

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ, МОЛОДЕЖИ И  
СПОРТА УКРАИНЫ**

---

---

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ВЫСШЕЕ УЧЕБНОЕ ЗАВЕДЕНИЕ  
"ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ"  
ИНСТИТУТ ГОРНОГО ДЕЛА И ГЕОЛОГИИ

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

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

*Сборник научных работ*  
VI Международной научной конференции  
молодых ученых и студентов

Том 2

19 апреля 2012 года

Донецк 2012

ББК 65.05

УДК 339.13

П78 Проблемы управления производственно-экономической деятельностью субъектов хозяйствования: Сб. науч. работ VI Междунар. научн. конф. молод. уч. и студ., 19 апреля 2012 г., г. Донецк, ДонНТУ. — Т2. — Донецк: ДонНТУ, 2012. — 274 с.

Приведены результаты научных разработок, которые были представлены на VI Международную научную конференцию молодых ученых и студентов, организованную кафедрой "Управление производством" им. Ю.В. Бондаренко Донецкого национального технического университета.

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

Статьи публикуются в авторской редакции, ответственность за научное качество материала возлагается на авторов.

**Редакционная коллегия:**

докт. экон. наук, проф.	Мартякова Е.В.
канд. техн. наук, доц.	Кравченко А.А.
канд. техн. наук, доц.	Костюк И.С.
канд. экон. наук, доц.	Харченко В.А.

За справками обращаться по адресу:  
83001, г. Донецк, ул. Артема, 58,  
ГВУЗ "Донецкий национальный  
технический университет",  
кафедра "Управление производством"  
им. Ю.В. Бондаренко,  
тел. (062) 304-37-06,  
*e-mail: upr@mine.dgtu.donetsk.ua*

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ  
ВИРОБНИЧО-ЕКОНОМІЧНОЮ  
ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ  
ГОСПОДАРЮВАННЯ**

*Збірник наукових робіт*  
VI Міжнародної наукової конференції  
молодих вчених і студентів

Том 2

19 квітня 2012 року

Редакційно-технічне оформлення, коректура та комп'ютерна верстка *Н.С.Зайцева*

ЗОРИ А.С., ст. гр. ЭКИ-09а  
Науч. руков.: Беличенко А.Ф., к.э.н., доц.  
ГВУЗ «Донецкий национальный технический университет»,  
г. Донецк

**НЕОБХОДИМОСТЬ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ  
ОТВЕТСТВЕННОСТИ ДЛЯ УСПЕШНОГО СУЩЕСТВОВАНИЯ  
УКРАИНСКОГО БИЗНЕСА**

**Актуальность.** Во всем мире корпоративная социальная ответственность (КСО) является одним из значимых инструментов повышения капитализации компании, инструментом предотвращения некоммерческих рисков, открывает доступ к широкому кругу инвестиционных ресурсов и помогает добиться устойчивого развития по трем основным направлениям – экологическому, экономическому и социальному. Между тем, далеко не все украинские компании понимают ценность и важность повышения прозрачности своего бизнеса и использования современных подходов к управлению, позволяющих не только достигать краткосрочных целей по прибыли, но и закладывать основу для долгосрочного развития организации.

**Цель исследования.** Исследовать возможности реализации КСО в Украине.

**Основная часть.** В конце XX века в мировом экономическом сообществе получила развитие концепция корпоративной социальной ответственности. Дебаты по этому поводу начались в 70-х - 80-х гг. XX века, когда общественность столкнулась со скрытыми негативными последствиями деятельности компаний. В результате огласки подобных проблем начались дискуссии о роли бизнеса в обществе и социальной ответственности компаний.

Таким образом, корпоративная социальная ответственность — это концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, беря на себя ответственность за влияние их деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, и прочие заинтересованные стороны общественной сферы.

Разрешение социальных проблем является сложной задачей, поскольку связано со всеми сторонами деятельности общества и находится под влиянием государственной политики, деятельности территории и непосредственно предпринимательства. Если поставить вопрос, кто должен нести социальную ответственность в регионе за безработицу, бедность, социальную незащищенность, коррупцию, экологию и так далее, то можно с уверенностью ответить, что она должна распространяться на все институты региона, но в первую очередь на органы государственного управления и крупный бизнес.

Несмотря на развитие корпоративной социальной ответственности, в Украине отсутствует необходимый механизм государственного регулирования. Власть воспринимает социальную ответственность через несколько терминов различного толкования — «социальное партнерство», «благотворительность», «социальный диалог», а следствием непонимания корпоративной социальной ответственности (КСО) среди государственных служащих является слабая поддержка социальных проектов бизнеса государственными органами и отсутствие открытого диалога по разработке стимулов для бизнеса по внедрению КСО. В Украине общество еще не готово к восприятию концепции социальной ответственности. КСО пока остается инновацией бизнеса.

Существует недоверие к его социальным инициативам, и несущественной является роль деловой репутации компании при выборе потребителем продуктов или услуг, что связано с низким уровнем жизни населения и большим количеством людей, находящихся за чертой бедности.

В будущем в Украине будет действовать множество моделей взаимодействия социальных партнеров, которые зависят не только от объективных, но в большей степени от субъективных факторов личностных взаимоотношений между ведущими ключевыми фигурами в процессе формирования и реализации социальной политики, от жизненных моральных установок этих лиц, от внутренней установки изменить ситуацию к лучшему.

**Выводы.** Социальная ответственность бизнеса в Украине возможна только при соблюдении ряда условий, которые гарантированы государством:

- возможность бизнеса принимать самостоятельные решения, ответственность не может быть обязанностью;
- понимание и ответственность за самостоятельно принятые решения – последствия и результаты как непосредственные, так и последующие, опосредствованные;
- способность видеть цели и смысл развития бизнеса в контексте развития общества;
- желание принимать решения, которые содействуют развитию общества.

#### Библиографический список

1. Башарина Е.Н. Влияние государственного регулирования на развитие института корпоративной социальной ответственности (КСО)// Государственное управление. Электронный вестник, №14, Март 2008. – 1,0 п.л.
2. Мартякова Е.В. Вісник донецького університету, сер. В: економіка і право, спецвип., т.1, 2011 [Электронный ресурс] – Режим

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 следующим специализациям:

- ▶ Управління гірничими підприємствами (УГП);
- ▶ Страхова експертиза охорони праці у вугільній промисловості (СЕВ).

**Бюджетные места.** Возможно обучение на контрактной основе.

Форма обучения — очная. Срок обучения: бакалавров — 4 года, магистров — 1,5 года.

● **«Управління гірничими підприємствами» (УГП)**

Выпускникам присваивается квалификация **“Горный инженер” со специализацией “Управление горными предприятиями”**.

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. Современные специалисты со знанием экономики производства будут востребованы для работы в экономических и управленческих подразделениях предприятий горнодобывающей промышленности и других базовых отраслей экономики Украины.

● **«Страхова експертиза охорони праці у вугільній промисловості» (СЕВ)**

Выпускникам присваивается квалификация **“Горный инженер” со специализацией “Страховая экспертиза охраны труда в угольной промышленности”**.

В процессе обучения студенты получают не только инженерную подготовку, но и специальные знания по управлению производственными рисками, компьютерному моделированию процессов подземной разработки месторождений полезных ископаемых, страхованию, охране труда. Страховые эксперты по охране труда востребованы на промышленных предприятиях любой формы собственности, в службах Фонда социального страхования от несчастных случаев на производстве, страховых компаниях.

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>

Приёмная комиссия: ул. Артема, 58  
(1 корпус ДонНТУ), к.212;  
(062) 301-08-89, 304-01-08

Ткаченко Є.С., Закордонний досвід реалізації механізму державно-приватного партнерства.....	256
Чепіга Д., Голубєва Н.М., Приватизаційні процеси у вугільній промисловості України.....	260
Навка П.І., Аналіз фінансування та перспектив розвитку сфери фізичної культури та спорту.....	263

доступа: [www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/VDU\\_ekon/2011\\_1\\_SV/tom1/233.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VDU_ekon/2011_1_SV/tom1/233.pdf).

3. Продвижение принципов КСО в Украине [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.csrjournal.com/main/1679-v-prodvizhenii-principov-kso-v-ukraine-naibolee.html](http://www.csrjournal.com/main/1679-v-prodvizhenii-principov-kso-v-ukraine-naibolee.html).

ХАХОНОВА Д.С., ст. гр. ЭКИ-09а

Науч. руков.: Беличенко А.Ф., к.э.н., доц.

ГВУЗ «Донецкий национальный технический университет»,

г. Донецк

### СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОИСКА И ОТБОРА ПЕРСОНАЛА

**Актуальность.** В настоящее время вопрос подбора персонала является значимым для многих компаний. Основной причиной этому служит дороговизна хороших специалистов и большие вложения в начинающие кадры, их обучение, адаптацию и т.п. Поэтому многие предприятия стараются основать свою оригинальную систему подбора персонала, но при этом используют такие общепринятые методы, как интервью, собеседование, head hunting и пр.

**Цель исследования.** Обзор возможностей применения социальных сетей при подборе персонала для осуществления успешной деятельности.

**Задачи:**

- обозначить понятие социальной сети и основные тенденции их развития;
- рассмотреть возможности и проблемы применения различных социальных сетей при поиске и отборе персонала,
- выделить основные «опасности» пользователей социальных сетей.

**Основная часть.** Термин « Социальная сеть » был введен задолго до появления Интернета и собственно современных интернет-сетей, ещё в 1954 году социологом из « Манчестерской школы » Джеймсом Барнсом.

Социальная сеть (от англ. social networking service) — платформа, онлайн сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений.

Обычно на сайте сети возможно указать информацию о себе (дату рождения, школу, ВУЗ, любимые занятия и другое), по которой учётную запись пользователя смогут найти другие участники. Различаются открытые и закрытые социальные сети. Одна из обычных черт социальных сетей — система «друзей» и «групп». В 1995 году появилась первая, приближенная к современным, социальная сеть Classmates.com, которую создал Рэнди Конрад, владелец компании Classmates Online, Inc. Сейчас в

этой сети зарегистрировано более 40 миллионов людей, преимущественно из США и Канады.

На сегодняшний день можно выделить ряд **тенденций развития** социальных сетей в мире:

- Социализация всего
- Развитие нишевых социальных сетей
- Технологизация уже существующих
- Внедрение социальных сетей в бизнес
- Мобильные социальные сети
- Объединение и обмен информацией

Социальные сети дают возможность найти интересующего кандидата и составить о нем общее представление. Можно узнать интересы, посмотреть фотографии, ознакомиться с кругом общения и т. д. Источником более полезной информацией является список групп, в которых состоит ваш кандидат, и его активность в них. Получение этой информации — вопрос времени и усидчивости. При сборе информация в этих соцсетях возникают три проблемы:

- ✓ Закрытые группы.
- ✓ Аккаунты, доступные только для друзей.
- ✓ Невозможность при помощи поиска обнаружить активность человека во всей сети целиком.

✓ Полезным источником информации является использование человеком конкретных приложений и их количество.

Социальные бизнес-сети – кладезь информации для менеджера по персоналу. Они созданы для ведения деловых дискуссий, поиска новых контактов, работы и сотрудников. Наиболее популярны такие социальные сети: LinkedIn.com, Moikrug.ru, Professional.ru, Plaxo – они полезны своей бизнес-направленностью, эти сети позволяют раскрыть его профессиональные качества.

Алгоритм сбора данных примерно такой:

1. Сам профиль можно сравнить с тем, что кандидат пишет в резюме.
2. Рекомендации — опция, позволяющая советоваться специалистов. К рекомендациям стоит относиться по принципу «доверяй, но проверяй».
3. Запрос отзыва о человеке — аналогично графе «поручители» в резюме, только онлайн.
4. Группы — принцип тот же, что и в классических сетях, но группы сегментированы по бизнес-интересам. Здесь можно сложить впечатление о профессиональных качествах человека.

5. События, в которых участвует пользователь. Здесь необходимо походить по ссылкам и внимательно изучить найденное, поскольку закрытых аккаунтов не существует просто потому, что они противоречат самой идее сетей. Также можно воспользоваться такой полезной функцией, как «кросс-продажа»: вам показывают список профайлов

Дядькіна А.Є., Пучкова С.І., Лізинг персоналу як технологія кадрового забезпечення організації.....	186
Ашуйко Ю.М., Пучкова С.І., Управління плинністю кадрів як чинник забезпечення стабільного трудового колективу.....	189
Пєх М.О., Ошовська Т.М., Пучкова С.І., Формування сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі.....	192
Гайдукова О.С., Севрюкова С.В., Кадровий потенціал підприємства, як основа підвищення конкурентних переваг промислового підприємства.....	195
Савчин О.С., Севрюкова С.В., Аналіз кредитно-фінансової політики банківських установ України.....	197
Кучеренко В.О., Гайдай Р.Ф., Обоснование целесообразности разработки инвестиционного проекта по переработке отходов угольных предприятий.....	200
Донцова А.Ю., Никифорова В.Г., Підвищення рівня зайнятості інвалідів в Україні.....	203
Емерзіян Г.Н., Харченко В.А., Кризис промышленного развития в современных условиях.....	206
Сычкова Е.М., Кравченко А.А., Анализ мирового и украинского рынков поваренной соли.....	211
Довгань П.С., Кочура И.В., Направления развития инновационного потенциала на угольных предприятиях.....	215
Фефелов В.В., Подходы к моделированию угольной шахты.....	220
Бодякина Е., Овсянников В.П., Применение аналитической платформы Deductor для анализа данных, характеризующих работу угольного предприятия.....	224
Горбач Н.М., Лихошерст Є.В., Удосконалення системи оцінки потенціалу підприємства.....	229
Дубицкий С.А., Скаженик В.Б., Моделирование угольных шахт с целью повышения качества управленческих решений.....	232
Мошна М.В., Мартякова О.В., Крикуненко Д.О., Сучасні підходи до мотивації персоналу підприємств машинобудування.....	234
Выговский А.Д., Кравченко А.А., Анализ использования концессии в условиях угольной промышленности Украины.....	238
Ткачева А.А., Кочура И.В., Анализ состояния развития угольной промышленности и направления преодоления кризисных тенденций..	243
Сервуля Ф.С., Скаженик В.Б., Современные системы планирования производства.....	247
Васильев Ю.В., Головинов О.Н., Особенности и проблемы легализации доходов, полученных преступным путем в банковской сфере Украины.....	250
Романова А.Б., Павловская И.Г., Управление интеграционным взаимодействием в стратегии развития холдинговых структур.....	253

інвестиційно-інноваційного розвитку України.....	124
<b>Микулич А.А., Ситько М.В., Лисица Е.С.,</b> Financial crisis impacts on fashion industry: strategies for survival.....	127
<b>Беспоясна М.В., Кравченко В.О.,</b> Атестація персоналу в контексті оцінки персоналу підприємства.....	131
<b>Сокол І.В., Надтока Т.Б.,</b> Аналіз енергоефективності та стан енергозбереження в Україні.....	134
<b>Кушка Т.Є., Мартякова О.В., Крикуненко Д.О.,</b> Сучасні підходи до мотивації персоналу підприємств вугільної промисловості.....	136
<b>Кузнецова Ю.О., Петрова С.М., Гришина Ю.В.,</b> Проблеми функціонування вугільних підприємств Донецької області.....	139
<b>Мороз О.В., Гайдай І.Ю.,</b> Аналіз закордонного досвіду інвестування в малі підприємства.....	143
<b>Алакоз І.С., Гайдай І.Ю.,</b> Проблеми інвестування в людський капітал в сучасних умовах.....	146
<b>Ковтун Ю.О., Курган О.Г.,</b> Стратегічне управління як інструмент забезпечення довгострокового успіху машинобудівних підприємств Укпаїни.....	149
<b>Щебельська В.О., Усова Г.В.,</b> Конкуренція та конкурентоспроможність: економічна сутність та фактори підвищення.....	152
<b>Казакова І.С., Селезньова Н.О.,</b> Управління матеріальними потоками промислового підприємства.....	155
<b>Антипенко К.А., Пехтерева В.В.,</b> Удосконалення маркетингової діяльності у процесі управління на приватному акціонерному товаристві «Горлівський машинобудівник».....	158
<b>Пермінова В.В., Галушка В.В.,</b> Аналітичне забезпечення управління вугледобувними підприємствами.....	164
<b>Глотова О.В., Кулаков В.А.,</b> Деякі аспекти управління інноваційною діяльністю.....	167
<b>Антипенко К.А., Пехтерева В.В.,</b> Стратегічна маркетингова спрямованість як складова забезпечення довгострокової конкурентоспроможності виробничого підприємства.....	169
<b>Чеченєва Е.Р., Заглада Р.Ю.,</b> Свійкий розвиток соціально-економічних систем.....	174
<b>Токарева А.В., Деречинский Ю.Н.,</b> Важність регіонального комерційного банку для соціально-економічного розвитку регіона.....	177
<b>Запорожан Н.В., Заглада Р.Ю.,</b> Методичні підходи до оцінки фінансової стійкості та платоспроможності промислових підприємств.....	180
<b>Запороженко К.О., Андрос С.В.,</b> Аналіз депозитних операцій банків.....	183

людей, которых обычно «просматривают вместе с этим аккаунтом», то есть предлагают альтернативу, схожую по профессиональным навыкам.

