношении возможностей страховых обществ защитить их от последствия упомянутых выше неблагоприятных и непредотвратимых событий совершенно обоснован. Этот скепсис обоснован хотя бы статистикой выплат возмещений страховыми компаниями. На Западе нормальным считается, если страховая компания выплачивает 60 % и больше от суммы собранных премий. У нас даже лучшие и наиболее добросовестные выплачивают 25 %. Но посмотрите на статистику выплат – и вы найдете там компании, которые выплачивают 1–5 %. Или на желании каких-то людей заработать путем махинаций. По оценкам специалистов на страховом рынке Украины только фальшивые «зеленые карты» продается от 10% до 30%. В результате только от этого страховые компании получают убытки на 2 млн. грн. в год, и конечно же, теряют доверие граждан [2].

Пятая проблема - это несовершенство страхового законодательства в соответствии с мировыми стандартами.

Необходимо делать более глубокие законодательные преобразования на уровне гражданского законодательства, законодательства, регулирующего коммерческую деятельность, в том числе и ее внешнеэкономическую сторону. Если издать законодательный акт, то граждане станут вести себя в соответствии с его предписаниями. А при необходимости можно карательными мерами заставить

несознательную категорию граждан соблюдать закон. На самом деле миром правит экономический императив, в просторечии «закон живота». Если правовая норма не соответствует экономическим потребностям общества, то она будет нарушаться.

Когда экономическое состояние взято в определенный момент общества диктует своим членам определенную модель поведения, задача государства – не подавить ее силовыми методами, а урегулировать таким образом, чтобы это поведение вошло во взаимоприемлемые рамки, кстати, к выгоде самого государства. Иначе результаты будут совершенно не теми, что ожидалось. Классика этой ситуации – сухой закон в США, который привел к появлению бутлегерства, мафии, перестрелкам на границах и дорогостоящей длительной борьбе государственных структур против нарушителей, причем при полном отсутствии сочувствия со стороны населения.

Все это в полной мере относится и к страхованию. Но даже при наличии страховой защиты и социально ответственном поведении несогласованность норм из других отраслей украинского законодательства лишают предпринимателя возможности по-настоящему обеспечить свои интересы и порождают тот самый скепсис в отношении страхования, о котором говорилось выше.

Или, к примеру, в законе Украины «Про внесення змін до Закон України «Про страхування»[3] указано «Договором страхування життя може бути передбачено індексацію за офіційним індексом інфляції розміру страхової суми та/або страхових виплат протягом дії договору страхування життя за умови відповідної індексації (зміни) розміру страхового платежу. Порядок та умови індексації визначаються правилами та договором страхування». То есть в законе указано, что страховая компания может индексировать размер страховой суммы в соответствии с уровнем инфляции в стране, но не сказано, что оно должно это делать.

Выводы. Было бы крайне сложно в рамках статьи даже перечислить все те направления страхования, которые пока не получили надлежащего развития на Украине. Здесь и медицинское и пенсионное страхование, и страхование сельскохозяйственной деятельности от стихийных бедствий и иных причин потери урожая, реальное страхование граждан, выезжающих за рубеж, реальное медицинское страхование иностранцев, временно проживающих на Украине, страхование профессиональной ответственности и многие другие. Таким образом, развитие многообразных хозяйственных отношений и укоренение в обществе понятия гражданской ответственности участников этих отношений создадут тот самый экономический императив, который подвигнет законодателя на совершенствование правового регулирования страховой деятельности. Совершенное страхование – это не только важный экономический и социальный инструмент, но и показатель зрелости развитого государства.

Библиографический список

1. **Машина Н.І.** Міжнародне страхування.-2006.-368 С.
2. **Маргарита О.** Итоги работы страховых компаний // Деловая столица.-2007.-49(343).- С 12.
3. <http://dfp.gov.ua> - державна комісія з регулювання ринків фінансових послуг України.
4. **Кокоріз Г.Г.** Проблеми розвитку страхового ринку в Україні // Регіон. Економіка. – 2008.- №2.- С 182 – 191.
5. **О.О. Власненко** Розвиток страхового ринку України// Фінанси України.- 2005.- №8 .-с 140 – 144.
6. **Шишко А.** Проблемы развития страхового рынка// Газета Юридическая практика №35 .-2006.

ШУПИК Д., ЭПМ-08

Науч. руков.: Калиниченко З.Д., к.э.н., доц.

Донецкий национальный технический университет,
г.Донецк

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДА SWOT – АНАЛИЗА ВВЕДЕНИЕМ ФУНКЦИИ «РИСК»

Метод SWOT анализа имеет ряд недостатков, одним из которых является отсутствие функции анализа планируемых мероприятий. При анализе не охватывается целый ряд показателей, которые можно отнести к такой области, как риски. Необходимо совершенствовать метод SWOT – анализа введением функции «риск»

Актуальность. Значительные финансовые потери, которые в связи с этим несут предприятия на современном этапе при реализации проектов, обуславливают выделение риска в самостоятельный элемент SWOT – анализа.

Цель исследования. Предлагается усовершенствовать метод SWOT - анализа путем добавления в него такого элемента, как РИСК и назвать этот метод – R-SWOT анализ (рисунок 1).

Сильные стороны	Возможности	Риски
Слабые стороны	Угрозы	

Рисунок 1 – Основные элементы R-SWOT анализа

Основная часть. Рассмотрим понятие риска более подробно и сравним его с областью SWOT анализа угрозой. Риск как неотъемлемый элемент экономической, политической и социальной жизни общества неизбежно сопровождает все направления и сферы деятельности любой организации, функционирующей в рыночных условиях. Нестабильность уровня спроса и предложения, постоянно ужесточающаяся конкуренция, опережающие темпы развития техники и технологии, резкие изменения валютных курсов, неконтролируемая инфляция, непостоянство законодательной базы, а также многие другие негативные факторы, характерные для текущего состояния экономики, создают условия, при которых ни одна (даже самым тщательным образом спланированная) коммерческая операция не может быть осуществлена с заведомо гарантированным успехом. Вследствие этого основным и неперенным условием нормального функционирования и развития любой современной организации является умение ее высшего руководства на строго научной основе осуществлять прогнозирование, профилактику и управление рисками.

Чем же отличается риск от угрозы: риск – это возможность опасности, ущерба. Угроза – возможная опасность, ущерб. В чем здесь существенная разница?

Угроза – это когда совокупность обстоятельств вокруг нас (бизнеса) указывают на опасность, на ущерб. И в данной ситуации эта опасность применительно к нам возможна. Риск – это когда мы не начав что-либо делать, то есть заранее, задаемся вопросом: если мы будем делать так, то при каких условиях нам может быть нанесен

ущерб или нашим планам будет существовать опасность быть нереализованным.

В современных условиях к числу основных видов проектных рисков предприятия относятся следующие.

- *Риск снижения финансовой устойчивости (или риск нарушения равновесия финансового развития) предприятия.* Этот риск генерируется несовершенством структуры инвестируемого капитала (чрезмерной долей используемых заемных средств), порождающим несбалансированность положительного и отрицательного денежных потоков предприятия по реализуемым проектам. В составе проектных рисков по степени опасности (генерирования угрозы банкротства предприятия) этот вид риска играет ведущую роль.

- *Риск неплатежеспособности (или риск несбалансированной ликвидности) предприятия.* Этот риск генерируется снижением уровня ликвидности оборотных активов, порождающим разбалансированность положительного и отрицательного денежных потоков по инвестиционному проекту во времени. По своим финансовым последствиям этот вид риска также относится к числу наиболее опасных.

- *Риск проектирования.* Этот риск генерируется несовершенством подготовки бизнес-плана и проектных работ по объекту предполагаемого инвестирования, связанным с недостатком информации о внешней инвестиционной среде, неправильной оценкой параметров внутреннего инвестиционного потенциала, использованием устаревшей техники и технологии, оказывающим влияние на показатели его предстоящей доходности.

- *Строительный риск.* Этот риск генерируется выбором недостаточно квалифицированных подрядчиков, использованием устаревших строительных технологий и материалов, а также другими причинами, вызывающими существенное превышение предусмотренных сроков строительно-монтажных работ по инвестиционному проекту.

- *Маркетинговый риск.* Он характеризует возможность существенного снижения предусмотренного инвестиционным проектом объема реализации продукции, уровня цен и другими факторами, приводящими к уменьшению объема операционного дохода и прибыли на стадии эксплуатации проекта.

- *Риск финансирования проекта.* Этот вид риска связан с недостаточным общим объемом инвестиционных ресурсов, необходимых для реализации проекта; несвоевременным поступлением инвестиционных ресурсов из отдельных источников; возрастанием средневзвешенной стоимости капитала, привлекаемого к инвестированию; несовершенством структуры источников формирования заемных финансовых средств.

- *Инфляционный риск.* В условиях инфляционной экономики он выделяется в самостоятельный вид проектных рисков. Этот вид риска характеризуется возможностью обесценения реальной стоимости капитала, а также ожидаемых доходов от осуществления инвестиционного проекта в условиях инфляции. Так как этот вид риска в современных условиях носит постоянный характер и сопровождает практически все финансовые операции по реализации реального инвестиционного проекта предприятия, в инвестиционном менеджменте ему уделяется постоянное внимание.

- *Процентный риск.* Он состоит в непредвиденном росте процентной ставки на финансовом рынке, приводящей к снижению уровня чистой прибыли по проекту. Причиной возникновения данного вида финансового риска (если элиминировать ранее рассмотренную инфляционную его составляющую) является изменение конъюнктуры инвестиционного рынка под воздействием государственного регулирования, рост или снижение предложения свободных денежных ресурсов и другие факторы.

- *Налоговой риск.* Этот вид проектного риска имеет ряд проявлений:

вероятность введения новых видов налогов и сборов на осуществление отдельных аспектов инвестиционной деятельности; возможность увеличения уровня ставок действующих налогов и сборов; изменение сроков и условий осуществления отдельных налоговых платежей; вероятность отмены действующих налоговых льгот в сфере реального инвестирования предприятия. Являясь для предприятия непредсказуемым (об этом свидетельствует современная отечественная фискальная политика), он оказывает существенное воздействие на результаты реализации проекта.

- *Структурный операционный риск.* Этот вид риска генерируется неэффективным финансированием текущих затрат на стадии эксплуатации проекта, обуславливающим высокий удельный вес постоянных издержек в общей их сумме. Высокий коэффициент операционного левириджа при неблагоприятных изменениях конъюнктуры товарного рынка и снижении валового объема положительного денежного потока по операционной деятельности генерирует значительно более высокие темпы снижения суммы чистого денежного потока по инвестиционному проекту.

- *Криминогенный риск.* В сфере инвестиционной деятельности предприятий он проявляется в форме объявления его партнерами фиктивного банкротства, подделки документов, обеспечивающих незаконное присвоение сторонними лицами денежных и других активов, связанных с реализацией проекта, хищения отдельных видов активов собственным персоналом и другие. Значительные финансовые потери, которые в связи с этим несут предприятия на современном этапе при реализации инвестиционного проекта, обуславливают выделение криминогенного риска в самостоятельный вид проектных рисков.

- *Прочие виды рисков.* Группа прочих проектных рисков довольно обширна, но по вероятности возникновения или уровню финансовых потерь она не столь значима для предприятий, как рассмотренные выше. К ним относятся риски стихийных бедствий и другие аналогичные „форс-мажорные риски", которые могут привести не только к потере предусматриваемого дохода, но и части активов предприятия (основных средств, запасов товарно-материальных ценностей), риск несвоевременного осуществления расчетно-кассовых операций при финансировании проекта (связанный с неудачным выбором обслуживающего коммерческого банка) и другие.

Выводы. Хозяйственная деятельность любого участника рынка происходит в условиях наличия той или иной неопределенности, которая возникает либо из-за отсутствия у руководителя компании полной информации о ситуации внутри и вне организации, либо из-за существования скрытого субъективного фактора, противодействующего интересам компании. Эти причины дополняются наличием фактора случайности, то есть вероятностью появления обстоятельств, которые невозможно предусмотреть. Естественно, что фактор неопределенности порождает риски оказаться не в той ситуации и не с теми результатами, на которые рассчитывало руководство предприятия.

Риск – это потенциальная возможность возникновения непредвиденных неблагоприятных обстоятельств, ведущих к материальным, трудовым, финансовым или информационным потерям компании. Его надо учитывать во внутреннем и внешнем анализе деятельности предприятия.

Библиографический список

1. **Иванов И.Н.** Менеджмент корпорации. Учеб. –М.:ИНФРА, 2004.- с.251
3. **Маркова В.Н.** Стратегический менеджмент. М.: ИНФРА, 2008. - с.78

ПРОКОПЕНКО В.Ю., ст.гр. МО-056
 Наук.керів.: Фархшатова О.В.,ас.
 Автомобільно-дорожній інститут ДВНЗ “ДонНТУ”,
 м. Горлівка

СУЧАСНИЙ СТАН УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Рассмотрено современное состояние управления трудовым потенциалом на украинских предприятиях, состояние каждого элемента руководящей системы, а также формирование, развитие и использование трудового потенциала.

Актуальність теми. Незважаючи на те, що розгалужена система управління трудовим потенціалом в Україні існує і відносно достатньо розвинута, стан управління трудовим потенціалом поки що не можна визнати задовільним через проходження суспільством кризового періоду. Успіх роботи підприємств визначається розробкою всіх компонентів їх систем управління, одним з яких є персонал. У зв'язку з цим особливого значення набуває удосконалення системи управління персоналом, а також стратегічного управління. В умовах постійно зростаючої конкуренції завдання завоювання й утримання підприємством стійкої конкурентної позиції на ринку вимагає формування і реалізації адекватної, науково обґрунтованої стратегії управління персоналом.

Мета дослідження: Аналіз сучасного стану управління трудовим потенціалом на українських підприємствах.

Основна частина. Щоб підтвердити те, що стан управління трудовим потенціалом поки що не можна визнати задовільним, розглянемо стан кожного з елементів керованої системи, адже оцінювати стан управління можна лише за результатами діяльності.

а) Управління формуванням трудового потенціалу. Починаючи з 1993 р. смертність значно перевищує народжуваність. Аналіз сучасної демографічної ситуації в Україні, здійснений професором Е.М. Лібановою, дозволяє визначити коло наявних у цій сфері проблем [1].

Такий демографічний стан, по-перше, може стати і вже стає сприятливим підґрунтям для розвитку в Україні, а саме можна згадати руйнівні міграційні процеси; по-друге, вимагає з максимальною раціональністю використовувати кожну статеву-вікову групу населення з метою одержання найбільшого ефекту в економічному зростанні. Це, у свою чергу, дасть можливість підвищувати рівень життя, а з ним і можливість усунення та запобігання кризовим демографічним явищам. Не можна також назвати задовільним піклування про стан здоров'я людини, поліпшення умов життя жінки та дитини, екологічну ситуацію через значну обмеженість у фінансових та інших ресурсах [9].

б) Управління процесами підготовки робочої сили. Підготовка кадрів з вищою освітою в академіях, університетах, вузах державної форми власності і кількісно, і якісно не поступається дореформеному стану та постійно вдосконалюється. Однак підготовка робітничих кадрів у професійно-технічних училищах значно відстає від вимог ринкової економіки. Підготовка цих учнів значною мірою не відповідає структурі попиту на робочу силу, про що свідчить питома вага й негативна динаміка незайнятих громадян, які закінчили професійно-технічні училища. Так, питома вага цієї категорії громадян, які звернулися до Державної служби зайнятості, в 2002 р. була 32,1 % і поступово щорічно збільшувалась, у 2008 р. сягнула 36 % [4].

Однією з причин «підготовки безробітних» у системі професійної освіти слід вважати штучний розрив у системі управління трудовим потенціалом.

в) Управління розміщенням продуктивних сил – наразі не виправляє стану з незадовільним розміщенням виробничих об'єктів за часи планово-централізованої економіки.

г) Управління використанням ресурсів праці. Впровадження новітніх технологій та втілення сучасного високопродуктивного устаткування, підвищення рівня автоматизації й механізації процесів і ручної праці здійснюється повільно. Управління персоналом на багатьох підприємствах залишилося на рівні планової економіки і не відповідає ринковим умовам. На приватних підприємствах і фірмах досить часто порушується законодавство щодо режимів праці й відпочинку та організації профспілок, не допускається їх створення. На підприємствах значно зменшені витрати на розвиток персоналу, професійне навчання та підвищення кваліфікації кадрів [5].

Соціалізація ринку праці в Україні – об'єктивний процес, пов'язаний з розширенням зайнятості, підвищенням добробуту і якості життя населення. Він спирається на об'єктивні вимоги та норми Міжнародної організації праці, зокрема щодо включення до міжнародних угод «Соціальних статей», які передбачають обов'язкове поліпшення умов життя і праці, ліквідацію експлуатації працівників [3].

д) Управління ринком праці. Особливу небезпеку викликає тривале так зване хронічне та застійне безробіття в Україні. Середня тривалість безробіття, за даними Державного центру зайнятості, в останні 5 років була надзвичайно високою і становила від 8 до 12 місяців щорічно [8].

Боротьба з безробіттям на всіх рівнях управління трудовим потенціалом є обов'язковим заходом, який запобігає руйнації національної робочої сили. Не менш важливим є також підвищення ціни та вартості робочої сили. Адже для того, щоб останнє не вплинуло негативно на собівартість і конкурентоспроможність робочої сили, необхідно підвищувати продуктивність виробництва, зменшуючи витрати всіх ресурсів на виробництво продукції. Висока конкурентоспроможність продукції, отримана за рахунок широкого втілення новітніх технологій і устаткування, дасть змогу збільшити обсяг виробництва та чисельність економічно доцільних робочих місць [9].

Головними напрямками, на нашу думку, в діяльності щодо розвитку та використання трудового потенціалу слід вважати:

1. злам негативних тенденцій, відображених у прогнозах скорочення чисельності населення за рахунок різкого зниження рівня дитячої смертності та зростання тривалості життя населення. Це потребує системи програм і заходів з охорони здоров'я, материнства й дитинства, раціоналізації харчування, поліпшення стану довкілля, розвитку відповідних видів економіки та ін.;
2. різке і швидке зростання продуктивності праці та значне підвищення конкурентоспроможності робочої сили і товарів за рахунок посилення інвестицій у людський та речовинний капітали, поновлення і розширення діяльності наукомістких видів діяльності, впровадження новітніх технологій та сучасного устаткування;
3. широкомасштабний вихід на світовий ринок товарів і послуг переважно наукомістких видів товарної продукції. Для цього слід активно захистити національний ринок, активізувати рекламу вітчизняних високо конкурентоспроможних товарів;
4. поновлення статусу вітчизняної науки у світі як однієї з провідних за рахунок всебічної державної підтримки розвитку наукової бази та підтримки вчених;
5. широкого впровадження розробок українських науковців у виробництво [2].

Якість здоров'я працівників, відтворення і подальше збереження трудового потенціалу держави набуває важливого значення для економічного розвитку країни.

Визначено, що здоров'я кожної людини і всього українського народу, його трудовий потенціал є найбільшою цінністю держави, а необхідність його поліпшення – головна мета громадянського суспільства. Ефективний захист і збереження здоров'я працюючих, розвиток трудового потенціалу можливі лише за умов узгоджених дій і цілковитого взаєморозуміння всіх гілок державної влади і об'єднань громадськості, спільного з органами державної влади пошуку рішень у цих напрямках [1].

У 2004 р. Інститутом економіки промисловості НАН України проводилась опитування фахівців з проблем праці на тему «Трудовий потенціал як чинник економічного зростання й інноваційного розвитку промисловості». Експерти дійшли висновку про такі основні напрями розвитку трудового потенціалу на регіональному рівні:

а) забезпечення ефективної взаємодії регіональних органів управління із суб'єктами господарювання з питань розвитку трудової сфери, забезпечення заінтересованості цих суб'єктів у підвищенні якості трудового потенціалу;

б) надання обов'язкового характеру положенням щодо забезпечення розвитку трудового потенціалу в регіональних стратегіях розвитку;

в) забезпечення чіткого розподілу прав, обов'язків та відповідальності місцевих органів щодо розв'язання проблем збереження й розвитку трудового потенціалу [6].

4. Висновки. Таким чином, управління трудовим потенціалом є ваговою частиною регулювання економічних і соціальних процесів, яке безпосередньо забезпечують органи законодавчої, виконавчої та судової влади різних рівнів. Влада в особі Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, Верховного Суду України та відповідних органів на місцях конкретизує, розвиває і вдосконалює нормативно-правове забезпечення відтворення та використання трудового потенціалу. В єдиній системі державного управління економічними і соціальними процесами функціонує інфраструктура ринку праці [7].

Лише надійна інформація стосовно процесів, які відбуваються в економічній і соціальній сфері, дає можливість належним чином здійснювати державне управління трудовим потенціалом суспільства. Для цього застосовується інформація чотирьох джерел: дані перепису; дані державної (адміністративної) фіксованої статистичної звітності, або фіксовані дані; дані щоквартального обстеження домогосподарств на економічну активність населення; вибіркові перевірки суб'єктів господарювання з окремих питань.

Суттєві недоліки з'явилися у формуванні та розвитку робочої сили. Не виправляються територіальні викривлення в розміщенні продуктивних сил. Низькими лишаються темпи впровадження новітніх технологій і заміни застарілого устаткування, що не дає змоги вийти на достатній рівень продуктивності. Серйозну загрозу якості трудового потенціалу створює хронічне безробіття.

Це вимагає від державних органів управління посилення уваги до формування, розвитку та використання трудового потенціалу, в життя дієвих невідкладних заходів.

Бібліографічний список

1. **Богиня Д.П., Грішнова О. А.** Основи економіки праці. – К.: Знання-Прес, 2002. – 313 с.
2. **Васильченко В.С.** Державне регулювання зайнятості. – К.: КНЕУ, 2003. – 252 с.
3. **Есинова Н.И.** Экономика труда и социально-трудовые отношения. – К.: Кондор, 2003. – 462 с.
4. **Завіновська Г.Т.** Економіка праці. – К.: КНЕУ, 2003. – 299 с.
5. **Колосницька М.Г.** Экономика труда. – М.: Магистр, 1998. – 236 с.
6. **Осовська Г.В., Крушельницька О.В.** Управління трудовими ресурсами. – К.: Кондор, 2003. – 223 с.
7. **Петюх В. М.** Ринок праці. – К.: КНЕУ, 1999. – 283 с.
8. **Погорілко В. Ф.** Нова Конституція України. Огляд, коментар і текст Основного Закону. – 3-тє вид. – К.: Наукова думка, 1998. – 155 с.
9. Ринок праці України у 2002 році: Аналіт.-стат.зб. – К.: Держ.центр зайнятості. – 245с.
10. Розміщення продуктивних сил України / За ред. **Є.П. Качана.** – К.: Вища школа, 1998. – 208 с.

СЕРДЮК І.І., ст.гр. 59 МЗЕД
 Наук. керів.: Міхов Л.І., к.е.н., доц
 Бердянський університет менеджменту і бізнесу,
 м. Бердянськ

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Проанализировано состояние инновационного развития промышленного предприятия, разработаны предложения относительно повышения эффективности инновационной деятельности на предприятии.

Актуальність. Сучасні економічні відносини базуються на умовах жорстокої конкуренції. Саме тому основою конкурентоспроможності підприємства виступають інновації. Лише систематичне оновлення та модернізація існуючого асортименту товарів та послуг, удосконалення техніки та технології дозволить підприємству підтримувати високі показники прибутку та лідерські позиції протягом тривалого часу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Змістовні результати досліджень питання інноваційного розвитку промислових підприємств отримано такими вченими як: О.І. Волков, М.П. Денисенко, В.А. Вісящев, Ж.А. Говаруха, Ю.В. Макагон, Д.М.Стеченко, М. Портер, та інші.

Мета дослідження: теоретичне обґрунтування і аналіз розвитку інноваційної діяльності на промисловому підприємстві “Азовкабель” та розробка заходів для підвищення її ефективності.