Проблемы использования социальных сетей. Все проблемы пользователей социальных сетей связаны с тем, что информация, размещенная в аккаунтах, может быть найдена и использована кем угодно, в том числе не обязательно с благими намерениями. Следует выделить наиболее важные:

- сексуальные домогательства, насилие и педофилия,
- запугивание, преследование, угрозы,
- конфиденциальность данных,
- распространение спама,
- возможность потери личной информации,
- вытеснение реального общения,
- интернет-зависимость,
- создание негативного имиджа,
- распространение националистических идей,
- хакерство и кибертерроризм.

**Выводы.** Таким образом, успех и процветание социальных сетей обусловлено, в первую очередь, их основными функциями: построение, отражение и организация социальных взаимоотношений. На современном этапе социальные сети активно развиваются, расширяя спектр услуг, и тем самым привлекая новых пользователей.

Социальные сети дают возможность найти интересующего кандидата на должность, составить о нем общее представление, раскрыть его профессиональные качества, а сам профиль можно сравнить с тем, что кандидат пишет в резюме.

В то же время люди не понимают, что информация, размещенная ими в социальных сетях, может быть найдена и использована кем угодно, в том числе не обязательно с благими намерениями, что обуславливает ряд проблем и возможность возникновения угроз как психическому здоровью, так и жизни человека.

#### Библиографический список

1. Илона Кветна. Маркетинг в социальных сетях — ставка на доверие // журнал «Маркетинг и реклама», №6, 2009.
2. Никита Семенов “Социальные сети, перспективы развития и способы монетизации“ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://habrahabr.ru/post/22811/#habracut>.
3. Всё о социальных сетях [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://vseseti.wordpress.com>.

НОВИЦКАЯ А.В., гр., ЕПЕК 09  
Научн. рук.: Бородина О.А., ассист.  
ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",  
г. Донецк

## УПРАВЛЕНИЕ КОЛЛЕКТИВОМ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОЙ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

*В современных условиях, когда человеческий ресурс становится основным ресурсом каждого предприятия, очень важной становится деятельность каждого отдельного члена коллектива. Чтобы обеспечить большую производительность труда нужно учитывать все факторы трудовой активности. Один из важнейших это фактор межличностной совместимости.*

**Актуальность.** В современном мире вопрос об управлении коллективом на предприятии встает очень остро, так как каждая организация старается максимально оптимизировать свою деятельность, делая ее еще более эффективной. Поэтому для достижения целей предприятия нужна совместная и налаженная работа персонала, а контролировать это должно руководство. Этой проблемой занимались многие ученые, такие как Шабалкин, Пугачев, Авдеев, Амстронг, Шаталова, Уэлч и многие другие.

**Цель исследования.** Изучение коллектива на предприятии, выявление ошибок и способов их решения.

**Основная часть.** Трудовой коллектив – это объединение работников, осуществляющих совместную трудовую деятельность на государственном, кооперативном, общественном частном предприятии, учреждении, организации. В составе единого трудового коллектива действуют трудовые коллективы цехов, отделов, участков, бригад и т.д. [1].

Важнейшим условием эффективной работы руководителя является создание хорошо подобранного коллектива сторонников и партнеров, способных осознать и реализовать идеи и замыслы руководителя. Коллектив сможет более или менее эффективно идти к достижению своих целей, если он хорошо организован, информирован, дисциплинирован, сплочен и активен.

На эффективность работы коллектива оказывают влияние также следующие факторы:

- его размер и состав;
- групповые нормы поведения, единомыслие и статус его членов;
- трудовые отношения в коллективе и критерии, используемые в управлении.

дискримінація як основна перешкода при працевлаштуванні жінок в Україні.....	56
<b>Гимадинова А.Д., Ровт Э.П.,</b> Особенности инвестиционных ресурсов.....	59
<b>Гетманова О.Д., Ровт Э.П.,</b> Особенности рекламных массовых коммуникаций.....	62
<b>Ермакова Г.Ю., Ровт Э.П.,</b> Кредитный рынок и его развитие в Украине.....	64
<b>Герасимова Ю.В., Ровт Э.П.,</b> Роль интернет-технологий в развитии современного маркетинга.....	67
<b>Кужлева А.С., Ровт Э.П.,</b> Цели и функции маркетинга.....	70
<b>Сабаев А.В., Ровт Э.П.,</b> Общая теория рекламы в рамках экономической психологии.....	74
<b>Станев Я.В., Варамезов Л.,</b> Аутсорсинг на бизнес процеси.....	76
<b>Blazheva V.,</b> Reforms of the common agricultural policy the European Union.....	79
<b>Рыбалко Ю.Э., Ровт Э.П.,</b> Социально-экономические проблемы мотивации персонала на коммерческих строительных фирмах.....	82
<b>Petrova S.P.,</b> Study the sources of market power of retail chains.....	85
<b>Гординский С.П., Гомаль И.И.,</b> Выбор оптимального варианта стратегии лизинговых выплат.....	88
<b>Сторова К.І., Кравченко В.А.,</b> Ризик—менеджмент як інструмент управління ризиками діяльності підприємства суб'єкта ЗЕД.....	91
<b>Федотова В.О., Рюміна Є.Л.,</b> Проблеми якості послуг готельного підприємства.....	94
<b>Кара Ю.Ю., Кравченко В.О.,</b> Розробка інноваційної стратегії підприємства.....	97
<b>Міночкін Д.М., Вишневецький В.П.,</b> Обчислення відсоткової ставки банківського кредитування інвестиційного проекту за розробленою методикою.....	100
<b>Янчук О.Ю., Сакалош Т.В.,</b> Міжнародна кооперація як шлях до підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств..	103
<b>Степанова О.В.,</b> До питання про взаємодію соціального капіталу та освіти.....	106
<b>Дегтяр Н.В.,</b> Екосистемні послуги в управлінні економічними механізмами.....	111
<b>Штилець Т.С., Рюміна Є.Л.,</b> Рекламна діяльність в системі маркетингу.....	115
<b>Липка Ю.О., Трикоз І.В.,</b> Ціноутворення—важливий економічний інструмент формування показників підприємства.....	117
<b>Бичун А.Н., Лепешкевич Ю.А., Лисица Е.С.,</b> Особенности недружественных слияний и поглощений.....	120
<b>Нізовець В.В., Кравченко В.О.,</b> Проблеми та перспективи	



## Содержание

<b>Зори А.С., Беличенко А.Ф.,</b> Необходимость корпоративной социальной ответственности для успешного существования украинского бизнеса.....	3
<b>Хахонова Д.С., Беличенко А.Ф.,</b> Социальные сети как эффективный инструмент поиска и отбора персонала.....	5
<b>Новицкая А.В., Бородин О.А.,</b> Управление коллективом как основа эффективной работы предприятия.....	8
<b>Никитина Е.И., Беличенко А.Ф.,</b> Проблема рационального использования ресурсов на предприятиях медной промышленности..	11
<b>Маслова Е.В., Беличенко А.Ф.,</b> Управление персоналом: основные ошибки эффективного управления.....	14
<b>Княшко Р.В., Кучер А.Т.,</b> Повышение конкурентоспособности продукции.....	17
<b>Зайчиков Э.Ю., Гомаль И.И.,</b> Использование шахтной воды ПАО «ДТЭК Шахта «Комсомолец Донбасса» для хозяйственно-питьевого водоснабжения.....	19
<b>Коломоец Т.Е., Булах І.В.,</b> Проблемы залучення інвестицій у реконструкцію вугледобувного підприємства.....	22
<b>Старостин В.И., Скаженник В.Б.,</b> Оценка варианта развития горных работ ОП «Шахта им. В.И. Ленина».....	26
<b>Черкас Е.Ф., Полянская Я.Л.,</b> Совершенствование пенсионной системы Украины.....	30
<b>Балдэ К.Б., Яценко А.Б.,</b> Формирование инвестиционного портфеля на основе модели «КВАЗИ-ШАРПА» для фондового рынка Украины.....	33
<b>Мясникова Е.М.,</b> Разработка оптимальных стратегий управления запасами фармацевтической фирмы – важный рычаг укрепления международных партнерских отношений.....	36
<b>Рыжкова М.А., Лысяков В.Ф.,</b> Аспекты проблемы стимулирования персонала.....	38
<b>Доценко Н.С., Амелинская Е.В.,</b> Роль социального развития предприятия в современных условиях хозяйствования.....	41
<b>Моїсєєва А.В., Бородин О.О.,</b> Мережевий маркетинг на прикладі компанії «Оріфлейм».....	44
<b>Тонюфа А.В., Масленко Ю.В.,</b> Эффективность внедрения ДКТ для безнасосного бурения.....	47
<b>Глоба В.В., Козлов В.П.,</b> Особенности формирования краткосрочной финансовой политики предприятий в Украине.....	49
<b>Щербаківа К.О., Моїсєєва Ю.Ю.,</b> Пріоритетні напрями розвитку інвестиційної діяльності в Донецькому регіоні.....	52
<b>Сухоруков А.М., Блохіна І.С., Лизунова О.М.,</b> Гендерна	

1. Размер. Некоторые исследования показали, что коллективы, насчитывающие от 5 до 11 членов, обычно принимают более точные решения и испытывают большую удовлетворенность от работы [5].

2. Состав. Под составом понимается степень сходства личностей и точек зрения, подходов, которые они проявляют при решении проблем. Рекомендуется, чтобы коллектив состоял из непохожих личностей, так как это сулит большую эффективность, чем если бы члены коллектива имели схожие точки зрения. Коллектив с разными точками зрения его членов вырабатывает более качественные решения. Для этого перед самым приемом на работу нужно проводить тесты, которые выявят характер и особенность каждой личности.

3. Групповые нормы поведения. Нормы, обычаи, традиции определяют направленность работы коллектива и ожидаемые результаты. Они призваны подсказывать членам коллектива дисциплину поведения при выполнении производственных задач. При условии соответствия своих действий и норм каждая отдельная личность может рассчитывать на принадлежность к группе, на ее признание и на поддержку.

4. Групповое единomyслие. Это тенденция подавления каждой отдельной личностью своих действительных взглядов на какое-либо явление с тем, чтобы не нарушить единство и гармонию группы.

5. Конфликтность. Хотя разнообразие и активный обмен мнениями и полезен, но он может привести к внутригрупповым спорам и другим проявлениям открытого конфликта, которые всегда пагубны для работы.

6. Статус членов коллектива. Статус личности в коллективе определяется рядом факторов, включая такие, как старшинство в должности, образование, организаторский талант, информированность, опыт, расположение начальства и т.д. Эти факторы могут способствовать повышению или понижению статуса в зависимости от ценностей и норм в группе.

7. Трудовые отношения в коллективе. Налаживание трудовых отношений и создание хорошего морального климата – это едва ли не самая сложная проблема управления коллективом. Трудовые отношения начинаются с момента найма работника, когда взаимоотношения между работником и работодателем устанавливаются с помощью соглашения, называемого контрактом или трудовым договором [4].

8. Роли членов коллектива. Критическим фактором, определяющим эффективность работы коллектива, является поведение каждого из его членов. Роли в коллективе должны распределяться таким образом, чтобы каждый его член мог вести себя инициативно и ответственно при выполнении поставленных задач, а также способствовать социальному взаимодействию в коллективе. Таким образом, производственная деятельность, связанная с выполнением целевых ролей, должна сочетаться с социальными аспектами, выступающими в качестве поддерживающих

ролей, которые сохраняют состояние удовлетворенности членов коллектива.

Как и в спорте, командная работа чрезвычайно важна для конкурентности на сегодняшней глобальной арене, где индивидуальное мастерство не столь важно, как высокий уровень коллективной работы. В интеллектуальном предприятии команды – скорее правило, чем исключение. Характерной чертой этих команд является широкий круг полномочий или прав принятия решения.

Основное отличие команды от группы заключается в том, что первая производит синергию (1+1=11), а вторая нет (1+1=2) [3].

**Выводы.** При формировании коллектива играет большую роль выбор размера, состава, формы и способов взаимосвязи между его членами. В небольших коллективах часто возникает обстановка психологической несовместимости, и из-за этого назревающий конфликт становится очень острым. Большое значение имеет формирование состава коллектива, он должен состоять из людей разных по возрастным группам, уровню квалификации и образования. При формировании коллектива важно учитывать особенности характера и темперамента.

В коллективе должен быть свой сформировавшийся лидер, который сможет воздействовать на здоровый моральный климат в коллективе. Не должно быть подавления инициативных и креативных работников. Конфликты в коллективе должны контролироваться и решаться руководителям.

#### Библиографический список

1. Кондратьева М.Ю. Социальная психология. Словарь / М.Ю. Кондратьева; Под общ. ред. А.В. Петровского. – М.: ПЕР СЭ, 2006. – С. 98.
2. Платонов, Ю. П. Психологические феномены поведения персонала в группах и организациях / Ю.П. Платонов. – М.: Речь, 2007. – С. 23.
3. Кузьмин, Е.С. Основы социальной психологии [Текст] / Е.С. Кузьмин. – М.: Прогресс, 2000. – С. 82.
4. Социально-психологический климат организации [Электронный ресурс] / Психология и педагогика. – М.: Интерсофт, 2006. – Режим доступа: <http://www.psi.lib.ru>.
5. Галкина, Т. Организационные изменения: чем может помочь организационная культура / Т. Галкина // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2009. – №3. – С. 18.

#### Бібліографічний список

1. Бураченко А.Є. Фінансування дитячого спорту / А.Є. Бураченко [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.confcontact.com/2009\\_03\\_05/8\\_buryachenko.php](http://www.confcontact.com/2009_03_05/8_buryachenko.php).
2. Проект Закону про Державний бюджет України на 2011 рік [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://gska2.rada.gov.ua/pls/zweb\\_n/w\\_ebproc4\\_1?id=&pf3511=39205](http://gska2.rada.gov.ua/pls/zweb_n/w_ebproc4_1?id=&pf3511=39205).
3. Наукова та інноваційна діяльність в Україні 2009. Статистичний збірник. Державний комітет статистики України, 2010. – 338 с.

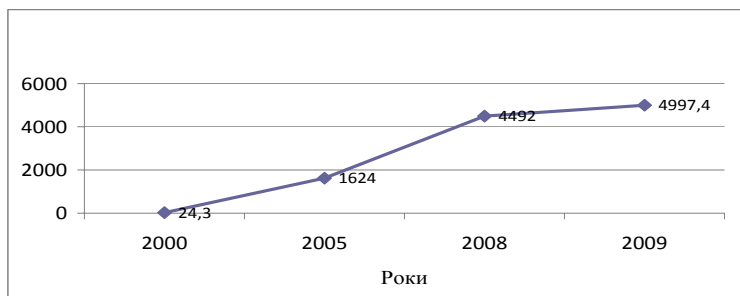


Рисунок 2. Фінансування наукових та науково-технічних робіт в галузі фізичного виховання та спорту (тис. грн.)

Питома вага витрат держбюджету спрямована в напрямку забезпечення перемог на олімпійських іграх, що розвиває напрямок підвищення іміджу держави на міжнародній арені. Відомо, що фінансове забезпечення фізичного розвитку та спорту відіграє велику роль у визначенні ефективності цієї сфери. Фінансування спрямоване на забезпечення інвентарем, спортивними базами, професійними тренерами, результативне науково-методичне забезпечення, медико-біологічне забезпечення тощо. З аналізу стану та проблем розвитку фізичної культури та спорту можливо зробити висновки, що спостерігається низька активність населення щодо занять спортом, це обґрунтовано в першу чергу низькими доходами домогосподарств.