Основна частина. Значення інновацій постійно зростає, оскільки практика ведення бізнесу буквально вимагає від кожного підприємства впровадження нововведень різного характеру [1].

Інноваційну модель соціального та економічного розвитку визначено у посланні Президента України Верховній Раді “Європейський вибір. Концептуальні основи стратегії економічного розвитку на 2002 – 2011 роки” як другий за визначенням стратегічний пріоритет для України, як одна із системотворчих складових частин переходу до нового історичного етапу розвитку нашої країни.

Таке зростання може стати реальним лише на основі структурно – інноваційної моделі економічного зростання, інтенсивного, технічного та технологічного оновлення виробництва. [2]

Інновації – це головна складова успіху розвитку підприємства, яка суттєво впливає на рівень його прибутковості. Модернізація продукту і розширення спеціалізації найчастіше дозволяє підтримувати рівень прибутку, а більш суттєвий ефект приносять тільки по – справжньому новаторські товари. [3]

Для розуміння суті даної економічної категорії О. І. Волков наводить визначення, які найчастіше зустрічаються в економічній літературі [5]:

- інновація – це нововведення, яке пов’язане з науково – технічним прогресом і полягає у відновленні основних фондів і технологій, в удосконалюванні управління й покращенні економічних показників підприємства.
- інновація – це новий підхід до конструювання, виробництва, збуту товарів, завдяки якому інноватор та його компанія здобувають переваги над конкурентами.

На сьогодні суть терміну “інновація” на державному рівні дає Закон України “Про інноваційну діяльність”: інновації – новостворені і вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно – технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшує структуру та якість виробництва і соціальної сфери. [6]

Слід підкреслити, що економіка України поки що розвивається, спираючись на вже сформовану технологічну базу. Але зростання може бути лише тоді, поки остаточно не будуть вичерпні ресурсні запаси і почнеться процес їх дорожчання. Відтоді досягнуті темпи економічного зростання почнуть падати з великою швидкістю. Розуміння такої ситуації створює практичні передумови переходу економіки України на інноваційну модель розвитку, коли зростання суспільного виробництва здійснюватиметься за рахунок впровадження новітніх досягнень науки і техніки, тобто економіка почне розвиватися за рахунок інтенсивних факторів.

Інновації стануть головним фактором економічного зростання сучасної науково-технічної революції. [7]

Залежно від сфери застосування нових підходів та ідей сучасні економісти розрізняють такі основні види інновацій [8]:

1. Продуктові – створення нових товарів або послуг, які орієнтуються на попит, що формується;
2. Технологічні – вдосконалення методів виробництва існуючих товарів (послуг);
3. Ринкові – вироблення нових методів діяльності на ринку;
4. Організаційні – вдосконалення організаційних структур управління підприємствами.

За характером суспільної мети О. І. Волков розрізняє інновації [2]:

- економічні, орієнтовані на прибуток (виробництво лікарських препаратів на експорт тощо);
- економічні, не орієнтовані на прибуток (екологічні та ін.);
- спеціальні (військові, охорона здоров'я, освіта і т. ін.).

Така класифікація надає змогу шляхом опитування й паспортизації провести діагностику суб'єктів інноваційного підприємництва, виділити основні особливості кожного кластера й зафіксувати основні групи суб'єктів інноваційного підприємництва.

Проаналізуємо інноваційну активність ЗАТ “ПП “Азовкабель”, розташоване в м. Бердянськ.

Закрите акціонерне товариство “ПП “Азовкабель” – одне з самих великих виробників кабельно – проводникової продукції в Україні, створено в листопаді 2001 року. На сьогодні в асортименті продукції, яку випускає підприємство нараховується близько 2,5 тисяч марко – перетинів. Також підприємство є єдиним в Україні, яке випускає кабелі зв'язку.

На підприємстві використовується сучасна технологія, високоякісні матеріали, які забезпечують стабільність фізико – механічних та електричних якостей кабелів.

Промислове підприємство “Азовкабель” розробляє стратегію подальшого розвитку, робить ставку на розширення об'єму виробництва, а також на підвищення якості продукції для того, щоб заволодіти ведучі положення на ринку.

В 2007 році на підприємство “Азовкабель” зверталися замовники із замовленням загальним обсягом 25 км, які не знали номенклатуру підприємства. Треба врахувати, що досить багато потенційних замовників, яким необхідний такий кабель, але їм відомо, що ЗАТ “ПП “Азовкабель” його не виготовляє.

На підставі викладеного пропонуємо прийняти умовне річне замовлення на п'ятижильні кабелі, наведені до перетину 240 мм у розмірі 100 км. У такому випадку в грошовому вираженні обсяг в рік складе 50,0 млн. грн. без ПДВ. Приймемо відсоток прибутку для даного виду кабелю 7%. Річний прибуток складе 3,5 млн. грн.

У таблиці 1 наведені дані розрахунку обсягів виробництва трьох видів кабелів при повному завантаженні устаткування на ділянці і при однозмінній роботі у фізичному й грошовому вираженні.

Таблиця 1 – Річний обсяг виробництва кабельно – дрової продукції високовольтних кабелів за 2008 р.

Найменування продукції	Обсяг у фізичному вирахованні	Обсяг у грошовому вирахованні, тис.грн.	Прибуток, млн. грн.
Високовольтний кабель марки ПвПг-240/25	900 км	153,90	7,7
Сталеалюмінійовані проведення марки АС-400/51	2831 т	42,69	6,4
Силовий кабель марки ВВГ-5х240	1992,2 км	996,6	69,7
Разом	-	1192,69	83,8

Виходячи з припущень про можливі замовлення і їхню реалізацію, слід зазначити, що тільки проведення марки АС можна реалізувати в максимальному обсязі.

Кабель високовольтний марки ПвПг – 240/25 і силовий кабель марки ВВГ – 5х240 навряд чи вдасться реалізувати по максимальному випуску.

У таблиці 2. зазначені передбачувані обсяги виробництва, загальний обсяг у грошовому вирахованні й загальному прибутку.

Таблиця 2 – Передбачуваний обсяг виробництва на 2009 р.

Найменування продукції	Обсяг у фізичному вирахованні	Обсяг у грошовому вирахованні, тис.грн.	Прибуток, млн. грн.
Високовольтний кабель марки ПвПг-240/25	450 км	76,60	3,83
Сталеалюмінійовані проведення марки АС-400/51	2831 т	42,69	6,40
Силовий кабель марки ВВГ-5х240	100 км	50,00	3,50
Разом	-	169,29	13,73

Отже, очікуваний річний прибуток від виробництва кабельно – дрової продукції на ділянці високовольтних кабелів складе 13,73 млн. грн.

Нововведення на підприємстві ЗАТ “ПП “Азовкабель” будуть найбільш ефективні тоді, коли всі структурні підрозділи, весь колектив, і кожен працівник залучені в усі фази прийняття рішень і впровадження інновацій.

Тому застосування менеджерами підприємства “Азовкабель” стилю керівництва “участь в управлінні”, підтримка почуття соціальної захищеності, значимості кожного працівника, ступеня його відповідальності і можливості професійного і посадового росту – невід’ємні складові сприятливого інноваційного клімату в колективі.

Висновки. Таким чином, досліджено аспекти інноваційного розвитку на промисловому підприємстві, ефективність використання інновацій в виробництві, та були запропоновані шляхи вдосконалення планування і організації інноваційної діяльності з метою підвищення конкурентоспроможності як продукції так і підприємства в цілому.

Бібліографічний список

1. **Шарадкіна Є.А.** Інноваційний потенціал – джерело розвитку підприємств України / Є.А. Шарадкіна, Я.В. Шабліна // Вісник. – 2007. – №1. – С. 66 – 71.

4. **Волков О.І.** Шляхи активізації інноваційної діяльності підприємств / О.І.Волков – К.: КНУТД, 2005. – 775 с.

5. **Говаруха Ж.А.** Питання розвитку інноваційної діяльності підприємств України / Ж.А. Говаруха // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №8. – С. 107 – 115.
6. **Волков О.І.** Інноваційний розвиток промисловості України / О.І. Волков, М.П.Денисенко, А. П. Гречан – К.: КНТ, 2006. – 648 с.
7. Закон України “Про інноваційну діяльність”. Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2002 №36.
8. **Федулова Л.І.** Інноваційний розвиток промисловості України: тенденції та закономірності / Л.І. Федулова // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №3. – С. 82 – 97.
9. **Шарадкіна Є.А.** Шляхи активізації інноваційної діяльності на підприємствах України / Є. А. Шарадкіна, Я. В. Шабліна // Вісник. – 2007. – № 2. – С. 100 – 104.

НАТОЛОЧНА А.П., ст. гр. МП-45

Наук. керів.: Трикоз І.В., ст. викл.

Бердянський університет менеджменту і бізнесу,
м. Бердянськ

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Осуществлена оценка перспектив развития и альтернативных источников финансирования инновационной деятельности фармацевтической отрасли Украины.

Актуальність. Інноваційна діяльність сьогодні є одним з основних елементів конкурентоспроможності сучасної економіки. Адже, інноваційною вважається діяльність, яка покращує та полегшує життя людини. У фармацевтичній галузі – це лікування невиліковних хвороб, підтримка організму, полегшення засвоєння ним ліків тощо. Саме людина, якість та безпека її життя має забезпечити пріоритети інноваційного розвитку як фармацевтичної галузі, так і всієї нашої країни.

Вирішенню окремих задач даної проблеми присвячені роботи В. Василенка, В. Шматька, О. Козиревої, Д. Карамішева, А. Демченка, В. Гриньової, Н. Бенюхи, В. Пашкова та інших.

Мета дослідження: аналіз перспектив розвитку та джерел фінансування інноваційної діяльності фармацевтичної галузі України.

Основна частина. Розвиток сучасного виробництва повинен майже цілком базуватися на нових рішеннях в галузі технологій, техніки, організаційних форм й економічних методів господарювання, тобто різних нововведеннях.

На думку В. Шматька, до факторів, що гальмують освоєння нововведень у фармацевтичній промисловості, відносять: нестачу власних фізичних ресурсів, високі ставки за кредитами у комерційних банках, зменшення внутрішнього попиту й економічний ризик освоєння нової продукції [1]. Враховуючи сьогодишню ситуацію в країні, до цих факторів слід віднести також і фінансово-економічну кризу.

В свою чергу, за визначенням В. Василенка, нововведенням, пов'язаним з науково-технічним прогресом, що полягає у відновленні основних фондів і технологій, удосконаленні управління й економіки підприємства слід вважати саме інновацію [1].

Втім, інновації не обмежуються лише науково-виробничою сферою. Оскільки сфера застосування інновацій може включати: нововведення, перетворення в економіці, техніці, соціальній та інших галузях, що сприяють створенню інтелектуальної власності; синтезування нових ідей, розробку нових теорій і моделей як у науково-технічній сфері, на виробництві, так і в соціальній сфері, включаючи правові концепції, соціальні та політичні програми; впровадження цих ідей, програм, об'єктів

інтелектуальної власності з одержанням кінцевого продукту або результату [2].

Дослідники Д. Карамишев та А. Демченко [3] у фармагалузі визначають інноваційними промислові, організаційні та проекти дослідження і розвитку (рис. 1).

Інноваційні проекти		
<u>Промислові проекти</u> - випуск та продаж нових продуктів; - удосконалення технологій, - розширення ринку.	<u>Організаційні проекти</u> - реформування системи управління шляхом створення нових моделей функціонування галузі та структурних підрозділів, - запровадження нових форм організації та проведення медичних науково-практичних конференцій і семінарів з метою оптимізації впровадження наукових розробок та доведення їх до споживача.	<u>Проекти з дослідження і розвитку</u> - науково-дослідна діяльність, - розробка програмних засобів обробки інформації, - удосконалення існуючих методів діагностики та лікування.

Рисунок 1 – Інноваційні проекти у фармацевтичній галузі.

Джерело: Складено автором на основі матеріалів джерела [3].

Прийнято вважати, що фармацевтика належить до однієї з наукоємніших галузей економіки. Фармацевтичні підприємства інвестують до 20% від загального обсягу продаж у розробку інноваційних препаратів. Однак, останнім часом спостерігається криза інноваційної діяльності вітчизняних фармацевтичних компаній та зниження їх конкурентноздатності.

Дійсно, в 2007 році Управління з контролю за продуктами харчування та лікарськими засобами зареєструвало всього 19 оригінальних препаратів, з яких 2 засоби були одержані за допомогою біотехнологій. Це найнижчий показник за останні 24 роки [4].

Дані щодо середньої тривалості і витрат по етапах розробки і впровадження на ринок оригінальних препаратів в Україні представлено в таблиці 1.

Таблиця 1 - Середня тривалість і витрати по етапах розробки і впровадження на ринок оригінальних препаратів в Україні

Назва етапу	Тривалість		Вартість	
	Місяць	Питома вага етапу, в %	Тис. грн.	Питома вага етапу в загальній вартості, %
1. Наукові дослідження, включаючи доклінічні дослідження.	12-18	26	70-100	27
2. Створення складу, розробка технології лікарського засобу і методів контролю якості.	6-9	13	30-40	11
3. Доклінічні дослідження, включаючи розробку проектів технологічного регламенту і одержання дозволу на проведення клінічних дослідження лікарського препарату.	10-16	22	50-70	19
4. Клінічні дослідження, затвердження регламенту, одержання дозволу на промисловий випуск лікарського препарату і його медичне застосування.	12-18	26	40-60	16
5. Освоєння, промислове виробництво, маркетинг і збут лікарського препарату.	6-9	13	70-100	27
Всього:	46-70	100	260-370	100

Джерело: Складено автором на основі даних джерела [5].

З наведених даних бачимо, що тривалість розробки і виходу на ринок оригінальних лікарських препаратів в Україні становить 46–70 місяців, а вартість інноваційного процесу, пов'язана зі створенням ліків, становить 260–370 тис. грн. Отже, висока тривалість, вартість і ризикованість інноваційних процесів у фармацевтичному виробництві, і відносно короткий життєвий цикл лікарських засобів (в середньому 5–7 років), потребують державного регулювання розвитку фармацевтичного виробництва.

Для того, щоб ввести в виробництво новий фармацевтичний продукт в Україні, а потім вивести на ринок витрачаються великі кошти, повернення яких не завжди гарантується під час продажів, бо продукт-аналог може випустити закордонна фармацевтична фірма із значно нижчою собівартістю.

Зважаючи на всі фактори, українській фармапромисловості вигідніше виготовляти дженеретики лікарських засобів, тобто копії імпортних оригінальних ліків. Сучасний національний фармацевтичний ринок складається з 70% імпортних та 30% вітчизняних препаратів, на долю яких припадає велика частка дженеретиків. Це зумовлено економічною доцільністю виведення їх на ринок для українських фармацевтичних виробництв [6].

Сьогодні в Україні головним джерелом фінансування науково-дослідницької сфери залишається державний бюджет. Інструментами державної підтримки стимулювання реалізації інноваційного потенціалу фармایدприємств є пряме бюджетне фінансування та державне замовлення на розробку та виробництво інноваційних продуктів, технологій та послуг. З метою стимулювання інноваційної діяльності, держава надає фінансову підтримку та пільги відповідним суб'єктам господарювання. Але в інноваційній діяльності фармагалузі передбачені законодавством правові стимули не спрацьовують у зв'язку з податковим та митним пільговим обігом зареєстрованих в Україні лікарських засобів, медичної техніки та виробів медичного призначення, що свідчить про необхідність створення інших механізмів щодо стимулювання інноваційної діяльності в зазначеній сфері.

Також, слід зауважити, що бюджетний вид фінансування має суттєві проблеми: недостатні розміри фінансування, непослідовність фінансування, слабку соціальну спрямованість, неефективну структуру тощо.

Що стосується питань інвестування, при цьому необхідно пам'ятати, що реалізація інноваційних проектів вимагає значних фінансових вкладень, які інвестори очікують повернути. Обґрунтування можливості повернення витрат є основою розрахунку економічної ефективності інноваційного проекту.

Отже, для забезпечення перспектив розвитку фармагалузі, необхідно шукати альтернативні джерела фінансування наукових досліджень в Україні.

Так, однією з форм фінансування впровадження результатів наукових розробок може стати використання венчурного капіталу.

Згідно визначення В. Пашкова, венчурний капітал – це промисловий капітал, що надходить у формі прямих інвестицій для фінансування підприємств, які мають значний потенціал росту, що знаходяться на різних стадіях розвитку та належать до різних галузей економіки [2].

Фахівці вважають, що впливати на ринок венчурного капіталу держава може за такими напрямками: – нормативно (вирішення питань щодо розробки загальної стратегії інноваційного розвитку країни; розробки відповідного законодавства та створення правового поля, що сприяє якісному функціонуванню ринку венчурного капіталу); – організаційно (вплив на учасників венчурного капіталу, які є споживачами інвестицій з одного боку, та учасників, які здійснюють фінансування – з іншого); – фінансово (залучення бюджетних коштів у прямій та непрякій формах).

Перевагами використання венчурного капіталу як альтернативного джерела фінансування інноваційної діяльності фармагалузі є: отримання фінансування в повному обсязі із впровадженням розробки; максимальна винагорода розробника; можливість покладання на інвестора всіх організаційних та правових проблем, з метою забезпечення можливості розробнику займатися науковою діяльністю; зацікавленість і інвестора, і розробника в досягненні цілей; мінімізація інвестором можливих ризиків. Але в нашій країні, з погляду західних партнерів, ситуація щодо цих питань не зовсім надійна.

Негативними моментами використання інвестування венчурним капіталом також є те, що процес венчурного фінансування супроводжується підвищеним ступенем ризику, високими нормами доходу та ступенем залучення венчурного інвестора до процесу управління проінвестованим підприємством.

А однією з головних причин неефективного використання венчурного капіталу в фармагалузі буде відсутність дієвих, а не формальних національних програм зі створення нових інноваційних лікарських засобів, медичної техніки та виробів медичного призначення [2].

Іншим, не менш дієвим, способом інвестування інноваційної діяльності фармагалузі є застосування лізингових операцій.

За визначенням В. Пашкова, лізинг використовується, коли організація, що має вільні фінансові кошти, може брати участь у фінансуванні проектів інших фірм, коштів яких для їх повного фінансування недостатньо. Йдеться про освоєння великих технічних новацій, що вимагає придбання дорогого обладнання [2].

Згідно схеми лізингу, у довгострокову оренду беруть сучасне обладнання, діагностичну апаратуру, цілісні технологічні комплекси, медичне обладнання, вимірювальні прилади тощо. Після закінчення терміну договору та виплати орендарем повної вартості майна й обговорення відсотків, це майно стає власністю відповідного фармацевтичного підприємства або, за умовами договору, повертається лізингодавцю.

Слід визначити вигоди використання лізингових операцій для їх учасників:

1. для лізингодавця – це спосіб ефективно вкласти капітал, ризик втрати якого невисокий, бо обладнання залишається на балансі лізингодавця протягом дії договору;
2. для лізингоотримувача – це змога одержати устаткування і почати нове виробництво без великих витрат, які на першому етапі покриває лізингова компанія, при цьому однією із форм їх наступного повернення може бути продаж нової інноваційної продукції за обумовленими цінами, виробленої на орендованому обладнанні, а також зменшити базу оподаткування і податкові платежі, оскільки лізингові платежі вважаються собівартістю продукції. А лікувально-профілактичні заклади матимуть можливість розстрочки платежів за отриману нову медичну техніку.

Висновки. Отже, можна говорити про перспективи розвитку інноваційної фармацевтичної діяльності в Україні. Але для цього на державному рівні повинно здійснюватися сприяння:

- впровадженню відповідного нормативно-правового забезпечення;
- створенню системи стратегічного планування розвитку охорони здоров'я України;
- впровадженню обов'язкового медичного страхування;
- нормативній розробці медичних стандартів;
- запровадженню альтернативних форм фінансування результатів наукових розробок таких, як венчурний капітал та лізинг;
- поверненню наукового потенціалу України на батьківщину.

Лише в цьому випадку інноваційну діяльність нашої країни чекає успіх.

Подальше дослідження планується провести в розрізі визначення ступеню впливу фінансово-економічної кризи на розвиток фармацевтичної індустрії.

Бібліографічний список

1. **Василенко В. О., Шматько В. Г.** Інноваційний менеджмент : [Навч. посібник] / В. О. Василенко, В. Г. Шматько. – К.: ЦУЛ, Фенікс. – 2003. – 440 с.
2. **Пашков В.** Держана політика щодо соціальних інновацій в галузі охорони здоров'я // Єженедельник АПТЕКА. – 2006. – № 37 (558). – Режим доступу: <http://www.apteka.ua>.
3. **Карамішев Д. В., Демченко А. С.** Реалізація та оцінка ефективності інноваційних проектів у системі охорони здоров'я // Економіка та держава. – 2006. – № 2. – С. 86–88.
4. Соціально-економічне спрямування інноваційного розвитку підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.info@lib.ua-ru>.
5. **Гриньова В. М., Козирева О. В.** Соціально-економічні проблеми інноваційного розвитку підприємств / В. М. Гриньова, О.В. Козирева. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 192 с.
6. **Бенюха Н.** Проблеми безпеки фармакотерапії в контексті державного фармакологічного нагляду в Україні // Вісник НАДУПУ. – 2007. – № 1. – С. 169–179.

БАЙБУРИНА М.А, ст.гр.МТ-08 Б

Науч. руков.: Фомина Е.А., асс.

Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туна-Барановского,
г.Донецк

НОВЫЙ ТОВАР КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Показана суть нового товара, рассмотрены основные этапы стратегии реализации нового товара. Приводится маркетинговая политика цены при реализации нового товара.

Актуальность. В условиях перехода к рыночным отношениям, усиления конкурентной борьбы за прочное место на рынке предприятиям торговли по-новому приходится организовывать свою деятельность. В предпринимательской деятельности фирмы постоянно возникают проблемы, обусловленные целесообразностью более полного удовлетворения потребностей существующих и потенциальных покупателей в необходимых товарах. Проблема стратегического успеха предприятия, создания и удержания конкурентных преимуществ одна из самых актуальных.

Как известно маркетинговая политика предприятия включает в себя товарную, ценовую, сбытовую политику, а также политику продвижения товара на рынке. В современных условиях особую важность приобретает проблема изыскания нового товара. В данном аспекте ключевую роль играет маркетинговая служба предприятия.

Цель исследования: показать значение нового товара в развитии предприятия в условиях рыночных отношений.

Основная часть. На современном этапе маркетингологи, используя исследования рынка конкурентов и потребителей, разрабатывают программу действий предприятия в области производства товара (предполагают, какой товар будет пользоваться максимальным спросом, соответствовать потребностям покупателя, определяют его качество по сравнению с конкурентами), устанавливают правила для создания новых товаров, прогнозируют жизненный цикл товара.