Фінансування наукових робіт галузі фізичного виховання та спорту зростає, з 2000 по 2009 роки фінансування зросло у 205 разів.

**Висновки.** На підставі досліджень доведено, що спостерігається позитивна динаміка видатків держави на духовний та фізичний розвиток, однак, ці витрати є недостатніми задля ефективного розвитку соціальних потреб. Також необхідно змінювати структуру цих витрат, яка в даний час спрямована не на більший шар населення, який потребує фінансового забезпечення щодо занять спортом, а на елітні напрямки. Напрямок та об'єми державного фінансування олімпійського спорту та спорту вищих досягнень доводять, що державна політика спрямована на розвиток іміджевої складової завдяки розвитку спорту, однак необхідно збільшувати напрямки фінансування фізичної культури, як напрямку оздоровлення нації та втілювати ефективні методи регулювання цієї сфери. Позитивним напрямком розвитку є зростання фінансування наукових робіт галузі фізичного виховання та спорту.

НИКИТИНА Е.И., ст.гр. ЭКИ-09

Науч.руков.: Беличенко А.Ф., к.э.н., доц.

ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",  
г. Донецк

## ПРОБЛЕМА РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МЕДНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

*Изучены особенности технологического процесса производства анодной меди на одном из типичных предприятий Украины данной отрасли, проанализирована целесообразность и способы использования отходов производства.*

**Актуальность.** Проблемы ограниченности ресурсов и их нерационального использования, загрязнения окружающей среды и негативного влияния на биосферу деятельности промышленных предприятий носят глобальный характер. Их решение является одной из важнейших задач как человечества в целом, так и отдельных предприятий.

В частности эта проблема касается металлургических предприятий, которые используют в своей деятельности невозобновляемые, исчерпывающиеся ресурсы – руды цветных и черных металлов. Особо ощущается недостаток сырья в отрасли медного производства.

Проблема рационального использования меди, как и любого другого сырья, имеет три аспекта – экономический, экологический и социальный. То есть экономически целесообразно извлекать наибольшую пользу из имеющихся в ограниченном количестве ресурсов, и при этом стремиться к снижению негативного воздействия производственной деятельности на окружающую среду и человека. В данном случае возникает необходимость во внедрении безотходного или малоотходного производства.

**Цель исследования.** Теоретическое обоснование внедрения безотходного производства на медеплавильных предприятиях.

**Основная часть.** Геологические исследования подтвердили наличие перспективных месторождений меди в Украине, одним из таких является Рафаловское месторождение, которое находится на территориях Волынской и Ровенской областей. По экспертным оценкам для подготовки месторождения к промышленной эксплуатации необходимо инвестировать около 50 млн. долл., соответственно, промышленное производство меди этого месторождения имеет весьма отдаленную перспективу. Таким образом, единственным внутренним источником сырья в Украине остаются лом и отходы.

В связи с этим необходимо замедлить процесс истощения медных запасов и способствовать многократному использованию этого ресурса. В этом случае отходы производства и потребления должны превращаться во

вторичные материальные ресурсы. Как говорил Д.И. Менделеев: «В химии нет отходов, а есть лишь неиспользованное сырье», данное высказывание должно касаться и современного производственного процесса на различных предприятиях.

Переработка отходов имеет огромное значение, так как в шлаках содержится большое количество ценных компонентов. Извлекая из руды только медь, с шлаком выбрасываются такие ценные компоненты, как цинк, марганец, никель, алюминий и др. К тому же отходы занимают значительные территории, изобилуют токсичными веществами, загрязняющими атмосферу, почву, воду, уничтожающими растительность. Они накапливаются в организме человека, вызывают различные заболевания и мутацию генов.

Одним из отходов медного производства (в частности, медных анодов) являются медесодержащие шлаки рафинирования.

Первое направление их использования – переработка шлаков и извлечение из них меди, так называемого электрошлакопепла (ЭШП). Как показывают результаты химических анализов качество получаемого продукта извлечения (ЭШП) идентично качеству рассортированного лома (это дает возможность использования полученного медного лома в производстве анодов), а его себестоимость значительно ниже цены закупаемого лома. Себестоимость 1 т ЭШП равна 13,04 тыс. грн., в сравнении с ломом рассортированным, стоимость которого составляет 24,82 тыс.грн., экономия на 1 тонну может составить 11,78 тыс.грн.

Таким образом, существует реальная возможность снижения себестоимости готовой продукции.

Однако здесь предприятие столкнется с необходимостью вложения значительных средств во внедрение нового оборудования и его дальнейшего обслуживания или реконструкцию (модернизацию) уже существующих печей на предприятии (речь идет о десятках, а то и сотнях тысяч долларов). В этом случае большинство из субъектов хозяйствования посчитают, что выгоднее отходы отправлять на свалки, не рассматривая перспектив получения значительных конкурентных преимуществ на рынке и экологического и социального эффекта в долгосрочной перспективе.

Отгрузка отходов на свалку может производиться собственными силами (при условии наличия автопарка) или посредством привлечения сторонних организаций. В обоих случаях речь идет о затратах на вывоз и на оплату экологического налога. По статистическим данным эти расходы в среднем составляют 23 тыс. грн. в год.

Отсюда следует, что вывоз отходов с территории завода гораздо дешевле, чем их переработка, именно по этой причине предприятия не используют отходы как вторичное сырье.

Вторым направлением использования отходов медного производства является их реализация сторонним организациям. Шлак может быть

Таблиця 1  
Витрати бюджету на розвиток фізичної культури та спорту  
2009-11рр.

№	Показники	2009р.	2010р.	2011р.
1	Загальний об'єм, тис.грн.	410 853,3	386 773,8	397 831,0
2	Приріст до попереднього року, тис.грн.		-24079,5	11057,2
3	Приріст до попереднього року, %		-5,8	2,8
4	Структура витрат, питома вага у %:			
	- Державна підтримка фізкультурно-спортивного товариства "Динамо" України на організацію та проведення роботи з розвитку фізичної культури і спорту серед працівників і військовослужбовців правоохоронних органів;	0,32	0,39	5,4
	- Державна підтримка Всеукраїнського фізкультурно-спортивного товариства "Колос" на організацію та проведення роботи з розвитку фізичної культури і спорту серед сільського населення;	1,47	2,4	2,2
	- Організаційне та фінансове забезпечення спорту вищих досягнень;			
	- Забезпечення підготовки спортсменів вищих категорій;	1,1	4,35	3,56
	- Створення та розвиток матеріально-технічної бази спорту;			
	- Фінансова підтримка громадських організацій фізкультурно-спортивного спрямування;	1,1	1,5	1,6
	- Проведення навчально-тренувальних зборів і змагань з олімпійських видів спорту;	0,38	0,55	0,40
	- Підготовка та участь національних збірних команд в Олімпійських іграх;	3,76	5,1	3,73
	- Фінансова підтримка Національного олімпійського комітету України;	32,0	45,8	36,8
	- Фізкультурно-спортивна реабілітація та спорт інвалідів;	4,8	3,37	
	- Підготовка і участь національних збірних команд в Паралімпійських і Дефлімпійських іграх;	4,0	5,08	14,99
	- інші напрямки (підтримка паралімпійського руху, забезпечення діяльності Всеукраїнського центру фізичного здоров'я населення «Спорт для всіх», заходи з неолімпійських видів спорту та інші).	10,56	13,77	15,19
		32,7	8,3	2,5
		7,8	9,4	13,8

Наведемо дані стосовно фінансування робіт в галузі фізичного виховання та спорту на рис.2, за даними [2, с.78] (тис. грн.).

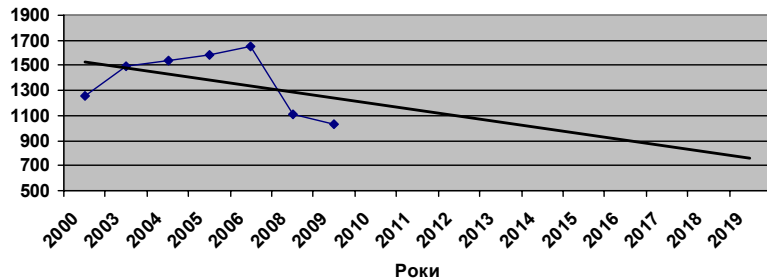


Рисунок 1. Лінія тренда щодо зміни кількості дитячо-підліткових фізкультурно-спортивних клубів за місцем проживання у наступні роки

Фінансове забезпечення фізичного розвитку та спорту відіграє велику роль у визначенні ефективності цієї сфери. Фінансування спрямоване на забезпечення інвентарем, спортивними базами, професійними тренерами, результативне науково-методичне забезпечення, медико-біологічне забезпечення тощо.

Витрати бюджету на розвиток фізичної культури та спорту 2009-2011рр. та їх структура наведені у табл.1.

отправлен на обеднение с целью извлечения из него ряда ценных элементов, а также применяться как сырье для строительной промышленности. Шлаки можно использовать при производстве термоизоляционных плит, щебня и вяжущих строительных материалов.

При сбыте шлаков на сторону, их цена составляет около 3,85 грн. за килограмм. Предприятие ОАО «АЗОЦМ» в год производит 4800-6000 т медных анодов. При производстве 1 т меди образуется 65 кг шлака, т.е. при реализации шлаков по заданной цене с 1 т можно выручить

$$65 * 3,85 = 250,25 \text{ (грн)}$$

Несложно посчитать выручку за год, при условии, что объем производства составит 5000 т.

$$5000 * 250,25 = 1251250 \text{ (грн)}$$

Как видим, продажа медных шлаков – достаточно выгодное мероприятие. Но и здесь перед предприятием может возникнуть ряд задач – поиск покупателей, выделение средств на рекламу и отгрузку отходов потребителю. И вывоз отходов в конечном итоге для большинства предприятий остается наиболее привлекательным способом использования отходов.

В данном случае необходимо прибегнуть к государственному вмешательству посредством ужесточения экологического законодательства Украины. Следует пересмотреть размеры налоговых ставок и штрафов за размещение отходов промышленными предприятиями, в частности, предприятиями медной промышленности, и этим стимулировать более рациональное использование отходов производства.

**Выводы.** Таким образом, нужно отметить, что использование отходов производства является экономически обоснованным и делает технологический процесс производства медных анодов практически безотходным, в целом повышает рентабельность медного производства. К тому же будут достигнуты экологический (в первую очередь снижение количества загрязненных территорий) и социальный (устранение негативного воздействия отходов на здоровье людей) эффекты.

Каждое предприятие данной отрасли может выбрать тот или иной способ использования шлаков: перерабатывать их самостоятельно или реализовывать их с целью получения дополнительного дохода и разрешения проблемы размещения отходов на собственной территории. При этом государство должно способствовать этому процессу путем законодательного регулирования.

### Библиографический список

1. Касиков А.Г. Использование отходов медно-никелевого производства для получения коллекторов цветных и благородных металлов // Сб. трудов IV Международного конгресса Химических технологий. – С.-П., 2003. – С. 38-40.
2. Рафинированная медь Украины: / Ю.Д. Савенков, В.И. Дубоделов, В.А. Шпаковский, В.А. Кожанов, Е.В. Штепан — Донецк: Издательство, 2008. – С. 30-31.
3. Крайденко Р.И. Выделение ценных компонентов из медно-никелевого концентрата хлороаммонийным методом //Химическая промышленность сегодня №11, 2008, С.13-17.
4. <http://www.dishisvobodno.ru/> Загрязнение окружающей среды/ металлургические отходы.

МАСЛОВА Е.В., ст.гр. ЭКИ-09

Науч.руков.: Беличенко А.Ф., к.э.н., доц.

ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",

г. Донецк

### УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ: ОСНОВНЫЕ ОШИБКИ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

*Изучены типичные ошибки менеджеров, проанализированы данные исследований, показывающих какую долю времени руководитель тратит на управление персоналом.*

Большинство руководителей практически не готовы к решению чрезвычайно сложных задач, с которыми им придется столкнуться в ближайшем будущем. В связи с этим самые сложные проблемы управления порождаются успехами и достижениями менеджмента как такового.

**Актуальность.** Данной темы заключается в том, что многие руководители, несмотря на свой личный опыт и на то, что в Интернете, и во многих книгах пишут об управлении бизнесом, допускают в этой сфере грубые ошибки. Не застрахованы от них даже опытные генеральные менеджеры.

**Цель исследования.** Проанализировать управленческие помехи и дать нужные рекомендации для их избежания и повышения эффективности работы предприятия.

У любого из руководителей, кто не склонен обременять себя регулярным саморазвитием, отыщутся некоторые из перечисленных помех.

світлі правил СОТ та ЄС / О.І. Амоша, О.І. Кабанов, Л.Л. Стариченко // Уголь Украины. — январь. — 2010. — С.5–9.

5.Панишко, А.И. Проблемы ликвидации предприятий угольной промышленности и пути их решения / А.И. Панишко // Уголь Украины. — 2009. — декабрь. — С.3–5.

НАВКА П.І., асист.

ДВНЗ "Донецкий национальный технический университет",

м. Донецк

### АНАЛІЗ ФІНАНСУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ СФЕРИ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СПОРТУ

*Кратко анализируется состояние и финансирование сферы физической культуры и спорта в Украине, рассмотрены положительные и отрицательные аспекты развития.*

**Актуальність.** Розвиток економіки та управління фізичної культури та спорту це складова частина культури суспільства, його членів та підсистема національного господарювання. Дієва політика у спортивній галузі сприяє відтворенню здоров'я нації, поповненню бюджетних ресурсів за рахунок розвитку спортивних заходів, платних послуг у галузі та доходів від діяльності підприємств спортивного обладнання.

**Мета дослідження.** Аналіз позитивних та негативних аспектів фінансування спортивної галузі в Україні.

**Основний матеріал.** На підставі аналізу виявлено, що кількість приміщень для фізкультурно-спортивних занять, майданчиків (гімнастичних містечок) з тренажерним обладнанням та басейнів зростає на 23, 3 та 7% відповідно. Це позитивна динаміка розвитку окремих складових сфери фізичної культури та спорту. Збільшення спортивних споруд спостерігається за прибутковими напрямками занять спортом, так одноразове відвідування льодового котка коштує від 50 грн./год., одноразове відвідування плавального басейну – від 40 грн./год. Також, не можна не відзначити, що збільшення кількості басейнів пов'язано з їх побудовою в елітних готельно-спортивних комплексах, які є приватною власністю, і доступ для їх відвідування має досить вузьке коло осіб за умов високих цін. Кількість дитячо-підліткових фізкультурно-спортивних клубів за місцем проживання зменшилась на 223 одиниці, враховуючи, що у багатьох містах України є по одному такому закладу на місце це значні негативні зміни. З 2000 по 2006 рік спостерігалось зростання кількості фізкультурно-спортивних клубів, а з 2006 по 2009 рік цей показник зменшився на 40% (рис.1).

Цей приклад цікавий тим, що здійснюється об'єднання підприємств всього технологічного циклу — від видобутку та збагачення вугілля до генерації та виробітку електроенергії. Вертикально інтегровані компанії швидко реагують на зміну попиту. Вони мають низький рівень зольності вугілля — найважливіший показник роботи вугледобувного підприємства. У вертикально інтегрованих компаніях кошти розподіляються поміж компаніями з урахуванням їх потреби у інвестиціях [3].

Приватизаційні перетворення корисні як для підприємства так і для держави. Для шахти це гарантія своєчасної виплати заробітної плати робітникам та податкових платежів до державного і місцевого бюджетів; відмова від невідгідних банківських кредитів; забезпечення продукцією матеріально-технічного призначення для підтримки і розвитку виробництва; проведення технічного переозброєння і впровадження прогресивних технологій, що дозволяють підвищити рівень видобутку шахти; вирішення соціальних проблем колективу і членів сімей гірників. Для держави — наявність стабільно працюючого підприємства, що значно перевищило проектну потужність (більш ніж в 2 рази) і що має одні з кращих показників в галузі по продуктивності праці і витратам виробництва; здобуття для потреб народного господарства додаткового видобутку коштовного вугілля без значних централізованих капітальних вкладень, що коксується, напрям якого на коксохімічні заводи, що діють, і збагачувальні фабрики України сприяє збереженню робочих місць на цих підприємствах; приплив грошових коштів до бюджету держави за рахунок збільшення загальної суми податкових відрахувань [1].