В обыденном смысле под товаром принято понимать вещь, предназначенную

для потребления, либо конечного, либо потребления ради производства другого товара. Маркетинговая сущность товара несколько отличается от общепринятой, так как то, что принято называть товаром в общем смысле, в маркетинге называется продуктом. Продукт – это составная часть товара, которая несет в себе основные качества, ради которых был куплен товар. Например, произведя сахарин (суррогат сахара) нельзя назвать его товаром без соответствующей поддержки. В группу поддержки продукта входят следующие меры: все, что помогает продукту сохранить свои потребительские качества до продажи (консервация, упаковка, хранение), меры по правильному использованию продукта (инструкции, способ приготовления), сопутствующие товары (адаптеры, аккумуляторы, шнуры). И наконец, продукт превращается в товар при использовании на него инструментов маркетинга, к которым относятся дизайн, реклама, правильно налаженный сбыт, прочная связь с общественностью. Таким образом, товар для маркетолога состоит из продукта, его поддержки и инструментов маркетинга. На примере сахарина это можно показать в виде составных частей: продукт – сахарин, заменитель сахара; поддержка – упаковка, условия транспортировки, хранения, применения; инструменты маркетинга – дизайн упаковки, рекламная кампания. [2]

Маркетинг целиком и полностью зависит от потребителя, от его потребностей и запросов, поэтому предприятие просто вынуждено изменять свою товарную стратегию, создавая новые товары. Прежде всего, новым товаром может называться:

- товар, который не имеет аналогов на рынке, который является практическим воплощением научного прорыва. Таких товаров на рынке очень мало, примером могли служить аппараты копирования и сканирования и беспроводная сотовая связь.
- товар, который имеет качественное отличие от своего предшественника товара-аналога. Примером могут служить дискеты меньшего размера, большей вместимости и прочности (3,5 дюйма против 5,25 дюйма).
- товар новый для определенного рынка. Например, посудомоечные машины являлись товарами рыночной новизны в начале 90-х годов.
- старый товар, уже бывший на рынке, но нашедший себе новое применение.[2]

Конечно, предприниматель рискует начиная исследования нового товара, так как не знает окупятся ли его затраты. На такой случай и существует служба маркетинга, которая помогает предпринимателю снизить риск до минимума, предлагая правила для создания нового товара и таким образом, повышая прибыль и эффективность предприятия.

Для того, чтобы снизить риск до минимума, предпринимателю потребуется, в первую очередь: идея нового товара. Источниками идей могут быть как сами потребители, так и ученые. Маркетологу важно на этом этапе создания нового товара научиться слушать, так как идеи могут подсказать и недостатки конкурентов. Другим источником идей служат научные работники. Многие фирмы вследствие этого сотрудничают с университетами, институтами научными лабораториями. Также идеи могут подсказывать сотрудники системы сбыта (оптовые, розничные торговцы) так как они находятся ближе к потребителю. Не следует оставлять без внимания и опросы общественного мнения, статистические данные, результаты тестирования в потребительских журналах.

Для реализации концепции нового товара также потребуется отсев и выбор идей. Эта стадия происходит по двум критериям: изымается все, что не связано с коммерческой целью предприятия, изымается все, что не соответствует производственным мощностям предприятия.

Еще один этап – создание опытного образца нового товара, причем важно

помнить о том, что незамеченные ошибки на этом этапе могут принести впоследствии огромные убытки.

Следующим шагом в реализации концепции будет выпуск пробной партии товара на ограниченный рынок и исследование этого рынка.

В последнюю очередь, возникает необходимость выбора места и времени для массового выпуска товара. На этом этапе целесообразно приурочить выпуск товара к какой-либо ярмарке, выставке, празднику.

На основании обозначенных этапов можно сформулировать основной закон новых товаров: в то время как один новый товар находится в сбыте и активно покупается, параллельно должен происходить процесс разработки следующего нового товара ради того, чтобы предприятие не простаивало, ради повышения его прибыльности и эффективности.[1]

Вместе с тем далеко не каждый товар можно успешно продавать. Так, если товар является просто новой версией уже существующего, то выводить его на рынок рекомендуется по несколько сниженной, а не значительно завышенной цене. В данном случае на предприятии реализуется ценовая политика. Основное предназначение ценовой политики предприятия сводится к решению как оперативных, связанных с реализацией товара, находящегося на определенной стадии его жизненного цикла, так и к решению стратегических задач, заключающихся в адекватной реакции на действие конкурентов.

Одним из наиболее существенных факторов, определяющих эффективность деятельности предприятия является ценовая политика на товарных рынках. Цены обеспечивают предприятию запланированную прибыль, конкурентоспособность продукции, спрос на нее.

Через цены реализуются конечные коммерческие цели, определяется эффективность деятельности всех звеньев производственно-сбытовой структуры предприятия. Если в цену продукции не заложен определенный уровень рентабельности, то на каждой последующей стадии кругооборота капитала предприятие будет обладать все меньшими денежными средствами, что в конечном итоге скажется и на объемах производства, и на финансовом состоянии предприятия. В то же время в условиях конкуренции иногда допустимо применять убыточные цены для завоевания новых рынков сбыта, если маркетинговая политика предприятия направлена на вытеснение конкурирующих фирм и привлечения новых потребителей. Тактические мероприятия направлены на устранение деформации, которая возникает в деятельности производственных подразделений и сбытовой сети вследствие непредвиденных изменений рыночной конъюнктуры, ошибок управленческого персонала и может привести к полному противоречию со стратегическими установками фирмы. Суть всей сбытовой политики раскрывается в процессе планирования и реализации стратегических и тактических действий.[2]

Выводы. Таким образом, ясно, что управление процессом сбыта продукции является одной из актуальных проблем маркетинговой политики. В современных условиях просто необходимо, чтобы предприятие в целом создало систему управления своей деятельностью, которая позволила бы наиболее полно использовать его ресурсы и возможности с учетом требований потребителя и рынка. При этом влияние маркетинга на всем жизненном производственном цикле изделия должно быть определяющим. Путем изучения рынка и потребительских свойств товаров, необходимых потребителю, нужно установить и довести до каждого инженера, конструктора, технолога и производственника информацию о потребительских свойствах этого изделия, то есть должны быть использованы принципы маркетинга, которые позволяют оказывать воздействие на проектирование, техническую подготовку производства, ход

производственного процесса, сбыт и техническое обслуживание техники. Вместе с тем эти принципы затрагивают и экономический анализ производства с учетом методологии, умения изучать рынок, оценивать качество и конкурентоспособность продукции, разрабатывать и осуществлять стратегию выхода на рынок, систему мер по поддержанию объема производства и продаж как техники, так и запасных частей отдельных узлов на необходимом уровне, для получения прибыли на всех этапах: производства, торговли, технического обслуживания и снабжения.

Библиографический список

10. Основы экономики. Наглядный справочник. - К.; Х.: Веста, 2007. - 104 с.
11. <http://in1.com.ua/article/20927/> - маркетинг на предприятии /Электронный ресурс.

САГИРОВА Д.Д., КОЛОМАЦКАЯ О.С., ст. гр. ЭНМ – 05

Науч. руков.: Портнова Г.А., ст. преп.

Донецкий национальный технический университет,
г. Донецк

СУТЬ И СОДЕРЖАНИЕ РИСК-АНАЛИЗА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Рассмотрена сущность риск-анализа в зависимости от вида риска, проанализированы сферы возможного возникновения риска, приведены методы риск-анализа.

Актуальность. Любое предприятие осуществляет свою деятельность в конкретном периоде, который может характеризоваться неопределённостью экономической ситуации и, соответственно, неизбежностью формирования рисков. При этом под риском понимают событие, наступление которого приводит к негативным экономическим последствиям (например, недополучение ожидаемого дохода, банкротство), хотя возможно получение и положительного результата (сверхприбыль). Поэтому при оценке деятельности предприятия предпочтительно использовать риск-анализ, заключающийся в выделении специфических рисков, последующей их оценке и составлении прогноза, касающегося вероятности появления рисков в будущем.

Цель исследования: теоретическое обоснование причин возникновения рисков и классификация методов риск - анализа с целью выявления факторов риска.

Основная часть. В настоящее время в литературе представлено множество классификаций факторов риска. Однако прежде всего классификация рисков и, соответственно, методы их оценки и анализа зависят от сферы деятельности предприятия (таблица 1).

При проведении риск-анализа с целью выявления факторов риска используются следующие специальные методы:

- метод Монте-Карло – в основе его лежит прогнозирование суммы рисков, обусловленных вероятностью наступления или не наступления различных событий;
- статистический метод Riskmetrics – применяется для оценки банковских рисков;
- метод исторического анализа;
- имитационное моделирование;
- факторный анализ;
- метод аналогий;
- другие, более точные методы.

Таблица 1 – Суть риск-анализа в зависимости от вида риска

Литература, автор	Сфера возможного возникновения риска (вид риска)	Суть риск-анализа
Учёт рисков в процессе бюджетирования / У.А. Фролов, Ю.Б.Рабынина, М.А. Олейник // Экономика. Финансы. Право. - 2004.- №8	Бюджетирование	<ul style="list-style-type: none"> -Определение локальных бюджетов предприятия (бюджет продаж, производства, коммерческих и управленческих расходов и т.д.) - Определение видов рисков, влияющих на выполнение бюджета (это в основном производственные и коммерческие риски) - Определение алгоритма расчёта, вычисление вероятного ущерба (потери части дохода или прибыли) - Определение относительного размера финансовых потерь и вероятности возникновения убытков - Окончательная оценка 2-х видов рисков в бюджетном управлении : риска потерь дохода, связанного с реализацией товаров (услуг), платежеспособностью покупателя и риска увеличения расходной части бюджета, что приводит к потере части прибыли
Управление банковскими рисками / С. Черных // Вопросы экон.-2004.-№8	Банковский риск	<ul style="list-style-type: none"> Отслеживание банками рисков путём выполнения следующих операций: -Идентификация партнёров -Определение границы риска для каждого партнёра -Постоянное отслеживание соблюдения лимитов обязательств, сроков платежей и т.д., установленных для каждого партнёра -Разработка правил и процедур измерения рисков -Отделение служб банка, занимающихся расчётом и контролем рисков партнёрства, от функциональных служб.
Анализ кредитного риска : рейтинговая оценка клиентов / Е.Б.Герасимова // Междунар. бух.учёт.-2004.- №11	Кредитный риск	<ul style="list-style-type: none"> Выявление рисков, их оценка и выбор методов воздействия на риски производится в следующем порядке: -Выявление факторов банковского кредитного риска (связанных с предприятиями-заёмщиками, с банком и макроэкономических) -Рейтинговая оценка кредитного риска -Мониторинг кредитов в зависимости от степени риска
Оценка инвестиционной привлекательности тепловых электростанций в условиях реформирования отрасли / Т.В. Новикова // Энергетик. -2004.- №1	Сфера производства	<ul style="list-style-type: none"> -Определение состава факторов риска (производственные, коммерческие, налоговые, инвестиционные) -Расчёт коммерческой эффективности функционирования объекта для каждой из сформированных комбинаций значений факторов риска -Ранжировка факторов риска по степени их влияния на затраты и доходы объекта, разработка мер по снижению вероятности их неблагоприятного воздействия - Формирование новых комбинаций значений факторов риска, дополнительный расчёт коммерческой эффективности функционирования объекта для каждого из вновь сформированных сочетаний значений факторов риска.

Выводы. Таким образом, использование методов риск-анализа при определении коммерческой привлекательности предприятия, коммерческом бюджетировании, управлении финансовой устойчивостью предприятия позволяет на основе комплексной оценки с применением методов теории вероятностей определить устойчивость и конкурентоспособность предприятий в долгосрочной перспективе.

Библиографический список

1. У.А. Фролов, Ю.Б.Рабынина, М.А. Олейник. Учёт рисков в процессе бюджетирования // Экономика.Финансы.Право. -2004.- №8.- С.15-17.
2. С. Черных. Управление банковскими рисками // Вопросы экономики.-2004.-№8. –С.120-127.
3. Е.Б.Герасимова. Анализ кредитного риска : рейтинговая оценка клиентов // Международный бухгалтерский учёт.-2004.-№11.-С.7-21.
4. Т.В. Новикова. Оценка инвестиционной привлекательности тепловых электростанций в условиях реформирования отрасли // Энергетик. -2004.-№1.С.3-6.

ЛИСЕНКО Г.В.

Научн.руков.: Кучер В.А., к.е.н., доц.

Донецкий національний технічний університет,
м. Донецьк

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ ТЕХНІЧНОГО ПЕРЕОЗБРОЄННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Дальнейшее развитие экономики Украины требует эффективной инвестиционной политики, создания благоприятного инвестиционного климата. Коренным образом должна измениться деятельность инвесторов в условиях рыночного распределения создаваемого национального богатства.

Актуальність. Специфіка вугільної промисловості з її складними гірничо – геологічними і технологічними умовами, з виробничою й екологічною небезпекою визначають високу капіталомісткість і трудомісткість, безперервність нарощування обсягів інвестицій: з переходом на більшу глибину видобуток 1т. вугілля вимагає зростаючих капітальних вкладень. Крім того, для компенсації відпрацьованих запасів необхідна підготовка нових горизонтів і будівництво шахт.