**Висновки.** Таким чином, проведений аналіз дозволив зробити наступні висновки: обсяги видобутку та продуктивність праці на приватних шахтах більше ніж на приватизованих; приватизовані вугільні шахти мають найменші витрати виробництва, а державні — найбільші; кошти на приватних шахтах використовуються більш ефективно та раціонально. Звідси можна впевнено твердити, що процес приватизації вугільних підприємств являється дієвим інструментом у напрямку підвищення ефективності роботи вугільної галузі України.

#### Бібліографічний список

1. Амоша, А.И. Привлечение и использование инвестиций для развития шахты / А.И. Амоша, В.К. Маутов // [Электронный ресурс.] – Режим доступа : <http://masters.donntu.edu.ua/2003/fem/vasilishina/library/paper2.html>
2. Алавердян, Л.Н. Институциональные преобразования в угольной отрасли / Л.Н. Алавердян // Уголь Украины. — июль. — 2009. — С.14–18.
3. Амоша, А.И. Об инвестиционном обеспечении угледобычи в Украине / А.И. Амоша, А.И. Кабанов, Л.Л. Стариченко // Уголь Украины. — 2008. — июль. — С.3–6.
4. Амоша, О.І. Державна підтримка вугільної промисловості України у

Очень часто руководителем назначают хорошего специалиста в своей сфере. Поэтому основная часть руководителей хорошо разбирается в специфике бизнеса, а уровень знаний об инструментах управления персоналом часто недостаточен для эффективного практического применения.

У руководителей возникает иллюзия, что процесс управления осуществляется автоматически. Вне зависимости от того, чем они заняты, сам факт их присутствия должен достигать желаемой цели. Но часто эти надежды не оправдываются, так как менеджер забывает о работе с персоналом. Так опрос, проведенный компанией HeadHunter, показал, что почти четверть (23%) рабочего времени менеджеры тратят на доделывание работы за своих коллег<sup>1</sup>. Это можно увидеть также из результатов исследования Ассоциации менеджеров<sup>2</sup>, занесённых в таблицу 1. Если сравнить долю времени, которую топ-менеджер тратит на общение с подчинёнными – 15,9% с остальными типами деятельности, из несложных расчётов видно, что на управление он тратит приблизительно шестую часть своего рабочего времени. У менеджеров существует неприятие перехода от модели управления "приказ - исполнение" к модели управления "согласование интересов". Ещё Питер Ф. Друкер в своей работе «Энциклопедия менеджмента» писал, что «в современных учреждениях взаимоотношения "начальника" и "подчиненного" должны напоминать взаимоотношения дирижера оркестра и музыканта, а не традиционную схему "я начальник, ты дурак". Одной из типичных проблем руководителя является мысль о том, что для сотрудника важна высокая заработная плата. Но сегодня деньги уже не остаются единственным стимулом к труду. В январе 2011 кадровый холдинг АНКОР в Украине провел опрос среди 678 сотрудников отдела продаж национальных и иностранных компаний в Украине с целью изучения отношения сотрудников отдела продаж к различным мотивационным схемам, применяемым работодателями для удержания работников<sup>3</sup>. И как оказалось, для 27% респондентов важна не только заработная плата, но и возможность вертикального роста по карьерной лестнице.

Многие руководители искренне полагают, что логика и мысли его подчиненных совпадают с его собственными. И, не посчитавши нужным объяснить подчиненным свои решения и поручения, он рискует столкнуться с непониманием и сопротивлением, неточностью выполнения задачи и отсутствием предпосылок для самостоятельных действий подчиненных.

<sup>1</sup> [http://www.vedomosti.ru/career/news/1551059/nekogda\\_rabotat](http://www.vedomosti.ru/career/news/1551059/nekogda_rabotat)

<sup>2</sup> <http://www.iteam.ru/>

<sup>3</sup> [http://rabota.ua/Info/Employer/post/2011/06/22/issledovanie\\_holdinga\\_ancor\\_motivaciya\\_personala\\_v\\_sfer\\_e\\_produzh.aspx](http://rabota.ua/Info/Employer/post/2011/06/22/issledovanie_holdinga_ancor_motivaciya_personala_v_sfer_e_produzh.aspx)

Таблица 1  
Доля времени на разные типы деятельности в течение дня (%)

	Топ-менеджер
Оперативное решение неотложных задач	24,1
Общение с подчиненными	15,9
Переговоры с клиентами	14,5
Переговоры с партнерами	11,9
Обдумывание долгосрочной стратегии	10,5
Другое	10,1
Общение с руководителями	9,2
Чтение корреспонденции	6,8
Общение с собственниками	6,6
Неформальный обмен информацией	5,9
Решение социальных проблем работников	5,7
Чтение газет и журналов	5,6
Поиск информации в Интернете	5,3
Перерыв на отдых	5,1
Выполнение ритуальных функций	3,8
Выполнение представительских функций	3,2

Таким образом, можно сказать, что руководители уделяют управлению меньше времени, чем требуется, предпочитая работать сами, а не управлять своими подчиненными. Более того, многие воспринимают управление как досадную помеху и готовы заниматься им только после того, как они выполнили свою работу в качестве специалиста. Менеджеры не видят одну из главных задач – наладить более тесные и доверительные отношения с подчиненными, потому что именно это лежит в основе эффективной работы. Как решением данных ошибок могут послужить регулярные встречи каждую неделю продолжительностью 30 минут. Формат всегда одинаков. Первые десять минут менеджер рассказывает всё, чем хочет поделиться. Следующие десять минут подчиненный рассказывает о проектах. И наконец, оставшееся время – разговоры о будущем: планы, задачи, сроки. После этих встреч руководитель сможет лучше понимать своих коллег и их мотивы, узнать больше об их интересах. Появится больше времени на стратегические задачи, станет меньше межличностных конфликтов. Отношения между руководителем и подчиненным – это не отношения того, кто отдает приказ, и того, кто приказ исполняет. Любые отношения – это отношения между людьми, и об этом нужно помнить.

#### Библиографический список

1. "Управление в страховой компании", 2007, №4, «Типичные ошибки руководителя».
2. BizKiev, Бизнес Управление предприятием, «Управление персоналом. Помехи эффективного управления».

является банальна нестача коштів. Не дивлячись на збільшення обсягів державного дотаціонування збитки з кожним роком лише збільшуються [2, 3]. Так, у 2006-2007 державою було значно збільшено розмір дотацій у вугільну промисловість, однак цього виявилось недостатнім для забезпечення збалансованості доходів та витрат збиткових підприємств і відповідно формування інвестиційного ресурсу. Таким чином проблема відновлення виробничої потужності не була вирішена. Кошти на технічне переоснащення, хоч і відіграють суттєву роль, але частіше використовуються неефективно та не дають потрібного результату [3].

У той же час на приватних шахтах обсяги як проведення підготовчих гірничих виробок, так і капіталовкладень мають тенденцію до росту. Результати аналізу свідчать, що за останні три роки темпи росту видобутку вугілля на приватизованих шахтах на 5% вище ніж на державних, темпи зростання заробітної плати вище на 7%, капітальних вкладень – на 50%. Темпи росту собівартості товарного вугілля залишаються приблизно однаковими. Крім цього слід відмітити, що на приватних шахтах існує жорстка відповідальність за оптимізацію процесів, збільшення обсягів виробництва вугільної продукції і підвищення її якості, відповідно їх продукція більш конкурентоздатна [2].

Яскравим прикладом ефективності приватизаційних перетворень являється досвід роботи шахти «Красноармійська-Західна». За перші три роки роботи у приватній власності шахта не просто збільшила об'єм видобутку в 1999 р. в два рази, але вона за своїми техніко-економічними показниками увійшла до трійки лідерів вуглевидобувних підприємств України. Якщо перші 10 млн. т було здобуто шахтою за 7 років (з грудня 1990 р. по грудень 1997 р.), то другі 10 млн. т видано вже менш ніж за три роки (з грудня 1997 р. по жовтень 2000 р.). У 1999 р. здобуто більше 3,5 млн. т високоякісного вугілля, з них 1,5 млн. т понад план. Середньодобовий видобуток майже в 9 разів перевищив аналогічний показник середньостатистичної шахти галузі; навантаження на очисний забій - в 5 разів; продуктивність праці робітника по видобутку - більш ніж в 3 рази; середньомісячна зарплата ГРОЗ - більш ніж в 2 рази; прохідника - в 1,9 разу. Не знижуються досягнуті показники і до цих пір: досягнутий рекордний для шахт України показник по видобутку вугілля при розробці одного пласта 13,5 тис. т. в добу, 14 прохідницьких бригад пройшли за добу 102,6 м виробіток. Грамотна технічна політика шахти і її інвесторів дозволили більш ніж в 2 рази перевищити проектну потужність, чого не наголошувалося ні на одній шахті України [1, 3].

Ще одним цікавим напрямком приватизаційних процесів являється створення приватних інтегрованих структур по виробництву металу чи енергії. Ефективність таких перетворень підтверджується як іноземним так і державним досвідом. Так, наприклад, у 2005 році в Україні була створена така інтегрована структура «Донбаська паливо-енергетична компанія».



ЧЕПГА Д., ст.гр. УГП-09  
Науч. руков.: Голубева Н.М., асист.  
ДВНЗ "Донецкий национальный технический университет",  
м. Донецк

## ПРИВАТИЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У ВУГІЛЬНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

*Рассмотрены основные недостатки и проблемы работы государственных угольных предприятий. Проанализирована деятельность частного сектора угольной промышленности Украины.*

**Актуальність.** Протягом всього періоду свого існування вугільна промисловість України являється найбільш проблемною із всіх галузей промисловості. Тим не менш вугілля було та залишається стратегічно важливим ресурсом, що забезпечує енергетичну та національну безпеку нашої держави. Виходячи з цього положення Україна вимушена підтримувати діяльність вугільних шахт за рахунок дотацій. Враховуючи те, що уряд нашої держави має обмежені фінансові ресурси для дотаціювання національної вугільної промисловості та найближчим часом розраховувати на їх збільшення не можливо, виникає об'єктивна необхідність у проведенні певних перетворень, що здатні зробити діяльність шахт більш ефективною [1]. У даних умовах таким дієвим заходом може стати процес передачі ряду державних шахт у приватну власність.

**Мета дослідження.** Проаналізувати діяльність приватних шахт та довести доцільність процесу приватизації у галузі.

**Основна частина.** На теперішній час усі дії держави направлені на те, щоб вугілля стало гарантом енергетичної безпеки України. Виходячи з пропонуємо розглянути сучасний стан державного та приватних вугільних підприємств.

Говорячи про державний сектор вугільної промисловості треба зауважити, що лише 17% цих шахт являються беззбитковими, інші — збиткові. Шахтний фонд потребує реконструкції. Обладнання, що використовується необхідно модернізувати чи купувати нове, так як близько 80% відпрацювали свій технічний ресурс. Не виконується програма проведення гірничих виробок у повному обсязі. Через це приблизно 70% державних підприємств не використовують у повному обсязі ланки виробничої потужності, на підтримку яких витрачається більшість витрат, а це в свою чергу значно підвищує вартість видобутку вугілля. Саме через невеликі обсяги видобутку на багатьох шахтах собівартість 1 тони товарної вугільної продукції в декілька разів перевищує вартість її реалізації. Головною причиною такого становища

3. «Журнал Управление Компанией», «10 Основных Ошибок Руководителей».

4. Друкер, Питер, Ф. Энциклопедия менеджмента.: Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2004. — 432 с.: ил. — Парал. тит. англ.

5. «Стратегии», №1-2(2012), «Инструментарий менеджера: проверено на практике».

КИЯШКО Р.В., ст.гр. ЭПМ-11м  
Науч. руков.: Кучер А.Т., к.т.н., доц.  
ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",  
г. Донецк

## ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

*Изучены и проанализированы главные аспекты, при введении которых может существенно увеличиться конкурентоспособность продукции на современных предприятиях.*

**Relevance.** In a rapidly globalizing world, companies cannot afford to stay at home. Increasing competitions provides incentives for firms to become more competitive. One way of pursuing competitiveness is through international expansion and outward foreign direct investment.

**The aim of the study.** Theoretical justification of main problems which are closely connected with increasing competitiveness.

**Main part.** As developing-country firms become more competitive through outward foreign direct investment, they can contribute to the competitiveness of their home countries by increasing national productive capacity and productivity.

Investing abroad may help a company to market a product or services in a particular country and to sell it more effectively there. Production abroad can complement production at home. If a company gains access to the natural resources it needs it can have a complementary effect on the business at home. Access to new technologies can increase the productivity, knowledge transfer and management skills of the investing company in its home country.

India's Ispat (a steel producer), for example, was able to grow rapidly through its internationalization. As it internationalized it was able to attract large, globalized customers such as steel users in the automotive industry, including General Motors. Rapid international expansion was the catalyst for attracting global customers.

In the case of Cemex (Mexico), it was the firm's rapid internationalization in the 1990's through the Spanish-speaking parts of the world that gave it a global perspective. This was reinforced through its innovative use of

technologies. Cemex was using Global Positioning Systems that were unknown in the cement industry at the time.

Both Ispat and Cemex enhanced their competitiveness through internationalization. They were at the cutting edge of the globalization of their industries - steel and cement. Both companies started small but grew very large very quickly. This meant that they developed the characteristics of a global corporation, thinking and acting globally as they internationalized.

Imagine for a moment two movers trying to carry a rolled-up carpet, but neither paying attention to what the other person is doing. They each hoist an end to their shoulders, then try to walk off in opposite directions. They get nowhere, of course, and possibly end up dropping the carpet.

That's frequently the situation for the front- and back-office operations in small and medium-sized businesses (SMBs). They often operate as discrete, separate functions, with employees in their respective roles taking a tunnel-vision view of their own tasks. Front- and back-office personnel often don't work collaboratively to achieve company goals. As a result, the company moves in fits and starts, stunting its success and limiting competitiveness.

If yours is such a company, you desperately need to change your business objectives, processes, and behaviors and integrate operations to boost customer satisfaction, stimulate company growth, and gain market leadership. A computer networking system combined with front- and back-office business software applications can help you fill the integration bill.

Before you can integrate functions, you need to define them. Simply put, front-office functions are customer-facing and therefore require an understanding of customers and their needs. Good examples include sales, marketing, order entry, and customer service. Back-office functions are typically transaction- and rules-oriented, focused on the management and tracking of data. Accounting, finance, manufacturing, inventory, distribution, and shipping are examples of back-office functions.

A common problem among most SMBs is that they have not integrated their front- and back-office operations using a company network. It is therefore difficult for workers to share information easily across organizational boundaries.

As there is constant threat from foreign competition it is essential for business to strive to improve competitiveness.

Some determinants of International competitiveness:

- price relative to competitors
- productivity (output per worker)
- unit costs
- state of technology
- investment in capital equipment
- technology
- quality

значним відривом охорона здоров'я (29 проектів), утворення (23 проекту) і кошти розміщення (22 проекту) [4].

**Висновки.** На підставі аналізу практики застосування та підтримки державно-приватного партнерства в економічно розвинених країнах можна стверджувати, що кожна країна використовує свої інструменти сприяння розвитку державно-приватного партнерства. Високий рівень його застосування передбачає скоординовану діяльність урядів, органів державної і місцевої влади та приватних партнерів.

Пріоритетами забезпечення механізму державно-приватного партнерства є: використання фінансових ресурсів приватних партнерів у процесі реалізації місцевих програм та проектів; скорочення бюджетних витрат на розвиток необхідних об'єктів та реконструкцію інфраструктури; упровадження прогресивних технологій. Основною перевагою державно-приватного партнерства для приватного сектора є можливість інвестувати у соціально-економічні проекти розвитку регіону, населеного пункту та брати в них участь.

Використання закордонного досвіду ефективної державно-приватної взаємодії сприятиме застосуванню механізмів, ідеології та принципів державно-приватного партнерства щодо умов нашої держави на регіональному та місцевому рівнях.