У першу чергу ринкові перетворення повинні відбуватися в інвестиційній сфері, що грає ключову роль в економіці [1, 2]. Комплекс галузей і виробництв, що утворюють інвестиційну сферу, покликаний у найкоротший термін забезпечити стабілізацію економіки і розширене відтворення. Істотно на інтенсифікацію відтворювального процесу повинний вплинути інвестиційний ринок, що в Україні тільки формується.

Рішення проблеми трансформації економіки України в ринкову, здійснення глибоких перетворень, що забезпечують перехід до нового технологічного способу виробництва, що відповідає ринковій економіці розвинутих країн, вимагають залучення дуже великих інвестицій [3, 4]. Соціально-економічний розвиток суспільства багато в чому залежить від інвестиційної і інноваційної політики, тому що ефективність цих багатьох в чому взаємозалежних і взаємовпливачих процесів визначає прогрес суспільства. Успіх інвестиційно-інноваційної діяльності в Україні зв'язаний з вибором альтернативи: або соціально-орієнтований науково-технічний прорив у майбутнє, або безперспективна сировинна орієнтація країни.

Ефективність роботи підприємств значною мірою визначається масштабами

інноваційної діяльності, успішне здійснення якої дає можливість підвищення продуктивності праці, збільшення обсягів виробництва, забезпечення економічного росту, а також сприяє створенню додаткових робочих місць.

Стан і низька ефективність використання діючого виробничого потенціалу свідчать про необхідність здійснення комплексу заходів для підвищення технічного рівня в першу чергу виробничого апарата. Ці міри повинні носити рішучий і активний характер і здійснюватися негайно на основі економічного державного регулювання. Надія на те, що перехід на ринкові відносини всіх сфер народного господарства автоматично вирішить проблеми технічного розвитку виробничого потенціалу, є оманною. Пасивне чекання "економічного чуда" приведе до остаточного старіння виробничих основних фондів і подальшому спаду виробництва [5].

Єдиний вихід з положення, що створилося - по можливості швидше зупинити спад виробництва, закласти передумови поліпшення інвестиційного клімату і створити умови для наступного підйому економіки.

Особливо складна проблема забезпечення ефективної інвестиційної діяльності низькорентабельних і збиткових вуглевидобувних підприємств, що бідують у державній підтримці в інвестиційних, а останні верб операційних витратах [6].

Таким чином, тема даної роботи – ефективна інвестиційна діяльність вуглевидобувних підприємств по реконструкції і технічному переозброєнні – є актуальною і має стратегічне значення для виходу економіки України з кризи і подальшого росту.

Ціль дослідження: пошук механізмів та обґрунтування доцільності вкладання інвестицій на технічне переозброєння підприємства.

Основна частина. Шахта ім. Леніна ПО «Артемвугілля» є однією з найстаріших шахт Донбасу. Вона відпрацьовує свиту крутопадаючих пластів на великій глибині. Внаслідок недостатності інвестиційних коштів гостро стоїть проблема відтворення очисних забоїв на новому горизонті.

На діючому горизонті 1080м залишкові запаси становлять 1.7 млн. тонн. При роботі шахти зі середньодобовим видобутком 1200 тонн цих запасів досить тільки на 4 роки стабільної роботи шахти у разі забезпечення захисним підробітком пластів, що залишилися, небезпечних по раптових викидах вугілля.

Підтримати планової об'єм видобутку вугілля в об'ємі 490 тис. тонн в рік дозволить тільки прискорена підготовка і початок очисних робіт на гор.1190м, запаси якого становлять 7.9 млн. тонн.

Нарівні з необхідністю виконання гірських робіт на інших об'єктах по підготовці горизонту, найбільш вузьким місцем при розвитку гірських робіт на гор.1190м буде робота підйому по видачі вугілля.

Згідно з проектом розкриття і підготовки гор. 1080 м, для видачі вугілля і породи з гор. 1190 м передбачалося будівництво комплексу нового скіпового стовбура № 9. Ето було зумовлене аварійним станом стовбура №5 нижче за гор. 1080 м і граничною можливістю підйомів стовбура №5 (гор. 1080 м).

По фінансових причинах будівництво комплексу стовбура №9 припинене, пройдені лише гирло стовбура і його частина (30 м) з гор.970 до 1080м з камерами підймальних машин, канатними ходками і виробленнями, що підводять на гор.970м.

На основі аналізу техніко-економічних показників роботи шахти за останні роки, фактичного стану гірських робіт і будівництва нового гор. 1190 м за станом на 01.01.02 в проектних пропозиціях розглянуті наступні два варіанти передачі вугілля з гор. 1190 м (при його експлуатації) на гор. 1080 м для видачі на поверхню підйомами стовбура № 5:

1. Передача вугілля від вугільного бункера гор. 1190 м похилим конвейерним квершлагом в камеру завантажувальних пристроїв для вугілля в стовбурі № 5 вище за

гор. 1190 м з подальшою видачею вугілля скипами стовбура № 5 на поверхню.

На гор. 1190 м проходить комплекс вироблень завантаження вугілля (камера перекидувача, вугільний бункер №1, камера живильника і перевантаження вугілля на похилий конвейерний квершлаг); похилий конвейерний квершлаг; вугільний бункер № 2; ходок запасного виходу, камера завантажувальних пристроїв у стовбура № 5 вище за гор. 1190 м.

Для обслуговування цього конвейєра і вироблення, в якому він розташований, вздовж конвейєра передбачений рейковий шлях з колією 600 мм під вагонетки ВГ-1,6 і лебідка ЛВ25, яка встановлюється вище за гор. 1190 м.

2. Передача вугілля з гір. 1190 м клетьовими підйомами стовбура № 6 і вертикального сліпого стовбура № 9 на гор. 1080 м, а далі скипами стовбура № 5 на поверхню.

Для передачі вугілля з гор. 1190 м на гір. 1080 м проходить з гор. 970 м до гор. 1190 м вертикальний сліпий стовбур № 9 діам. 7,0 м, який обладнується клетьовим підйомом. Склади з вугіллям по гор. 1190 м подаються на вантажну гілку вертикального сліпого стовбура № 9 (місткість гілки 1 склад). Вагонетки з вугіллям клетьовим підйомом видаються на гор. 1080 м і далі поступають до камер опрокидывателей № 1 і 2 у стовбура № 5. Склади порожніх вагонеток від камер опрокидывателей № 1 і 2 поступають на порожнякову гілку вертикального сліпого стовбура № 9 гор. 1080 м і клетьовим підйомом опускаються на гор. 1190 м.

Вагонетки з вугіллям можуть передаватися з гор. 1190 м на гор. 1080 м і іншими клетьовими підйомами.

І варіант. Передача вугілля похилим конвеєрним квершлагом в завантажувальний пристрій стовбура №5 вище за гор. 1190 м.

Вугілля в складах по гір. 1190 м поступає в камеру перекидувача, вантажна і порожнякові гілки якої розраховані на довжину складу. Вугільний бункер №1 вертикальний з ходовим відділенням, місткість бункера 100 т, передбачений шар герметизації товщиною 3 м. Похилий квершлаг проходить від вугільного бункера №1 перетином в світлу 13,7 м² під кутом 15°, вугілля з похилого конвеєрного квершлага передається у вугільний бункер №2 місткістю 100 т. З останнього вугілля попадає в камеру завантажувальних пристроїв і скипами стовбура №5 видається на поверхню. Перед проведенням камери завантажувальних пристроїв передбачається розбирання існуючого укїсного полку чищення.

Запасний вихід з гір. 1190 м. По сїйки з похилим конвеєрним квершлагом люди слїдують до людського підйому похилого конвеєрного квершлага, яким доставляються до ходку запасного виходу, звїдти в сполучення ходку зі стовбуром № 5, обладнане для посадки людей на скипи і видачі їх на поверхню.

По похилому конвеєрному квершлагоу видається вихідний струмїнь повітря, тому передбачається установка вентиляційних дверей для виключення коротких замыкань вентиляційних струменїв. Об'єм гірських вироблень становить 12,1 тис.м³.

Для передачі 1500 т/сут вугілля з гор. 1190 м похилим квершлагом під кутом 15° прийнятий конвеєр стрїчковий типу 1Л100У. У цих умовах такий конвеєр забезпечує при швидкості 2 м/с і встановленїй потужностї 75 кВт часову продуктивність порядку 400-450 т, що відповїдає 5000-6000 т/сут.

Видача на поверхню гірської маси здійснюється існуючим схїдним двухскиповим підйомом стовбура №5 із завантажувального пристрою, обладнаного вище за гор. 1190м.

Внутрішній кут девиації канатів становитиме 1°29' і повинен бути уточнений по представленню шахтою маркшейдерської зїомки схеми цього підйому.

Нестачі варїанту:

- проходження камери скипового завантажувального пристрою в стовбурі № 5 приведе до обмеження роботи підйомів скипового стовбура № 5 на 6 міс. на одну зміну;
- камера завантажувального пристрою проходиться нижче за гори. 1080 м, а стовбур в цьому районі в порушеному стані, тому необхідні капітальні вкладення на арміровку стовбура №5 нижче за гори. 1080м.

II варіант. Передача вугілля клітьовим підйомом сліпого вертикального стовбура

По вертикальному сліпому стовбуру № 9 видається вихідний струмінь повітря, проектом передбачається установка вентиляційних дверей для виключення коротких замикань вентиляційних струменів.

На гор. 1190 м у вертикального сліпого стовбура № 9 обладнується зумпфове водовідливання.

Запасний вихід з гор. 1190 м. Люди з гор. 1190 м видаються клітьовим підйомом на гор. 1080 м, з кліті на гор. 1080 м переходять на сходове відділення у вертикальному сліпому стовбурі № 9, по сходовому відділенню пересуваються до аварійної кліті в тому ж стовбурі і аварійною кліттю видаються на гор.970 м, потім переходять до стовбура № 5 для видачі на поверхню.

Об'єм гірських вироблень 17000 м³ в світлу.

Передача гірської маси в кількості 1500 т_{сут.} з гір. 1190 м на гір. 1080 м проводиться західним двухклетьовим підйомом сліпого стовбура № 9. Клеті – двоповерхові на вагонетку ВГ-1,6 в поперсі, корисною вантажопідйомністю 3500 кг.

У стовбурі передбачається аварійно-ремонтний підйом, обслуговуючий дільницю стовбур між гір. 1080 м – гор.970 м. На дільниці стовбура між гір. 1190 м - гор.970 м передбачається сходове відділення. Машини Ц1,6х1,2 аварійно-ремонтного підйому розміщується на другій існуючій камері. При часі циклу 112 з. двухклетьовий підйом забезпечує видачу добової здобичі за 17 годин при коефіцієнті нерівномірності роботи $K=1,25$. (1,5)

У стовбура № 9 передбачається зумпфова водовідливна установка з насосами типу 1В20/10.

Достоїнства варіанту – простота і надійність видачі вугілля з гор. 1190м, до недоліків потрібно віднести великий об'єм гірських вироблень.

Оскільки нерівномірність роботи підйому 1,25, то в окремі періоди діб буде створюватися напруженість в роботі.

Бібліографічний список

1. **Абчук В.А.** Прогнозирование в бизнесе, менеджменте и маркетинге / В.А.Абчук. – М.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. – 448 с.
2. **Бромвич М.** Анализ экономической эффективности капиталовложений / М.Бромвич. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 432 с.
3. **Доронина Н.Г.** Государство и регулирование инвестиций / Н.Г. Доронина, Н.Г.Семилютина. – М.: Городец, 2003. – 376 с.
4. **Кабанов А.И.** Экономические методы формирования и реализации государственной научно-технической политики в угольной промышленности: моногр. / А.И. Кабанов. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 1998. – 448 с.
5. **Кучер В.А.** Основні напрямки удосконалення оцінки інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання / В.А. Кучер // Менеджер. – 2005. – № 1 (31). – С. 33 - 38.
6. **Мешков А.В.** Оцінка і підвищення інвестиційної привабливості підприємств: дис. Канд. екон. наук: 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами / А.В. Мешков; Донец. нац. техн. ун-т. – Донецьк, 2004. – 20 с.