#### Бібліографічний список

1. Варнавский В.Г. Государственно-частное партнерство. – М.: ИМЭМО РАН, 2009. В 2-х томах. Том 1. С. 156.
2. Балашов С. Опыт функционирования ГЧП в развитых странах // Вестник Института экономики РАН. № 4. 2009.
3. Государственно-частное партнерство в образовании: [сборник] / Научные редакторы О. П. Молчанова, А. Я. Лившин. – М.: КДУ, 2009. – 242 с.
4. Государство и бизнес: институциональные аспекты: сборник / ред. И.М. Осадчая; Ин-т мировой экономики и междунар. отношений. – М.: ИМЭМО РАН, 2006 (М.). – 150 с.
5. Лохтина Л.К., Батуев Э.Д. Понятие и сущность государственно-частного партнерства // <http://vestnik.mednet.ru>.

національні особливості, галузева специфіка та ін. Отже, Комітет Організації економічного співробітництва та розвитку із наукової та технологічної політики у якості основних ознак державно-приватного партнерства виділив наступні [3]:

- учасниками партнерства є як державні, так і приватні організації;
- взаємовідношення сторін носять партнерських, рівноправних характер;
- відносини сторін партнерства зафіксовані в офіційних документах (контрактах, договорах та ін.);
- партнери мають загальні цілі, для досягнення яких вони об'єднують свої внески;
- отримання і використання спільних результатів ґрунтується на розподіленні між партнерами відповідних витрат та ризиків.

Термін "державно-приватне партнерство" це переклад розповсюдженого у світі поняття public-private partnership. У закордонних країнах, як і в Україні, щоб підкреслити пріоритетну роль приватного сектора, іноді використовується термін "приватно-державне партнерство". Виходячи з визначення поняття "державно-приватне партнерство" та сучасної ситуації в країні, доцільно застосовувати термін "державно-приватне партнерство", що чітко визначає провідну роль держави.

До 2010 р. інвестиції в проекти державно-приватного партнерства впритул почали наближатися до оцінки 1 трлн. дол. і склали 907 млрд. дол. Лідером за сумою інвестицій та кількістю реалізованих проектів є Азія, головним чином за рахунок розвитку такого партнерства в країнах-лідерах економічного розвитку регіону - Китаю та Індії. Незважаючи на те, що в США реалізовувалося понад 350 проектів, інвестиції склали всього 75 млрд. дол. [4].

Якщо аналізувати використання ГЧП по країнах, то залежно від рівня соціально-економічного розвитку країни, картина буде мінятися. Так, у порівнянні із загальною картиною в країнах "Великої сімки" (США, Великобританія, Німеччина, Італія, Канада, Франція, Японія) проекти транспортної інфраструктури коштують далеко не на 1-м місці. У цих країнах на першому місці перебуває охорона здоров'я (184 з 615 проектів), на 2-м місці - утворення (138 проектів), на 3-м - автодороги (92 проекти).

Взагалі в кожній країні є своя найбільш пріоритетна галузь по використанню ГЧП. Так, у США такою галуззю є автодороги (32 з 36 проектів), у Великобританії – охорона здоров'я (123 з 352 проектів) і утворення (113 з 352 проектів), у Німеччині – утворення (24 з 56 проектів), в Італії, Канаді й Франції – охорона здоров'я. В інших розвинених країнах (Австрія, Бельгія, Данія, Австралія, Ізраїль, Ірландія, Фінляндія, Іспанія, Португалія, Греція, Південна Корея, Сінгапур) на 1-м місці по числу використання ГЧП перебувають галузі, зв'язані з будівництвом і реконструкцією автодоріг (93 проекту), а за нею вже впливають із досить

- reliability
- lead time
- entrepreneurship
- exchange rate
- relative inflation
- tax rates
- interest rates

Also firms can increase their international competitiveness by:

- 1) Rationalisation output to get rid of high cost plants
- 2) Relocating to places where labour costs are lower.
- 3) Process innovation.
- 4) Product innovation.
- 5) Incorporating the latest technology into investment
- 6) Sourcing from abroad where appropriate
- 7) Seeking out new market opportunities
- 8) Improving relationships with suppliers and customer

**Conclusion.** In this way I suppose that modern enterprises must use all above-named aspects of increasing competitiveness in contemporary economic trends. The main thing is an international integration.

#### References

1. Cartwright, Roger. «Mastering Globalization of Business». -2004.- С.104-106.
2. [http://www.cisco.com/en/US/solutions/ns339/ns640/networking\\_solutions\\_products\\_genericcontent0900aecd803e3825.html](http://www.cisco.com/en/US/solutions/ns339/ns640/networking_solutions_products_genericcontent0900aecd803e3825.html).

ЗАЙЧИКОВ Е.Ю., ст. гр. МЄД-11с

Науч. руков.: Гомаль И.И., к.т.н., доц.

ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",

г. Донецк

#### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ШАХТНОЙ ВОДЫ ПАО «ДТЭК ШАХТА «КОМСОМОЛЕЦ ДОНБАССА» ДЛЯ ХОЗЯЙСТВЕННО-ПИТЬЕВОГО ВОДОСНАБЖЕНИЯ

*Исследована технологическая возможность и экономическая целесообразность использования шахтной воды для хозяйственно-питьевого водоснабжения*

**Актуальность.** Донбасс, наиболее густонаселенный промышленный регион Украины, испытывает острый дефицит водных ресурсов, на одного человека приходится всего 120-400 м<sup>3</sup> питьевой воды, это в 15-20 раз

меньше, чем в западных областях. Кроме того, в гидрографическую сеть сбрасывается ежегодно более 700 млн. м<sup>3</sup> недостаточно очищенных высокоминерализованных шахтных вод [1], что вызывает ухудшение качественных показателей природных водных объектов. Единственным централизованным источником хозяйственно-питьевого водоснабжения Донбасса является канал «Северский Донец-Донбасс» длиной 132 км с подачей 1 млрд. 106 млн. м<sup>3</sup> воды в год и 17 водохранилищ с общим объемом 699 млн. м<sup>3</sup>. Ежесуточно потребителям подается для питьевых и технических целей до 2,0 млн. м<sup>3</sup> воды [2]. Несмотря на это реальная ситуация с питьевым и техническим водоснабжением в Донбассе, довольно напряженная.

Деминерализация шахтных вод, как важнейший механизм сокращения дефицита питьевой воды, включен в раздел «Нетрадиционные источники питьевого водоснабжения» Государственной программы «Питьевая вода Украины на 2006-2020 гг.».

Поэтому для городов и поселков, а также угольных предприятий, испытывающих дефицит в питьевой воде, а также в связи с постоянным ростом тарифов на питьевую воду, весьма актуальным становится вопрос использования шахтных вод.

**Цель исследования.** Технично-экономическое обоснование использования шахтной воды ПАО «ДТЭК шахта «Комсомолец Донбасса» для хозяйственно-питьевого водоснабжения.

**Основная часть.** Шахта «Комсомолец Донбасса» расположена в г. Кировское, водоснабжение которого осуществляется из Ольховского водохранилища. Основными источниками питания которого (90%) являются шахтные воды действующих и ликвидированных шахт ГП «Шахтерскуголь» и «Торезантрацит». В водосборный бассейн водохранилища поступает до 51,16 млн. м<sup>3</sup>/год шахтных вод. Таким образом, в обеспечении питьевого и технического водоснабжения региона уже используются шахтные воды.

Фактическая подача питьевой воды по сетям ГП «Вода Донбасса» в г. Кировское составляет всего лишь 6,5 тыс. м<sup>3</sup>/сут. Поэтому подача питьевой воды промпредприятиям и населению осуществляется по графику — по два часа утром и вечером. Шахте «Комсомолец Донбасса» для технологических и бытовых нужд ежедневно необходимо до 2500 м<sup>3</sup>. В тоже время средний водоприток в горные выработки шахты составляет 550–650 м<sup>3</sup>/час, кроме того за сброс минерализованных вод шахта платит значительные платежи. Поэтому целесообразным является строительство деминерализационных установок на базе действующего комплекса по очистке шахтных вод. Установки обеспечат дополнительную очистку шахтных вод для последующего их использования на хозяйственно-питьевые нужды предприятия взамен питьевой воды из сетей Горводоканала [3].

державно-приватним партнерством розуміють великий спектр бізнес-моделей і відносин. У самому загальному змісті цей термін застосовується при будь-якому використанні ресурсів приватного сектора для задоволення суспільних потреб [1].

На певному етапі розвитку у будь-якої країни виникає потреба в інвестиціях та інноваційних рішеннях для подальшого розвитку та ефективного керування об'єктами державної власності. Інвестиційно-інноваційна діяльність є необхідним кроком на шляху вирішення цих потреб та полягає у позитивному впливі на модернізацію економіки, підвищенні конкурентоспроможності на основі інтенсивного технічного та технологічного оновлення цих об'єктів. Але передача цих об'єктів у приватну власність є неприйнятною.

В останні роки у зв'язку із цими обставинами у всьому світі відбуваються значні інституціональні зміни в галузях, які раніше завжди перебували в державній власності й державному керуванні: електроенергетиці, автодорожніх, залізничних, комунальному господарствах, портах, аеропортах, медицині, вищій освіті та ін.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значний внесок у вивчення світового досвіду впровадження механізму державно-приватного партнерства зробили російські вчені В. Варнавський, В. Мочальніков, К. Колеснікова, С. Балашов, М. Айрапетян, Л. Лохтіна, Е. Батуєв та ін. Аналіз робіт закордонних авторів: А. Браверман, Ж. Венсан, Т. Стюарт, А. Фербеке, Р. Бойл, М. Мейер та ін., які присвячені взаємодії між державою та бізнесом.

**Мета дослідження.** Аналіз світових тенденцій розвитку та механізмів реалізації державно-приватного партнерства у різних галузях економіки, а також визначення перспектив його застосування в умовах економічних трансформацій в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** У закордонних країнах реалізація проектів в рамках державно-приватного партнерства здійснюється в самих різних галузях економіки. При цьому сфери застосування державно-приватного партнерства в розвинених закордонних країнах дуже різноманітні. Співробітництво між партнерами може проходити в рамках різних законодавчих структур, з різноманітним діапазоном завдань і компетенцій [2].

Як правило, ключовою перевагою такого партнерського співробітництва є, по-перше, залучення додаткових фінансових засобів та інших ресурсів, підвищення гнучкості та ефективності управління, а по-друге – зменшення сумарних ризиків, отримання додаткових гарантій [3].

У закордонній та вітчизняній літературі існує безліч визначень державно-приватного партнерства, але надати єдине визначення є достатньо проблематичним. Характер державно-приватного партнерства залежить від багатьох факторів, таких як розвиток ринкових відносин,

Создание ассоциативной структуры единомышленников из субъектов корпоративных отношений, является непосредственной причиной для формирования общей идеологии основанной на компромиссности интересов, легальной комфортности, операционной определенности. Ясное понимание области применения принципов корпоративных отношений, а также внедрение их в практику управления, позволит оптимизировать интеграционное взаимодействие, повышая эффективность совместной деятельности.

**Выводы.** Эффективность процесса управления зависит от способности взаимного влияния, с одной стороны четко выстроенной организационной структуры, с другой – комплексной характеристикой системы управления. Элементы механизмов управления интеграционным взаимодействием должны иметь такие свойства: способность к выполнению координирующих функций; возможность оперативного маневрирования ресурсами; реализацией регулирующих функций в процессе согласования целей и распределения результатов деятельности.

Увеличение управленческого потенциала центральной компании должно исходить из разумной комбинации централизации и децентрализации властных полномочий, наращивания капитала с целью укрепления экономических рычагов управления.

Рациональная комбинация свойств и целостности интегрированной структуры, влияние индивидуальных характеристик отдельных подразделений дает возможность непосредственного учета специфики корпоративного объединения и обеспечивает синергический подход при взаимодействии элементов системы.

#### **Библиографический список**

1. Третьякова Е. Оценка системы корпоративного управления: методика анализа / Третьякова Е. // Проблемы теории и практики управления. - 2010. - №1. - С.90-97

2. Харт О.Д. Неполные контракты и теория фирмы // Природа фирмы: К 50-летию выхода в свет работы Р. Коуза «Природа фирмы» / Под ред. О.И. Уильямсона, С.Дж. Уинтера; пер. с англ. М.Я. Каждана. — М.: Дело, 2001. — С. 206–236.

ТКАЧЕНКО Є.С., асп.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»,  
м. Донецьк

#### **ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА**

**Постановка проблеми.** У закордонній економічній практиці під

В 2004 г. институт "Донгипрошахт" разработал "Проект строительства пилотной установки деминерализации шахтных вод шахт "Центральная" и № 7/7-бис г. Антрацит Луганской области". На шахте «Комсомолец Донбасса» целесообразно использовать основные технологические решения данного проекта.

Технические решения по технологической части приняты с применением технологий и оборудования итальянской фирмы «Culligan Italiana SpA». Компания является мировым лидером по разработке новых методов очистки воды, которые защищены многими патентами.

На основании СНиП 2.04.02-84 «Водоснабжение. Наружные сети и сооружения» обезжелезивание шахтных вод целесообразно осуществлять методом упрощённой аэрации с дополнительным окислением хлором с последующим отстаиванием в контактном резервуаре-отстойнике перед сбросом в гидрографическую сеть. Технологическая схема очистки исходных вод включает в себя следующее:

- очистка от взвешенных веществ на скорых напорных фильтрах всего потока шахтных вод;

- опреснение части общего потока шахтных вод на установке «обратного осмоса»;

- кондиционирование шахтной воды, подаваемой на смешение с опресненной водой после установки «обратного осмоса», на угольных напорных фильтрах;

- обеззараживание питьевой воды, полученной после смешения 2-х потоков: шахтной воды после кондиционирования на угольных фильтрах и опресненной воды после установки «обратного осмоса».

Шахтная вода подается на комплекс системы фильтрации UFP Selective. Система фильтрации UFP — это высокоэффективное оборудования для очистки воды с высоким содержанием замутняющих и взвешенных веществ. Удаление тяжелых металлов и окисленных органических веществ, большие циклы фильтрации позволяют достичь показателя мутности 1 NTU по Европейскому стандарту (до 1,0 мг/л).

Система UFP Selective представляет блок из четырех фильтров. К установке приняты 3 блока фильтров Hi-FLO 9UFP 400 Special с общей площадью фильтрования - 58,89 м<sup>2</sup>. Производительность фильтров — 440 м<sup>3</sup>/ч. Каждый фильтр содержит трехслойную каталитическую засыпку из минералов: Cullsan, Pirulosite и Cullcite.

Для опреснения воды методом «обратного осмоса» предусматривается установка фирмы «Culligan» общей производительностью — 285 м<sup>3</sup>/ч. Каждый блок «обратного осмоса» Aqua-Cleer JW 120 Special включает высоконапорные насосы, устройства промывки микрофильтров и мембран, запорную и регулируемую арматуру, комплекс контрольно-измерительных приборов.

По результатам технико-экономических расчетов удельные

капитальные затраты на строительство деминерализационных установок с полностью законченным технологическим циклом составят до 182 тыс. грн. на единицу производительности 1 м<sup>3</sup>/ч, эксплуатационные издержки — до 4,8 грн. за опреснение 1 м<sup>3</sup> шахтной воды. Для строительства установки без переработки рассолов удельные капитальные затраты составят до 60 тыс. грн. на единицу производительности 1 м<sup>3</sup>/ч, удельные эксплуатационные за опреснение 1 м<sup>3</sup> — 1,15-1,3 грн. [4].

**Выводы.** Таким образом, стоимость 1 м<sup>3</sup> очищенной питьевой воды сопоставима со стоимостью 1 м<sup>3</sup> питьевой воды, подаваемой потребителям г. Кировское по сетям ГП «Вода Донбасса», которая составляет в настоящее время 6,37 грн. за 1 м<sup>3</sup>.

Эксплуатация установки позволит перейти на круглосуточную подачу питьевой воды потребителям и следовательно обеспечит круглосуточный режим работы очистных сооружений бытовых сточных вод, что повысит эффективность их работы, улучшит санитарную и экологическую обстановку в регионе.