КУЧЕР В.А., к.е.н., доц.
Донецький національний технічний університет,
м. Донецьк

РОЗРАХУНОК ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

В условиях ограниченности инвестиционных ресурсов при обосновании целесообразности инвестиционных проектов, осуществляемых предприятием, необходимо не только оценивать их экономическую эффективность, но и определять очередность реализации, причем для привлечения иностранных инвестиций, для максимально обоснованной оценки инвестиционных проектов нужно применение методов их финансово-экономической оценки, употребительных в международной практике.

Актуальність. Специфіка вугільної промисловості з її складними гірничо – геологічними і технологічними умовами, з виробничою й екологічною небезпекою визначає високу капіталомісткість і трудомісткість, безперервність нарощування обсягів інвестицій: з переходом на більшу глибину видобуток 1т. вугілля вимагає зростаючих капітальних вкладень. Крім того, для компенсації відпрацьованих запасів необхідна підготовка нових горизонтів і будівництво шахт.

Згідно з положеннями робіт [1,2] практична відсутність бюджетного фінансування галузі на капітальне будівництво (за останнє десятиліття обсяги державних капвкладень у вугільну промисловість зменшилися майже в 12 разів) і власних інвестиційних ресурсів на переважній більшості шахт не дозволяє розраховувати на активізацію процесів будівництва шахт, їхню реконструкцію і модернізацію, на відновлення гірничошахтного устаткування, заміну фізично зношеного стаціонарних.

Вивід галузі з глибокої кризи вимагає послідовного й економічно обґрунтованого продовження і поглиблення початого реформування [3, 4]. Рішення поточних і стратегічних проблем повинне здійснюватися на основі усе більш тісного використання можливостей промисловості в з'єднанні з наукою і новими технологіями. Успішне проведення ринкових реформ в Україні неможливе без ефективної структурно-інвестиційної політики перетворення економіки в цілях створення сприятливого інвестиційного клімату. Корінним чином повинна змінитися діяльність інвесторів в умовах ринкового розподілу створюваного національного багатства.

Нові організаційно-правові відносини між підприємством і іншими суб'єктами інвестиційної діяльності вимагає глибоких теоретичних і практичних знань для ефективного здійснення інвестицій у всьому різноманітті їх форм: фінансових, реальних, інтелектуальних, інновацій.

Оцінка ефективності інвестицій у розширення підприємства повинна проходити відповідно до вимог фінансового й економічного аналізу. Т.к. інвестування з фінансової й економічної точок зору є довгостроковим вкладенням економічних ресурсів з метою створення й одержання чистого прибутку в майбутньому, при цьому головним аспектом є перетворення фінансових ресурсів у продуктивні активи.

Головним критерієм фінансового аналізу інвестиційних проектів є прибуток на вкладений капітал. Але тому що промислове інвестування є не тільки довгостроковим вкладенням економічних ресурсів, але і перетворенням фінансових ресурсів у продуктивні активи, прибуток на вкладений капітал є не єдиним критерієм оцінки інвестицій.

Сьогодні в усьому світі як стандарт використовується концепція техніко-

економічного обґрунтування інвестиційних проектів, розроблена ЮНІДО – Міжнародною спеціалізованою організацією ООН по промислому розвитку. Дана методика використовується як при оцінці інвестицій у нові підприємства, так і при оцінці інвестицій у розширення, оздоровлення, модернізацію і перепрофілювання існуючих підприємств.

Відповідно до методики ЮНІДО показниками ефективності інвестиційних проектів є: чиста дисконтована вартість інвестиційного проекту, рентабельність інвестицій, внутрішня норма прибутковості, щорічний аннуїтет.

Ціль дослідження: економічне обґрунтування доцільності підвищення технічного рівня виробництва підприємства.

Основна частина. Потреба України в іноземних інвестиціях обумовлена трьома важливими причинами:

- надзвичайно низькою інвестиційною активністю вітчизняних товаровиробників. В умовах тривалої кризи і стагнації виробництва, його низькій рентабельності і, навіть, збитковості процес внутрішнього накопичення капіталу останніми роками практично припинився;

- гострою необхідністю технічної і технологічної модернізації як самого виробництва, так і всієї ринкової і соціальної інфраструктури шляхом імпорту сучасних машин і устаткування, використання передового досвіду організації і управління підприємницькою діяльністю;

- потребою упровадження у всі сфери господарської діяльності нових форм і методів менеджменту і маркетингу як необхідних атрибутів ринкової економіки.

Для виконання приведених задач був розроблений план заходів щодо підвищення технічного рівня ДВАТ «Шахта «Жданівська». Він полягає у наступному. Фактором економічної ефективності є збільшення навантаження на очисний вибій і на шахту. Відповідно до методики ЮНІДО, яка використовується для проектів, що здійснюються в умовах ТПР, одним з показників ефективності інвестиційних проектів є NPV (чиста дисконтирована вартість інвестиційного проекту).

Згідно з [5] розрахуємо зворотний грошовий потік при реалізації заходів по технічному переозброєнні по формулі:

$$P_t = \Delta C + A, \quad (1)$$

де ΔC – річне зниження собівартості при збільшенні видобутку вугілля, грн;

A – річна амортизація комплексу, грн.

$$\Delta C = (S_\phi - S_{np}) \cdot D_{np}, \quad (2)$$

де S_ϕ – фактична річна собівартість, грн;

S_{np} – проектна річна собівартість, грн;

D_{np} – проектний річний видобуток, тис.тонн.

$$D_{np} = D_\phi + \Delta D, \quad (3)$$

де D_ϕ – фактичний річний видобуток, тис. тон;

ΔD – приріст видобутку вугілля за рахунок упровадження лави, тонн.

$$\begin{aligned} \Delta D &= 900 \cdot 305 = 274500 \text{ т;} \\ D_{np} &= 504000 + 274500 = 778500, \text{ т;} \end{aligned}$$

$$S_{np} = \frac{\Pi_0 B + \frac{\Pi_E B}{D_\phi} D_{np}}{D_{np}}, \quad (4)$$

де $\Pi_0 B$ – постійні витрати, тис.грн;

$\Pi_E B$ – перемінні витрати, тис.грн.

Розрахунок постійних та перемінних витрат наведено в таблиці 1.

Таблиця 1– Розрахунок постійних та перемінних витрат

Елементи собівартості, тис.грн	$\Pi_0 B$	$\Pi_E B$	Σ
Повна собівартість	14777	3204	17981
Виробнича собівартість	14505	3159	17664
у тому числі:			
– допоміжні матеріали	1567	717	2284
– паливо	185	-	185
– електроенергія	920	367	1287
– послуги виробничого характеру	382	118	500
– витрати зв'язані з використанням природних ресурсів	-	84	84
– витрати на оплату праці	9532	1215	10447
– відрахування на соціальні заходи	778	465	1243
– амортизація	710	191	901
– інші витрати	429	-	429
Адміністративні витрати	272	-	272
Витрати на збут	-	45	45

Звідси собівартість 1т вугілля складає:

$$S_{np} = \frac{14777000 + \frac{3204000}{504000} \cdot 778500}{778500} = 79,85, \text{ грн.}$$

Зниження собівартості за рік дорівнює:

$$\Delta C = (99,89 - 79,85) \cdot 778500 = 15601,14, \text{ тис. грн.}$$

Річні амортизаційні відрахування по новому обладнанню розраховуються по формулі:

$$A = 0,15 \cdot I, \quad (5)$$

де I – інвестиції комплексу, тис.грн.

$$A = 0,15 \cdot 8748 = 1312,2, \text{ тис. грн.}$$

Звідси зворотний грошовий потік складає:

$$P_t = 15601,14 + 1312,2 = 16913,34, \text{ тис.грн.}$$

Розрахуємо чисту дисконтировану вартість інвестиційного проекту по формулі:

$$NVP = \frac{P_{t1}}{(1+0,23)} + \frac{P_{t2}}{(1+0,23)^2} + \frac{P_{t3}}{(1+0,23)^3} + \frac{P_{t4}}{(1+0,23)^4} - I_{т.п.} - \frac{I_{Г.Р.1}}{(1+0,23)} - \frac{I_{Г.Р.2}}{(1+0,23)^2}, \quad (6)$$

де $I_{T.п.}$ – інвестиції на технічне переозброєння, тис.грн.;
 $I_{Г.Р.1}$, $I_{Г.Р.2}$ – інвестиції на гірські роботи, тис.грн;
 0,23 – депозитна ставка.

$$NPV = \frac{16913,34}{(1+0,23)} + \frac{16913,34}{(1+0,23)^2} + \frac{16913,34}{(1+0,23)^3} + \frac{16913,34}{(1+0,23)^4} - 8190 - \frac{8850}{(1+0,23)} - \frac{10125}{(1+0,23)^2} = 19330,63(\text{тис.грн.})$$

Тому що $NPV > 0$, то можна повернути не тільки власні кошти, а і позикові кошти при вартості кредиту 23 %.

Розрахуємо термін окупності вкладених інвестицій:

$$T_{OK} = \frac{27165 \cdot 4}{19330,63} = 5,6 \text{ років.}$$

Висновки. З ціллю збільшення потужності шахти, упроваджуються механізовані комплекси КД-90 при відпрацьовуванні 9 західної лави. Виконується ряд заходів на підвищення ефективності роботи шахти. На упровадження цих заходів використовуються інвестиції:

- власні кошти – 8748 тис.грн;
- позикові кошти – 18417 тис.грн.

Це дозволило збільшити плановане навантаження шахти на 900 т/сут.

Економічний ефект за весь період підготовки експлуатації складе 19330,63 тис.грн.

Термін окупності вкладених інвестицій складає 5,6 роки.

Бібліографічний список

1. Аакер Д. Бизнес-стратегия: от изучения рыночной среды до выработки беспроигрышных решений. – М.: Эксмо, 2007. – 457 с.
2. Байсаров Л.В. Проблемы технико-економического розвитку шахти // Вугілля України. 1999. – № 2. – С. 3-7.
3. Герасимчук Д.А. Вплив капітальних вкладень на стабільність роботи шахт. Вугілля України. 1997. № 10. – С. 3-5.
4. Беренс В., Хавранек П.М. Посібник з оцінки ефективності інвестицій. Пер. с англ. – М.: "Инфра-М", 1995. – 528 с.
5. Бурчаков А.С. Технологія підземної розробки пластових родовищ корисних копалин. М.: Надра, 1983. – 294 с.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВИХОРЕВА Н.И., СОРОКИНА А.Н.	
МЕХАНИЗМ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	5
ЛЮБИМОВА Т.Ю., ГУБАНОВА М.Г.	
НЕОБХОДИМОСТЬ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ КРЕДИТА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ.....	8
ДЕНИСЕНКО О.В., ГРИШИНА Ю.В.	
ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ МЕТОДІВ ОЦІНКИ РИЗИКІВ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ.....	11
ЧИКАЛОВА Ю.А., УСОВА А.В.	
ОСОБЛИВОСТИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ ДОНЕЦЬКОГО РЕГІОНУ.....	15
ЛІХАЧОВА М.П., ГУБАНОВА М.Г.	
ОСОБЛИВОСТИ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	18
МОГДАЛЬОВА Н.В., РУДНІСВА О.Ю.	
ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ПЛАНУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙ.....	21
КАЛАШНІКОВА Є.С., ЗАГЛАДА Р.Ю.	
АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ХЕДЖУВАННЯ РИЗИКІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....	25
СЕРГЄЄВА О.Ю., СЕВРЮКОВА С.В.	
НАПРЯМКИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	29
ШЕВЧЕНКО В.А., ГРИШИНА Ю.В.	
МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	33
ПАНТІЛІМОНОВ С.Г., СЕВРЮКОВА С.В.	
УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЙ В СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ.....	36
КОСТІКОВА Ю.О., КУЛАКОВ В.О.	
ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИВАННЯ У ПІДПРИЄМСТВА ВУГІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ.....	40
ЗУЙКОВ Р.П., ГРИШИНА Ю.В.	
НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ.....	43
ГОРОБЕЦЬ Ю.С., ФАРХШАТОВА О.В.	
ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ПРОЦЕС ПОКРАЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....	46
ЖМАЙЛО Ю.А., КУЛАКОВ В.А.	
МАРКЕТИНГ - ЗАЛОГ ЕФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	50
МІРОШНИЧЕНКО Т.О., КРАВЦОВА Л.В.	
СИСТЕМА РЕГУЛЮВАННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ І ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ.....	53
ФАДИНА Т.И., КОВЕРГА С.В.	
СТАН ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	56