#### Библиографический список

1. Синявский С.А., Резников С.И. «Донецксталь»: вовлечь шахтные воды в народнохозяйственный оборот // Инвест-Украина. Международный деловой журнал — 2010 — №3 (42) — С. 52-53.
2. Программа мер по разработке и внедрению на угледобывающих предприятиях эффективных технологий и технических средств деминерализации шахтных вод. — Донецк — К., 2003.
3. Використання шахтних вод для технічного водопостачання. Загальні технічні вимоги: СОУ 10.1.00174125.016:2008 / Мінвуглепром України. — К., 2008.
4. Синявский С.А. О проблеме деминерализации шахтных вод // Уголь Украины — 2010 — №2 — С. 22-24.

КОЛОМОЕЦЬ Т.Е., ст.гр. УПР-11м

Науч. руков.: Булах І.В., к.е.н., доц.

ДВНЗ "Донецький національний технічний університет",

м. Донецьк

#### ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У РЕКОНСТРУКЦІЮ ВУГЛЕДОБУВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Рассмотрены проблемы привлечения инвестиций в реконструкцию угледобывающих предприятий и предложены возможные пути их преодоления. Подана схема инвестиционного процесса в реконструкцию.*

высшим менеджментом, гармонизации интересов предприятий-участниц. С целью привлечения внимания к вопросу реального объединения капитала необходимо рассматривать некоторые общие показатели эффективности совместной деятельности в соотношении с показателями участия в консолидированном капитале каждого участника. Естественным ориентиром должна являться способность финансирования за счет собственных ресурсов крупномасштабных инвестиционных проектов, программ технического перевооружения [1].

Конкретные формы и уровень внутригрупповых взаимодействий традиционно обуславливают дифференцированное распределение значимости каждого члена организационной иерархической структуры. Принципы жесткого управления компанией предполагают централизованное принятие решений по формированию основных концепций стратегического развития, при этом угнетается лидерский потенциал персонала, как интеллектуальный и деловой ресурс предпринимательства. Минимизация участия линейного руководства в процессе создания стратегий, качественно определяющих деятельность предприятия, препятствует формированию рыночного мировоззрения. Переход на рыночный способ ведения хозяйства требует соответствующих навыков и конкретизации знаний для эффективного функционирования. В этой связи возникает парадоксальная ситуация, противоречие которой заключается в острой необходимости опытных кадров, владеющих новыми методами управления и отсутствием условий для наработки этих навыков в результате авторитарных подходов к управлению на украинских предприятиях, в том числе и к определению основных стратегий.

В тоже время либерализация управления, предоставление самостоятельного права принятия решений руководителям разных уровней, приведет разбалансировки системы управления и утрате исходного замысла интеграционного взаимодействия. В связи с чем, в условиях отечественной действительности, целесообразно разумное администрирование и сочетание двух подходов: централизованного и децентрализованного. Централизованное управление позволит формировать комплекс общекорпоративных проблем и осуществлять контроль над их решением, децентрализация будет реализовываться на принципах самоуправления, стимулируя инициативу снизу, развивая предпринимательские качества персонала. При этом, используя концепцию О.Д. Харта, для данной модели управления применим интерактивный способ создания стратегии. В основе лежит сознательное и добровольное участие персонала, организация обратной связи в процессе формирования стратегий компании. Роль высшего руководства сводится к координационной деятельности по согласованию интересов различных групп участников, стимулированию процессов самоорганизации и самообучения, созданию организационного потенциала [2].

уникальными инновационными возможностями, созданием общего экономического пространства внутри которого расчеты на основные виды продукции осуществляются по трансфертным ценам.

Существующие на сегодняшний день результаты исследования формальных моделей корпоративного управления не охватывают всего многообразия и возможностей интеграционных взаимодействий структурных подразделений корпорации. Поэтому представляется актуальным анализ моделей и методов эффективного управления этим взаимодействием.

**Основная часть.** Усиление синергической составляющей возможно при комплексном подходе к разработке и выполнению практических шагов, направленных на организацию внутригрупповых взаимодействий. Основными проблемами, препятствующими высокоэффективному использованию организационных преимуществ интегрированной структуры в отечественных условиях, является: слабая реализация возможностей внутрикорпоративных механизмов инвестирования; не рациональное выстраивание корпоративных отношений, а также низкий уровень управления компании в целом.

Современная экономическая литература не дает описания единых и незыблемых норм корпоративного управления. Также не существует определенных стандартов управления интеграционным взаимодействием, однако, отдельные аспекты деятельности они охватывают обязаны. В частности организация единой финансовой и инвестиционной деятельности корпорации, ориентированной на акционирование и самоинвестирование.

В рамках данной модели реализация традиционных механизмов привлечения финансовых ресурсов, путем получения государственных целевых кредитов, использования заемных средств кредитных организаций, может дополняться консолидацией финансовых и материальных потоков в результате грамотно выстроенной акционерной политики. Разработка и внедрение различных способов привлечения финансовых ресурсов, должны исходить из основополагающей концепции улучшения инвестиционного климата на предприятии. Принципиальными, для потенциальных инвесторов, являются мотивы перспективного развития корпорации. К системе качественных характеристик, влияющих на процесс инвестиционного кредитования, относятся факторы открытости к научно-техническому прогрессу, способности оперативного реагирования на изменения рыночного спроса, социально-направленная деятельность организации.

Для наращивания интеграционной эффективности холдинговой структуры, процесс интенсификации имущественных корпоративных связей должен основываться на решении первоочередных задач по достижению согласованных действий между акционерами компании и

**Актуальность.** Загальновідомо, що більшість державних вугледобувних підприємств України фактично є банкрутами, що продовжують функціонувати лише завдяки державній підтримці. Прискорене старіння шахтного фонду та зниження виробничих потужностей призвело до дисбалансу між попитом і пропозицією на продукцію вугледобутку. Вітчизняні підприємства не в змозі повною мірою забезпечити державу необхідною сировиною, в наслідок чого зростають обсяги імпортованого вугілля. Для досягнення обсягів видобутку, що б задовольняли потребу національної економіки у вугіллі, а також підвищення економічної ефективності і технічного оновлення виробництва вугледобувним підприємствам необхідно проводити реконструкцію, шляхом залучення додаткових джерел фінансування у вигляді інвестицій. Тому розгляд питань, пов'язаних з інвестуванням у реконструкцію вугледобувного підприємства, є актуальним.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** свідчить про те, що незважаючи на велику кількість наукових праць, присвячених удосконаленню інвестиційного забезпечення вугледобувної галузі [1-2], питання інвестування у реконструкцію шахт досліджені не достатньо. З огляду на це **метою дослідження** є визначення основних проблем пов'язаних із залученням інвестицій в реконструкцію вугледобувного підприємства.

**Основна частина.** Концепцією Державної цільової економічної програми розвитку вугільною промисловістю на 2011-2015 роки вугільну промисловість України визнано однією з базових галузей національної економіки, від сталої роботи якої значною мірою залежить ефективність роботи теплової енергетики, металургійної промисловості, комунального господарства. Однак, через недостатні капітальні вкладення в розвиток галузі майже 96% шахт більше 20 років працюють без реконструкції [3]. В результаті відбулося старіння шахтного фонду та зменшення виробничих потужностей вугледобувних підприємств, що призвело до значного зменшення видобутку вугілля (табл. 1). Стан основних засобів вугледобувних підприємств є задовільним і має сталу негативну тенденцію щодо свого покращення: рівень зносу - збільшується (табл. 2), показники введення в дію нових і оновлення існуючих основних засобів - зменшуються (табл. 3).



Рисунок 1. Схема залучення інвестицій у реконструкцію вугледобувного підприємства

обязанности. С этой проблемой сталкиваются практически все банки Украины. Но избежать этого невозможно. Для устранения данной проблемы необходимо проводить мероприятия по работе с персоналом банка и активную и эффективную управленческую политику.

**Выводы.** На современном этапе становления банковской системы Украины она сталкивается с множеством проблем, среди которых значительное место занимает проблема легализации доходов, полученных преступным путем. Для повышения эффективности противодействия легализации доходов, полученных незаконным путем, банкам необходимо: вести постоянное изучение и анализ проблемных вопросов, участвовать в подготовке и разработке нормативно-правовых актов в сфере борьбы с легализацией подобных доходов, разрабатывать рекомендации по борьбе с легализацией подобных доходов.

### Библиографический список

1. Закон Украины «О предотвращении и противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем или финансированию терроризма» от 28.11.2002 №249 – IV [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://profiwins.com.ua/ru/legislation/laws/72.htm>.
2. Консолидированная политика банковской группы ВТБ по противодействию отмыванию доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://new.vtb-bank.by/financial/policy/VTB\\_GROUP\\_POLICY\\_rus\\_2008\\_publication.PDF](http://new.vtb-bank.by/financial/policy/VTB_GROUP_POLICY_rus_2008_publication.PDF).
3. Лекция Порядок надання та розгляду узагальнених матеріалів. ПФР України 2012.
4. Стратегии оценки рисков легализации денежных средств, полученных преступным путем, и финансирования терроризма [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.asoftlab.com.ua/files/AML\\_Risks\\_Estimation.pdf](http://www.asoftlab.com.ua/files/AML_Risks_Estimation.pdf).

РОМАНОВА А.Б., ст. гр.ВЭД-09

Науч. руков.: Павловская И.Г., к.э.н., доц.

ГВУЗ “Донецкий национальный технический университет”,

г. Донецк

### УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕГРАЦИОННЫМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ В СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ХОЛДИНГОВЫХ СТРУКТУР

**Актуальность.** В основе формирования вертикально интегрированной структуры, находится естественное стремление предприятия к получению стратегических преимуществ, обусловленных сильными конкурентными позициями, объединением ресурсных потоков,



подделкой документов, но и незаконным финансированием должностных лиц банков и власти, чтобы операции легализации оставались незамеченными. Однако существует система мониторинга, разработанная государственной службой финансового мониторинга Украины. Данная служба на первичной стадии финансового мониторинга сотрудничает с 177 банками и 4182 небанковскими учреждениями, которые информируют о попытках легализации доходов соответствующие органы.

Закон Украины не обязывает банковское учреждение сообщать государственной службе финансового мониторинга Украины о финансовых операциях, если сумма платежа, перевода или другой операции не превышает 150 тыс.грн. А в случае обнаружения подобной операции, приостанавливает ее проведение на 2 дня до выяснения подробной информации и получателя, отправителя и источнике перечисляемых средств. Таким образом, легализация доходов, полученных преступным путем, возможна при использовании нескольких банков группой лиц. Мы считаем, что для повышения качества и эффективности выявления операций по переводу незаконно полученных средств необходимо осуществлять проверки всех переводов и платежей, общая сумма которых за месяц превышает 150 тыс.грн.

Помимо этого необходимо еженедельно и ежемесячно (в зависимости от систематичности осуществления переводов и платежей) осуществлять анализ осуществленных операций по каждому клиенту банка: анализ логичности проведенных операций, временные периоды и суммы, анализировать доходы физических лиц, более тщательная проверка информации относительно данных, полученных из различных источников.

Также для получения незаконного дохода используются фирмы, которые существуют лишь формально и выявить которые в будущем будет практически невозможно. Значительное количество операций происходит через эти фирмы. На документах стоит печать юридического лица и подпись директора. Подобные документы предоставляются в банках каждый день множество раз, и выявить вновь созданную компанию не легко. При этом множество компаний действительно могут быть созданы несколько дней назад. На наш взгляд необходимо осуществлять анализ предприятий, которые начали осуществлять свою деятельность несколько дней или недель назад и суммы за предоставляемые ими товары или услуги значительны. Ведь компания, созданная несколько дней назад не может осуществлять операции на сотни тысяч гривен. Возможны исключения, но дополнительная проверка может выявить очередного нарушителя и спасти при этом репутацию банковского учреждения. Однако проверка клиента может занять некоторое время, потратить которое сочтут нужным не все сотрудники банка.

Проблемой является и некомпетентность или низкий профессионализм банковского работника, его нежелание выполнять свои

Таблица 1

Показники	Видобуток вугілля*				
	Досліджуваний період, рік				
	2006	2007	2008	2009	2010
Видобуток вугілля, млн. т	61,7	58,9	59,9	55,0	55,0
Споживання вугілля, млн.т	70,6	71,0	70,4	63,0	67,8
Рівень задоволення потреб споживачів з видобутку вугілля, %	87,4	83,0	85,1	87,3	81,1

\*Складено автором на підставі [4, с.142; 5, с.67, 69]

Таблица 2

Знос основних засобів [4]				
Показники	2007	2008	2009	2010
Основні засоби підприємств, млн.грн.	64410	73595	80589	89738
Залишкова вартість основних засобів, млн.грн.	35898	36985	41175	45157
Ступінь зносу основних засобів підприємств, %	44,3	49,7	48,9	49,7

Таблица 3

Коефіцієнт	Показники руху основних засобів			
	Період, рік			
	2007	2008	2009	2010
– введення основних засобів	0,24	0,30	0,25	0,23
– оновлення основних засобів	0,15	0,18	0,18	0,17
– зміни основних засобів	0,16	0,15	0,12	0,18

**Висновки.** Таким чином наведені на рис. 1 можливі шляхи вирішення проблем залучення інвестицій призведе до активізації інвестиційних процесів і залучення інвестицій в реконструкцію.

#### Бібліографічний список

1. Амоша А. Системный анализ шахты как объекта инвестирования: моногр./ Под ред. А.И. Амоши, В.И. Салли, М.А. Ильшова; Ин-т экономики пром-сти НАН Украины. - Донецк: Б.и., 2002. - 67 с.
2. Павленко І. Оцінка інноваційної активності як складової інвестиційної привабливості шахт / І.І. Павленко, С.П.Олійник // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2007. - №1. – С.4-11.

3. Концепція Державної цільової економічної програми розвитку вугільною промисловістю на 2011-2015 роки.

4. Промисловість України у 2007–2010 роках: статистичний збірник/ Державна служба статистики України // Державна служба статистики України. – К., 2011. – 307 с.

5. Україна у цифрах - 2010 рік: статистичний збірник/ Державний комітет статистики України// Державний комітет статистики України. – К., 2011. – 252 с.

СТАРОСТИН В.И., ст.гр. МЭД-11с

Науч. руков.: Скаженик В.Б., к.т.н., доц.

ГВУЗ “Донецкий национальный технический университет”,

г. Донецк

### ОЦЕНКА ВАРИАНТА РАЗВИТИЯ ГОРНЫХ РАБОТ ОП «ШАХТА ИМ. В.И. ЛЕНИНА»

*Рассмотрена методика оценки варианта развития горных работ на примере ОП «Шахта им. В.И. Ленина», обеспечивающая оценку производственного потенциала шахты, а также эффективность предлагаемого инвестиционного проекта.*

**Актуальность.** Изучение задач, связанных с инвестированием развития экономики страны, является актуальным, поскольку объем инвестиций предопределяет темпы экономического развития. Однако для обоснования инвестиций необходим общий и исчерпывающий анализ факторов, которые влияют на целесообразность инвестиционного проекта. Особенно это важно для горнодобывающей отрасли, отличающейся высокой степенью рисков при реализации инвестиционных проектов.

**Цель исследования.** Проанализировать вариант развития горных работ ОП «Шахта им. В.И. Ленина», определить показатели, характеризующие эффективность инвестиционного проекта.

**Основная часть.** Обособленное подразделение “Шахта им. В.И. Ленина” по административному делению расположена на территории города Макеевки Донецкой области и входит в состав ГП “Макеевуголь”. «Шахта им. В.И. Ленина» сдана в эксплуатацию в 1955 году с проектной мощностью 750 тыс. т в год. Основной вид деятельности - подземная добыча каменного угля. По состоянию на начало 2009 г. промышленные запасы угля — 38,130 тыс. т. Производственная мощность на 1.01.10 г. – 300 тыс. т в год.

Количество работников составляет 1983 человек, из которых, 1301 - рабочие по добыче, 239 — ГРОЗ, 121 — проходчики, 202 — руководители

*проблемы и особенности легализации доходов.*

**Актуальность.** На сегодняшний день финансовые учреждения и финансовые системы не только Украины, но и всего мира используются для легализации разного рода доходов, полученных незаконно или преступным путем. Ежегодно в мире выявляются сотни банков, которые использовались для легализации выручки. При этом десятки из них осуществляют свою деятельность в пределах Украины. Вовлечение финансовых учреждений в проведение операций, связанных с легализацией доходов, полученных преступным путем, приводит к возникновению у них правового, репутационного и, как следствие, финансового риска [2].

На современном этапе становления экономики Украины проблема отмыwania преступных доходов через украинские банки является актуальной, о чем свидетельствуют постоянные финансовые вложения банков в разработку и усовершенствование защиты от подобных ситуаций, и совершенствование законодательства. Закон Украины «О предотвращении и противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем или финансированию терроризма» за 2011 год трижды подвергался изменениям и дополнениям. В соответствии с этим проводились мероприятия по повышению квалификации сотрудников разных ветвей власти.

Знание источников и методов легализации денежных средств, полученных преступным путем в определенной юрисдикции необходимо банкам и компетентным органам для разработки и внедрения эффективной программы, направленной на противодействие отмыванию денег.

В отечественной и зарубежной литературе проблемам легализации доходов, полученных преступным путем, посвящены работы многих ученых и исследователей, среди которых: В.В. Белецкий, Е.Ю. Ковалева, В. Д. Ларичев, А.Н. Литвинен, В.П. Панов, М.М. Прошунин, В. Толочко, В. Эминова и множество других.

**Цель исследования.** Целью статьи является рассмотрение проблем и особенностей путей легализации доходов, полученных преступным путем в банковской сфере Украины и поиск путей их минимизации.

**Основная часть.** Доходы, полученные преступным путем, представляют собой любую экономическую выгоду, полученную в результате совершения общественно опасного деяния, предшествующего легализации (отмыванию) доходов, которая может состоять из материальной собственности или собственности, выраженной в правах, а также включать движимое или недвижимое имущество и документы, подтверждающие право на такую собственность или долю в ней [1].

На сегодняшний день легализация полученной преступным путем выручки является сложным процессом, который сопровождается не только

планирования, они предназначены для дополнения стандартных методов, а не их замены.

Наиболее полный результат можно получить при грамотном сочетании стандартных и новых методов. Пример такого сочетания может быть следующим: перспективное планирование позволяет изучить рынок в целом и предусмотреть стихийные изменения в нём, административное планирование позволяет грамотно вести финансовую деятельность и сформировать систему отчётности, балансовое планирование позволяет определить оптимальное количество ресурсов, системы алгоритмов планирования позволяют распределять все имеющиеся ресурсы и решать оперативные задачи. В итоге предприятие получает полноценный итоговый план, минимизирующий риски и учитывающий большое количество внешних и внутренних факторов [3].

**Выводы.** Необходимость внедрения новых методов планирования не вызывает сомнения, однако стоит не просто принимать новые методы, а использовать предшествующий опыт в данной области. В этом случае будет обеспечено грамотное, полноценное планирование, адаптированное к условиям рыночной экономики, учитывающее особенности украинского рынка и дающее качественный результат, что позволит предприятиям выйти на новый уровень своего развития и повысить конкурентоспособность национальных товаров на международных рынках.

#### Библиографический список

1. Интернет-портал для управленцев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://management.com.ua>.
2. Ling-Chieh Kung, Ching-Chin Chen, 2009 Heuristic factory planning algorithm for advanced planning and scheduling Computers & Operations Research 36 (2009).
3. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов/ пер. с англ. М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2008. - 1008 с.

ВАСИЛЬЕВ Ю.В., ст. гр. БС-08-А

Науч. руков.: Головинов О.Н., д.э.н.

ГВУЗ "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского",

г. Донецк

#### ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ЛЕГАЛИЗАЦИИ ДОХОДОВ, ПОЛУЧЕННЫХ ПРЕСТУПНЫМ ПУТЕМ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ УКРАИНЫ

*Обоснована необходимость минимизации вывода через банковские учреждения средств, полученных незаконно, путем их перевода в офшорные зоны, сокрытия источников их получения, также рассмотрены*

и 120 другие.

Финансовые показатели на шахте неудовлетворительны, поскольку фактический объем добываемого угля 180 тыс. т в год, что значительно ниже проектной мощности.

Для улучшения финансово - экономического состояния шахты предлагается инвестиционный проект, предусматривающий увеличение добычи угля за счет ввода новых добычных забоев по пласту  $k_6^H$ .

Производственная мощность предприятия составляет 840 т/сут, добыча осуществляется на двух участках: 1-ый участок, пласт  $l_2'$  обеспечивает 600 т/сут; 2-ой, пласт  $k_6^H$  - 240 т/сут (коренная разгрузочная лава). Согласно предложенному инвестиционному проекту, в сентябре текущего года вводится в эксплуатацию новый добычной забой по пласту  $k_6^H$ , с новым оборудованием фирмы «Ostroj». Объем добычи вырастет на 1300 т/сут, суточный прирост обеспечит дополнительный объем добытого угля в 130 тыс. т уже до конца года. В следующем же году, как планируется, объем добычи составит уже 570 тыс. т.

На шахте добывается уголь марки К — «коксовый», что используется для коксования.

За счет освоения нового горизонта шахта увеличивает добычу угля, весь прирост при этом экспортируется в Молдавию.

План добычи по шахте представлен на рисунке 1.

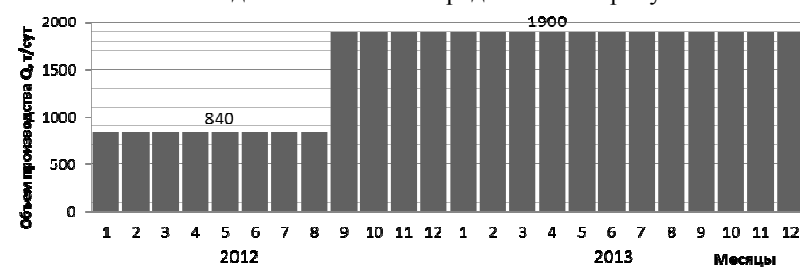


Рисунок 1. Плановый объем производства

В соответствии с таким планом добычи рассчитаны капитальные затраты, которые отражены на рисунке 2.

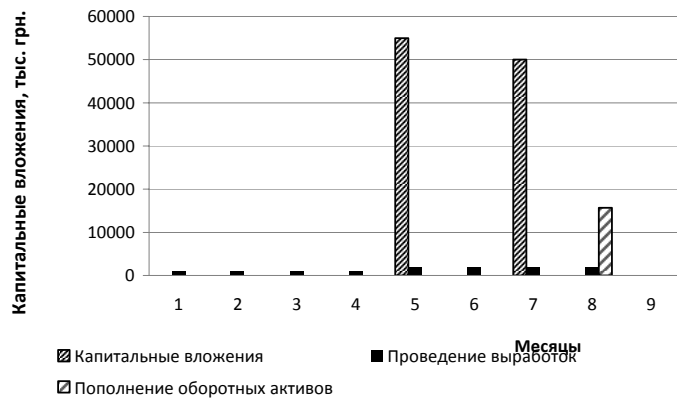


Рисунок 2. Общий объем средств для реализации инвестиционного проекта

С целью оценки инвестиционного проекта рассчитаны: производственный план, план общих инвестиций, план денежных потоков, план погашения долга. Методика расчётов основана на известных подходах к оценке инвестиционной привлекательности объектов [1,2].

В результате для рассмотренного плана развития горных работ получены расчетные значения следующих показателей:

- период окупаемости - 3 года;
- чистая современная стоимость (NPV) – 320606,89 тыс. грн. при ставке дисконтирования ( $d_i$ ) равной 0,27;
- внутренняя норма рентабельности (IRR) - 0,69;

Полученный график IRR показан на рисунке 3.

количестве учитываемых факторов.

Несмотря на все преимущества существующих систем, современная экономика требует появления новых методов. В связи с этим началась разработка и внедрение отраслевых систем, направленных на определённые условия производства и отрасли рынка.

Наиболее перспективными выглядят следующие системы:

1. HFPA - называется также эвристическим алгоритмом планирования производства. HFPA очень эффективен в решении проблем планирования производства, может генерировать решения при небольших затратах времени.

2. BOSA, или узконаправленный алгоритм планирования. Позволяет генерировать решения в пределах одного или нескольких структурных подразделений предприятия. Учитываются в основном «рыночные» факторы.

3. BTO-SC это алгоритм планирования управления запасами и планирования и учёта затрат производства. Ориентирован в основном на триггерные (конвейерные) производства. Имеет ограниченное количество аналитических и имитационных моделей.

4. APS - является новым революционным шагом во внешнем, производственном и внутрипроизводственном планировании. APS использует графики, динамические модели, нелинейные расчёты, которые учитывают широкий круг ограничений для получения оптимизированного плана. Типичными ограничениями являются: наличие ресурсов, производительность оборудования и труда, уровень требований обслуживания клиентов (сроки), учет безопасности резервных запасов, стоимость, потребность в распределении, упорядочивание и. т.п. Система APS может функционировать в различных условиях с различными типами сложности. APS может быть полезным в динамичной среде, поскольку он имеет преимущество очень быстро пересчитывать планы по мере необходимости [2].

Существует ряд недостатков, присущий всем без исключения системам алгоритмов планирования:

- высокая стоимость;
- разработка или приобретение программного обеспечения и его установка на внутренней сети предприятия;
- обучение обслуживающего персонала;
- трудоемкий процесс создания информационной базы;

Процесс внедрения системы алгоритмов планирования может длиться месяцами и даже годами. Помимо временных затрат он требует высококвалифицированных специалистов в области экономики и компьютерной техники. Как правило, украинские предприятия не в силах самостоятельно провести подобные мероприятия. Привлечение фирм – консультантов является альтернативой самостоятельного внедрения подобных систем. От консультанта следует требовать не только внедрения системы алгоритмов планирования, но и обучения сотрудников предприятия работать с ней.

Какими бы преимуществами не обладали системы алгоритмов

(компьютерная техника и пр.), информативная база.

В современных условиях любое предприятие подвержено воздействию множества изменчивых факторов внешней и внутренней среды, поэтому применение и совершенствование систем планирования необходимо вне зависимости от масштабов деятельности предприятия.

**Цель исследований.** Рассмотрение систем планирования производства и определение предпочтительных направлений построения данных систем.

**Основная часть.** В Украинской экономике сложилась неоднозначная ситуация вокруг планирования на предприятиях. С одной стороны – существовавшая в советское время система жесткого централизованного планирования оказалась неэффективной в условиях рыночной экономики. С другой – слепо перенимаемые у западных компаний методы планирования оказались неприспособленными к условиям украинского рынка. Руководство большинства предприятий практически во всех отраслях экономики приняли комбинированные методы планирования, основанные на объединении постсоветских и западных методов, как альтернативу централизованному, однако проблемы, связанные с неэффективностью планов, не прекратились. Причиной данных проблем был тот факт, что планы начинали составляться не с изучения спроса на рынке, а с производства и его обеспечения [1].

В начале двадцать первого века ускоренное развитие компьютерной техники и информационных технологий позволило разработать новые методы планирования. Появилось многофакторное планирование, направленное на рыночную экономику и постоянную нестабильность рынков.

Однако даже многофакторное планирование не могло обеспечить оптимальный результат для отдельных отраслей экономики, связанных с нестабильными, постоянно изменяющимися условиями производства. В наиболее тяжелом положении оказалось горнодобывающее производство, где внешняя и внутренняя среда находились в постоянном динамическом изменении.

Именно тогда были разработаны системы алгоритмов планирования. Система алгоритма планирования – это система объединяющая в себе множество видов и методов планирования, учитывающая множество как внешних, так и внутренних факторов и позволяющая получать множество вариантов итогового результата при изменении любого из параметров. Кроме того, данные системы оказались очень гибкими, что позволяет использовать их практически на любом предприятии не зависимо от его размера и сферы деятельности.

До недавнего времени существовало несколько основных систем алгоритмов планирования, обозначаемых как MIP, MRP, MRP II, ERP и CSRP. Различия между ними заключались в масштабности системы и

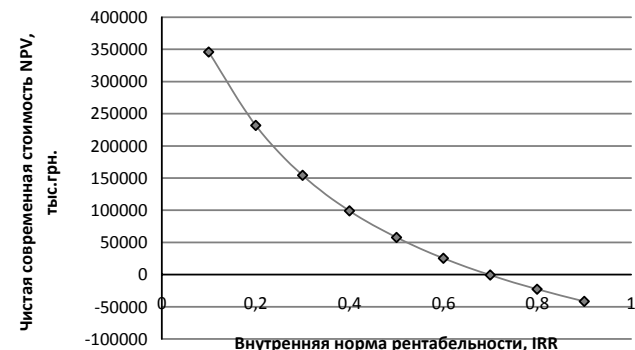


Рисунок 3. Показатели эффективности инвестиционного проекта

**Выводы.** Проведенное исследование показало, что инвестиционный проект развития горных работ ОП «Шахта им. В.И. Ленина» успешен. Потенциал данного конкретного предприятия велик, как в прочем и многих других угледобывающих предприятий в регионе и стране. При правильном подходе к инвестированию развития экономики государства, в том числе и горнодобывающей промышленности, можно достичь положительных и высоких темпов экономического развития.

#### Библиографический список

1. Крейнина М.Н. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности акционерных обществ в промышленности, строительстве и торговле. – М.: АО «ДИС», «МВ- Центр».- 1994.-264с.
2. Гусев Ю.А., Кравченко А.А., Харченко В.А. Методические указания относительно выполнения курсовой работы за дисциплиной «Инвестиционный менеджмент» (для студентов специальности 7.050206, 7.050201) - Донецк: ДонНТУ, 2006. - 36 с.

ЧЕРКАС Е.Ф., гр. 0505 Б  
Науч. руков.: Полянская Я.Л., к.э.н., доц.  
ГВУЗ "Донецкий национальный университет",  
г. Донецк

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЫ УКРАИНЫ

*Изучена пенсионная система Украины, проанализировано пенсионное обеспечение страны и пенсионные реформы, а также предложены пути совершенствования пенсионной системы.*

**Актуальность.** Финансовая способность пенсионной системы является залогом не только материального благосостояния пенсионеров, но и стабильного экономического роста и конкурентоспособности национальной экономики. В Украине пенсионеры составляют треть населения, пенсии являются вторым по важности источником доходов домохозяйств, формируя почти четверть их общей суммы [1, с.15].

Демографические тенденции предопределяют старение, а вследствие этого - рост демографической нагрузки на население трудоспособного возраста и будущих пенсионных расходов. Это свидетельствует о масштабы проблемы и определяет необходимость разработки предложений по совершенствованию пенсионной системы, что является весьма актуальным вопросом для Украины.

Анализ научных исследований показывает, что проблемы пенсионного обеспечения актуальны практически во всех странах, поэтому спектр проведенных исследований на данную тему является очень широким. Среди зарубежных ученых стоит выделить работы Ф. Котстейна, Д. Коста, Дж. Грубера, С. Эдвардса, Р. Подкорытова; среди отечественных ученых изучением этой проблемы занимаются О. Пищулина, И. Чапко, А. Авчухова, М. Третьякова, М. Гайдуков, С. Гончарова, Н. Кравченко, Г. Назарова, В. Яценка и другие.

**Цель статьи.** Разработка предложений по совершенствованию отечественной пенсионной системы на основе анализа финансовой системы Украины в условиях современной социально-экономической ситуации.

**Основная часть.** Реформирование системы обязательного пенсионного обеспечения в странах мира сейчас происходит по нескольким направлениям: первое – повышение пенсионного возраста (осуществляется во многих странах), второе - связь пенсионных выплат по вкладам, сделанным в течение трудовой деятельности, которые платит работник [2]. Отечественная пенсионная система также требует реформирования. Украина имеет возможность использовать как положительный, так и негативный опыт государств, прошедших через

diplom.ru/ecol/79-problemy-i-perspektivy-razvitiya-mineralno-syrevogo-kompleksa-v-mire.html.

2. «Структура потребления угля в Украине» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://starkproject.com/coal-industry/prognoses/1501-potreblenie-ugolnoy-produkcii.html>.

3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://c-e-d.info/ru/41-101.php>.

4. Матюхина О.А., ДонНТУ. Проблемы и перспективы развития угольной промышленности Украины. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.rusnauka.com/4\\_SWMN\\_2010/Economics/57267.doc.htm](http://www.rusnauka.com/4_SWMN_2010/Economics/57267.doc.htm).