СТУПИШИНА А.А., ГОНЧАРЕНКО В.И. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА НА АВТОТРАНСПОРТНОМ ПРЕДПРИЯТИИ.....	59
БЕЛОУСОВА Р.О., КУЛАКОВ В.А. РОЛЬ СЕГМЕНТАЦІЇ РИНКУ ПРИ РОЗРОБЦІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ НА АВТОТРАНСПОРТНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ(АТП).....	63
ШОКАРОВ В.О., СЕВРЮКОВА С.В. ПРОБЛЕМА СТРАХУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ В РИНКОВИХ УМОВАХ.....	66
ТЕСЛЮК В.А., РУДНЕВА Е.Ю. ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА В УКРАИНЕ.....	70
ГОРОБЕЦЬ Ю.С., МУДРА О.В. СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО НА РИНКУ ПРАЦІ.....	73
РОЛІНА К.В. КРАВЦОВА Л.В. ОСНОВНІ ВЛАСТИВОСТІ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА.....	76
БУРІЛОВА М.О., КУРГАН О.Г. РОЛЬ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ІНТЕНСИФІКАЦІЇ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	79
ЗАМАРАЄВА В.А., ГАЛУШКА В.В. АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ПРИБУТОК».....	81
ПОПОВИЧ Н.С., ГАЙДАЙ І.Ю. РОЗРОБКА ЗАВДАНЬ ТА НАПРЯМКІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ ЗАСОБАМИ.....	84
ЧЕЧЕНЄВА Е.Р., ЗАГЛАДА Р.Ю. ПЕРЕВАГИ СПІЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ ТА МЕХАНІЗМ ЗАХИСТУ КОШТІВ УЧАСНИКІВ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ФОНДІВ.....	88
БУДРИС И.В., ГУБАНОВА М.Г. АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ФОРМ И СИСТЕМ ОПЛАТЫ ТРУДА В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ.....	92
ДЕРЕВЯНКО К.О., ЗАГЛАДА Р.Ю. РОЛЬ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ... ..	95
СЕМЕНОВА В.В., КОВЕРГА С.В. ВИКОРИСАННЯ КОУЧИНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	98
ПРОКОПЕНКО О.Ю., ФАРХШАТОВА О.В. ЗМІСТ І ПРИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА У КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	101
КРАВЦОВА Е.Н., СОРОКИНА О.Н. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ВАЛЮТНОЙ ВЫРУЧКИ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	105
НІКІПОРЕЦЬ Н.С., ГАЛУШКА В.В. УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНОЮ КАТЕГОРІЄЮ.....	107
КРАВЦОВА К.М., БЕЛЯЄВА К.В. СУТНІСТЬ СТРАХУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ РИЗИКІВ.....	111
ШАБАЛІНА О.С., СОРОКІНА Л.В. РОЗРОБКА НАПРЯМКІВ РОЗПОДІЛУ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	114

КРАВЦОВА К.М., КРИВЕНКО А.В.	
ОСОБЛИВОСТІ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ.....	116
СОЛОВЬЕВА А.Ю., МАТВЕЙЧУК А.С., ШАУЛЬСКАЯ Л.В.	
ФОРМЫ УЧАСТИЯ РАБОТОДАТЕЛЕЙ В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ.....	119
СЛИЧНАЯ О.О., ЕВДОКИМОВ Ф.И.	
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ УГОЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ, КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ.....	122
БИЛЬДЕЕНКО Т.Ю., ШКУРЕНКО О.В.	
АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ.....	127
БОТАЛОВ И.Е., БОТАЛОВА Н.П.	
ИНДЕКСНЫЙ АНАЛИЗ – ИНТЕГРИРУЮЩИЙ КОМПОНЕНТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ ПО ВИДАМ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	130
ВОРОНKOVA И.В., ВЕРЕТЕННИКОВА Т.Е., ПОРТНОВА Г.А.	
РУКОВОДСТВО: ВЛАСТЬ И ЛИЧНОЕ ВЛИЯНИЕ.....	135
КУЖЕЛЕВ А.В., ИЛЮЩЕНКО В.И.	
КОМБИНИРОВАНИЕ ВЫРАБОТКИ ТЕПЛОВОЙ И ЭЛЕКТРИЧЕСКОЙ ЭНЕРГИИ В СИСТЕМАХ ТЕПЛОСНАБЖЕНИЯ.....	136
КАЛАШНИКОВА Д.С., КРИВИЙ Ю.В.	
УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ КОНФЛИКТАМИ.....	138
РОМАНЕНКО А.В., СОРОКИНА Л.В.	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ НА ЗАО «МАШЗАВОД».....	141
ЗАСОБА А.В., ЛИЗУНОВА О.М.	
ОСОБЛИВОСТІ БАНКІВСЬКИХ КРЕДИТНИХ РИЗИКІВ.....	145
ЖУК О.В., ЛИЗУНОВА О.М.	
ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ТА ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ДЕБІТОРСЬКОЇ І КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТЕЙ.....	148
ДМИТРУСЬ А.В., ШИЛО К.М.	
УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	151
ТЕЛЕГИНА А.Ю., ЗАБАРИНА Д.А.	
ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИТ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	155
ИВАНОВА Т.А., ЗАБАРИНА Д.А.	
ИНВЕСТИЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ.....	157
КОВАЛЕНКО О.В., ПОРТНОВА Г.А.	
СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТНО-МОТИВАЦИОННЫЕ ТЕОРИИ.....	161
ХАРИНА С.А., СИТНИК Л.С.	
ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ.....	164
ХОЛИНА А.Г., МИНОЧКИНА О.Н.	
УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ..	167
ХАРИНА С.А., СИТНИК Л.С.	
РОЛЬ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДІЯЛЬНОСТІ У ФОРМУВАННІ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	171
КОНАРЄВА Н.В., БРЕУСОВ О.Ю., ПОРТНОВА Г.О.	
МЕНЕДЖМЕНТ ТА УПРАВЛІННЯ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПОНЯТЬ....	175

АВЕРШИНА Е.Ю., СЕВОСТЬЯНОВА Т.В., ПОРТНОВА Г.А. ПОНЯТИЕ ИННОВАЦИИ И ЗНАЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ ВО ВНЕДРЕНИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕ.....	177
ПОЛЯКОВА Е.О., ПОРТНОВА Г.А. СИТУАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ЭФФЕКТИВНОМУ ЛИДЕРСТВУ.....	180
ВОДОЛАЗСКАЯ М.Ю., ДМИТРЕНКО М.А., ПОРТНОВА Г.А. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	182
ФОМЕНКО Є.М., ІВАНОВА І.С. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ „ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ”.....	184
ЛУНІНА Н.В., БУЛАХ І.В. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ КРИЗИ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА «КОНТІ».....	187
ТЕРЕХОВ В.В., КРАПИВНИЦКАЯ С.Н. ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	188
ПЕТРЕНКО К.Г., ТАРАНИЧ О.В. УПРАВЛІННЯ МАЛИМ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	190
БУДАНОВ Г.С., МИНОЧКИНА О.Н. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СТРАХОВОГО РЫНКА В УКРАИНЕ.....	194
ШУПИК Д., КАЛИНИЧЕНКО З.Д. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДА SWOT – АНАЛИЗА ВВЕДЕНИЕМ ФУНКЦИИ «РИСК».....	198
ПРОКОПЕНКО В.Ю., ФАРХШАТОВА О.В. СУЧАСНИЙ СТАН УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	201
СЕРДЮК І.І., МІХОВ Л.І. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	204
НАТОЛОЧНА А.П., ТРИКОЗ І.В. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....	207
БАЙБУРИНА М.А., ФОМИНА Е.А. НОВЫЙ ТОВАР КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	211
САГИРОВА Д.Д., КОЛОМАЦКАЯ О.С., ПОРТНОВА Г.А. СУТЬ И СОДЕРЖАНИЕ РИСК-АНАЛИЗА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	214
ЛИСЕНКО Г.В., КУЧЕР В.А. ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ТЕХНІЧНОГО ПЕРЕОЗБРОЄННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	216
КУЧЕР В.А. РОЗРАХУНОК ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ.....	220

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ
ВИРОБНИЧО-ЕКОНОМІЧНОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ
ГОСПОДАРЮВАННЯ**

матеріали III Всеукраїнської наукової конференції студентів

Том 2
23 квітня 2009 року

КАФЕДРА "УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ" **им. Ю.В.Бондаренко**

Кафедра "Управление производством" основана в сентябре 1998 года путем выделения 9-ти преподавателей из состава кафедры "Разработка месторождений полезных ископаемых". Инициатором создания кафедры и ее первым заведующим был профессор, доктор технических наук Юрий Васильевич Бондаренко. Создание новой кафедры было обусловлено необходимостью подготовки специалистов в сфере управления производством в базовых отраслях промышленности Украины. Опыт подготовки таких специалистов был накоплен на кафедре разработки месторождений полезных ископаемых еще в 70-80-е годы прошлого века при подготовке инженеров по специальности "Организация и управление горными предприятиями".

Высокий научный уровень кафедры подтверждается учеными степенями и званиями сотрудников кафедры, а также монографиями и методическими разработками, которые посвящены всему комплексу проблем управления промышленными предприятиями. Кафедрой выпущено 8 аспирантов.

Приглашаем абитуриентов получить высшее образование по новой специальности: 25 бюджетных мест

Закон Украины "О повышении престижности шахтерского труда" № 345-VI от 02.02.2009г. регламентирует:

- особенности получения образования шахтерами и их детьми (зачисляются вне конкурса шахтеры имеющие стаж подземной работы не менее 3 лет, дети, родители которых имеют стаж подземной работы не менее 15 лет, дети шахтеров, которые погибли вследствие несчастного случая на производстве, шахтеры-инвалиды I и II группы);
- повышение тарифной ставки на 30% относительно других отраслей промышленности;
- снижение подоходного налога с 15 до 10 %;
- минимальную пенсию не менее 3 прожиточных минимумов;
- обеспечение шахтерам – молодым специалистам первоочередного права на улучшение жилищных условий.

Форма обучения – очная. Выпускникам присваивается квалификация **"Горный инженер" со специализацией "Управление горными предприятиями"**.

Срок обучения на бюджетной основе: бакалавров - 4 год, магистров - 5,5 лет.

Во время обучения студенты получают традиционно качественную инженерную подготовку (в соответствии с лучшими традициями ДПИ – ДонНТУ) и комплекс знаний по экономико-финансовым и управленческим аспектам деятельности промышленных предприятий.

Это выгодно отличает специалистов по данному направлению подготовки от инженеров-технологов тем, что в программу подготовки включен целый ряд управленческих дисциплин.

Наши преимущества:

- получение воинского звания офицера без прохождения обязательной срочной службы;
- прохождение практики и включенного обучения на ведущих предприятиях и вузах Чехии и Польши;
- предоставление общежития;
- возможность заниматься спортом в одном из лучших спортивных комплексов Донецка (манеж, бассейн);
- наличие студенческой поликлиники;
- возможность оздоровления в санатории-профилактории, а летом отдых на берегу Азовского моря и в Святогорске.

Лицензия № 867775 от 08.04.2004 г.

83001, г. Донецк, ул. Артема, 58,
9-й уч. корпус, 5 этаж, ауд. 501;
Тел.: 8 (062) 304-37-06, 301-03-10;
E-mail: upr@mine.dgtu.donetsk.ua
<http://fgtu.donntu.edu.ua/kupr>