5. «Что делать с угольной промышленностью?» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrudprom.ua/digest/dsckecke121207.html>.

6. «Угольная промышленность Украины: факты, цифры, перспективы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://2000.net.ua/2000/derzhava/ekonomika/66995>.

7. «Проблемы реформирования угольной промышленности Украины» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://portfinance.ru/ukraine-5.html>.

«Обоснование перспектив угольной промышленности Украины на основе анализа национального энергетического баланса». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://masters.donntu.edu.ua/2011/iem/yazykova/diss/index.htm>.

СЕРВУЛЯ Ф.С., ст. гр. МЭД-08

Науч. руков.: Скаженик В.Б., к.т.н., доц.,  
ГВУЗ «Донецкий национальный технический университет»,  
г. Донецк

## СОВРЕМЕННЫЕ СИСТЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВА

*Рассмотрены наиболее перспективные системы планирования производства. Приведена их краткая характеристика и область применения. Сформулированы направления дальнейшего развития систем планирования.*

**Актуальность.** Планирование является одним из важнейших процессов, от которого зависит эффективность деятельности предприятия. Процесс планирования подразумевает постановку определенных целей, разработку мероприятий по достижению этих целей, а также политику предприятия на долгосрочную перспективу. Большое влияние на результативность планирования оказывает грамотность руководства, квалификация специалистов, вовлеченных в данный процесс, достаточность ресурсов, необходимых для осуществления процесса

погашаться предприятием за счет экономического эффекта от его использования;

- предоставление шахтам статуса юридического лица и полной финансовой самостоятельности;

- совершенствование ценообразования и сбыта угольной продукции при ликвидации ГП «Уголь Украины», предоставление руководителям шахт права реализовать продукцию самостоятельно по прямым договорам;

- передача целостных имущественных комплексов убыточных шахт в аренду их трудовым коллективам с преимущественным правом льготного приобретения государственной доли собственности после завершения срока аренды;

- привлечение внешних инвестиционных ресурсов, в том числе с использованием механизмов частно-государственного партнерства;

- временное консервирование или присоединение к успешно работающим предприятиям убыточных шахт с относительно большими остаточными запасами угля, приведение в рабочее состояние горного хозяйства которых требует значительных затрат;

- незамедлительная передача под закрытие убыточных шахт с добычей 100—200 т/сут., шахт с малыми остаточными запасами и очень высокой себестоимостью, значительно превышающей цену реализации;

- проведение аудита всех проектов закрытия шахт и их исполнения, выявление объемов работ, не относящиеся к закрытию;

- поручить обладминистрациям обеспечить социальную защиту высвобождаемых работников, передав им соответствующие средства; работники, высвобождаемые при закрытии шахт, должны переводиться на другие, успешно работающие предприятия отрасли.

**Выводы.** Таким образом, на основе исследования топливно-энергетического комплекса страны и в целом угольной промышленности, следует заметить, что на современном этапе экономического развития важнейшей для любой страны является топливно-энергетическая проблема. Поэтому, несмотря на множество проблем, угольная промышленность Украины является стратегической. Для решений существующих проблем потребуются огромные финансовые и материальные затраты. Но это стоит того, потому что в результате мы получим наукоемкое и технологически передовое производство, создание которого будет мощным двигателем превращения Украины в государство с промышленностью, наукой и инфраструктурой, соответствующих вызовам XXI века.

#### Библиографический список

1. «Проблемы и перспективы развития минерально-сырьевого комплекса в мире» [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://russia->

реформу, не повторяя их ошибки.

Законодательством предусмотрено внедрение трехуровневой пенсионной системы, которая расширяет возможности повышения благосостояния граждан и экономического роста в Украине. Первый и второй уровни системы пенсионного обеспечения в Украине составляют систему общеобязательного государственного пенсионного страхования, третий уровень - систему негосударственного пенсионного обеспечения (рис. 1.) [3].

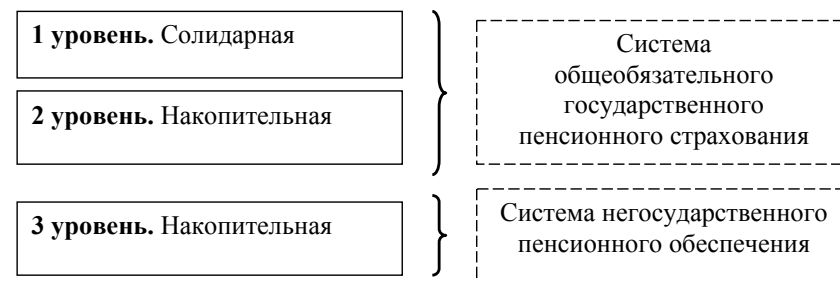


Рисунок 1. Трехуровневая пенсионная система Украины

Такой подход должен обеспечить социальные гарантии и финансовую стабильность системы пенсионного обеспечения, поскольку первый уровень уменьшает негативные последствия демографических рисков и достаточно устойчив к инфляционным процессам, а второй - наоборот. Такое отношение к распределению рисков позволит сделать систему пенсионного обеспечения более финансово-сбалансированной и устойчивой, защитит население от снижения уровня жизни после выхода на пенсию и станет важным и экономически привлекательным для них [2].

Сейчас в пенсионной системе Украины на 10 плательщиков взносов приходится почти 9 пенсионеров. При неизменности уровня участия населения в пенсионном страховании достаточно быстро количество пенсионеров сравняется с количеством плательщиков, а к 2050 г. - превысит ее почти на треть.

В этих условиях возникает необходимость активного поиска совершенствования финансового обеспечения пенсионной системы, а именно увеличения доходной части бюджета Пенсионного фонда, в первую очередь за счет роста поступлений страховых взносов. Этого можно достичь такими путями:

- повышением размера пенсионного сбора;

- увеличением количества застрахованных лиц - плательщиков пенсионных взносов;

- увеличением базы для их начисления (то есть заработной платы и

других доходов, с которых уплачивается пенсионный сбор) [1, с.16].

В рамках системы негосударственного пенсионного обеспечения работники имеют возможность осуществлять взносы в выбранный ими негосударственный пенсионный фонд. Существенным является тот момент, что система негосударственного пенсионного обеспечения позволяет также привлекать деньги работодателей для формирования пенсионных сбережений своих работников, таким образом, это еще больше будет содействовать повышению уровня жизни граждан на заслуженном отдыхе.

**Выводы.** Одной из основных целей государства является реформирование пенсионной системы и разработка рекомендаций и предложений по устранению проблем, связанных с пенсионным обеспечением. К данным рекомендациям относятся:

- расширение участия населения в пенсионном страховании, путём реструктуризации занятости и мотивации экономической активности;
- усовершенствование порядка назначения и индексации пенсии;
- законодательное регулирование гарантированной минимальной пенсионной выплаты;
- создание реальных механизмов гарантий сохранности и возвратности пенсионных накоплений граждан;
- разработка Концепции развития накопительного пенсионного обеспечения и того пакета законопроектов, который будет подготовлен на ее основе;
- сокращение гендерного различия в пенсионном возрасте.

#### **Библиографический список**

1. Ткаченко Л. Резерви збільшення доходів пенсійної системи України/ Л. Ткаченко // Україна: аспекти праці. – 2009. – №3. – С.15-19.
2. Агавердієва Х.Ф. Пенсійна реформа в Україні: рівні системи пенсійного забезпечення. [Електронний ресурс]: Матеріали Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського, 2011. – Режим доступа: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/VSunu/2011\\_14\\_1/Agaver.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VSunu/2011_14_1/Agaver.pdf).
3. Пенсионная система Украины. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.npf-ff.com.ua/ru/pensionnoeobespechenieinukraine/pensionnoeobespechenieinukraine2.html>.

Функционирование угольных предприятий постоянно подвержено угрозам срыва или ухудшения работы из-за объективного и субъективного влияния внутренних и внешних факторов. Основными факторами влияющими на динамику добычи угля являются изменчивость и иногда непредсказуемость горно-геологических условий, сложные и опасные условия труда, высокая степень изношенности оборудования и другие факторы.

Горно-геологические условия угольной промышленности Украины — одни из наиболее сложных в мировой угольной промышленности. Главные причины сложностей — большая глубина разработки (более 1000-1200м) и малая углеплотность. Горно-геологические условия по мере развития шахты в пространстве только усложняются, условия труда ухудшаются. Это фактор объективный и, вообще говоря, трудноуправляемый. Развитие техники и технологии могут смягчить эти трудности, но не более. При этом стоимость добычи угля неизбежно возрастает.

Шахтный фонд, то есть совокупность действующих угольных шахт, представляет материальную основу отрасли. Важнейшим показателем его качества является объем годовой добычи, приходящийся на одну шахту. В Украине он менее 600 тыс. т/год, что должно быть признано неудовлетворительным. В конечном счете, это приводит к уменьшению объемов добычи угля и ухудшению технико-экономических показателей. Для снижения этих отрицательных воздействий необходима капитальная реконструкция шахты, которая, как правило, требует значительных средств и времени.[5]

Угольная промышленность отличается весьма сложными и опасными условиями труда, что, к сожалению, подтверждается большим количеством аварий с тяжелыми и трагическими последствиями. Кроме того, добыча угля оказывает отрицательное воздействие на окружающую среду, требует отчуждения все более дорогой пахотной земли, приводит к подработке застроенных территорий и лесных массивов, изменяет направление подземных потоков, и, как следствие, ухудшает состояние окружающей среды. [5]

В нынешних условиях после приватизации шахт, частный собственник оказывается эффективнее государственного. При этом резко отказаться от господдержки на частичное покрытие затрат по себестоимости нельзя. Поэтому большинство исследователей выделяют следующие направления в преодолении кризисных явлений в угольной отрасли Украины [6,7,8]:

- оптимизация соотношения размеров выделяемых шахтам средств государственной поддержки с ростом объемов добычи и снижением себестоимости;
- отказ от господдержки технического переоснащения в нынешней безвозмездной форме и переход к возвратной форме, когда кредит будет



перспективами угольной промышленности и направления преодоления кризисных тенденций, безусловно, актуальны.

**Цель исследования:** анализ современного состояния и перспективы развития угольной промышленности Украины.

**Основная часть.** На сегодняшний день Украина входит в первую десятку стран мира по объемам добычи угля. Промышленные запасы угля составляют 117,5 млрд.т, в том числе на действующих шахтах- 6,5млрд. тонн, включая 3,5 млрд. т (54%) энергетического угля. Однако, Украина может на много лет превратиться в импортера российского угля, имея при этом колоссальные запасы своего сырья. На данный момент основными импортерами являются Россия и Казахстан.

На графике (рис.1) изображена динамика добычи угля в Украине за 2000-2011гг. Как видно из рис.1 наблюдается постепенный спад добычи. Значительное снижение добычи угля происходит в 2008 г. по сравнению с 2001 г. Главным образом это связано с кризисом. Постепенное увеличение добычи с 2008 г. связано с тем, что промышленные производства демонстрируют положительную динамику, отечественные экспортеры находят новые платежеспособные ниши для экспорта [3].

Динамика добычи угля в Украине 2000-2011гг.

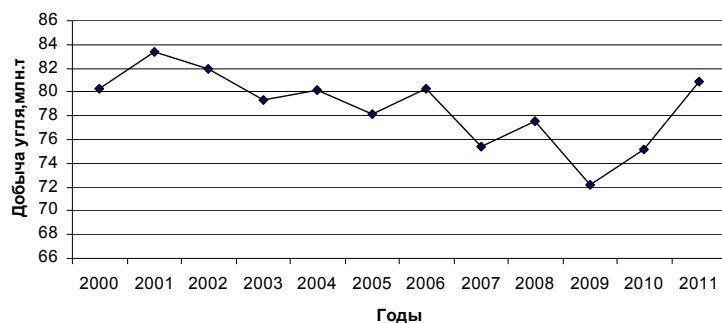


Рисунок 1. Динамика добычи угля в Украине

Украина богата различными видами угля. Угли подразделяются на марки и технологические группы. А именно:

1. Бурые угли.
2. Каменные угли.
3. Антрациты.

Более 80% угля идет на производство кокса и электроэнергии, наибольшим потребителем которых является металлургическая отрасль. Промышленные запасы коксующегося угля (марки Г, Ж, К, ОС) на действующих шахтах оцениваются в 3 млрд.

БАЛДЭ К.Б., гр. 0503-Б

Науч. руков.: Яценко А.Б., к.э.н., доц.

ГВУЗ "Донецкий национальный университет",

г. Донецк

## ФОРМИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОРТФЕЛЯ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ «КВАЗИ-ШАРПА» ДЛЯ ФОНДОВОГО РЫНКА УКРАИНЫ

*На основе данных о котировках предприятий украинского фондового рынка составлен оптимальный инвестиционный портфель, удовлетворяющий требованиям максимизации прибыли согласно установленному уровню риску.*

**Актуальность.** Развитие фондового рынка в Украине и повышение интереса инвесторов к финансовым активам.

**Цель исследования.** Построение модели оптимального инвестиционного портфеля на примере предприятий фондового рынка Украины. В соответствии с поставленной целью можно выделить основную задачу - изучение и построение оптимизационной модели инвестирования в условиях развивающегося фондового рынка, которая обеспечит достаточную ликвидность инвестиционного портфеля.

**Основная часть.** В мировой практике широко распространены модели формирования инвестиционного портфеля Г.Марковица и У.Шарпа, механизм которых удовлетворяет условиям стабильного роста национальной экономики.

Применение этих моделей для Украины в условиях нестабильности и импульсивности доходности, несовершенства нормативно-правовой базы, доминирующего влияния сырьевых отраслей на общую динамику развития приводит к модельным ошибкам и убыткам по портфелю. Эту проблему решает модель «Квази-Шарпа», которая основана на взаимосвязи доходности каждой ценной бумаги из всего множества ценных бумаг с доходностью единичного портфеля их этих бумаг. Доходность ценной бумаги рассчитывается как математическое ожидание доходностей. Единичный портфель представляет собой портфель, состоящий из всех рассматриваемых ценных бумаг, взятых в одинаковой пропорции. Доходность ценной бумаги прямо пропорционально доходности единичного портфеля. Риск ценной бумаги рассчитывается как чувствительность изменения доходности ценной бумаги от изменения доходности единичного портфеля. Модель «Квази-Шарпа» соединяет доходность ценной бумаги с доходностью единичного портфеля и риском этой ценной бумаги с помощью функции линейной регрессии.

Для формирования оптимального инвестиционного портфеля были

взяты котировки за период с 21.04.2011 по 21.03.2012 таких украинских компаний как Укртелеком (UTLM), Галичфарм (GFARM), Киевэнерго (KIEN), Криворожский завод горного машиностроения (KRGМ), Харцызский трубный завод (HRTR) (табл. 1).

Таблица 1  
Котировки акций за период с 21.04.2011 по 21.03.2012, грн.

Предприятие	UTLM	KIEN	KRGМ	HRTR	GFARM
Апрель	0,48	11,50	3,35	1,16	78,00
Май	0,59	11,50	0,40	1,17	78,60
Июнь	0,60	11,01	0,40	1,18	78,25
Июль	0,61	8,20	4,00	1,21	78,50
Август	0,6	6,65	4,00	1,05	80,95
Сентябрь	0,61	8,00	4,00	1,02	86,00
Октябрь	0,42	7,00	4,00	0,83	87,00
Ноябрь	0,40	6,55	1,00	0,97	86,05
Декабрь	0,47	6,00	3,00	0,93	86,00
Январь	0,64	1,00	3,00	1,06	87,15
Февраль	0,65	8,00	3,00	1,13	90,90
март	0,44	6,5	3,00	1,19	92,96

Необходимо рассчитать доходность всех акций и среднее значение доходности за весь год, то есть за все временные отрезки. Доходность единично портфеля представляет собой доходность портфеля составленного из используемых акций, взятых в равных пропорциях и составила 28,5%. Далее рассчитаем чувствительность изменения доходности акции от изменения доходности единичного портфеля. Следующим этапом вычислим остаточный риск, который представляет собой степень разброса доходности ценной бумаги относительно линии регрессии (табл. 2).

Таблица 2  
Расчет доходности и риска акций

Акция	бета ( $\beta$ )	Средняя доходность, %	Остаточный риск, %
UTLM	0,016579	1,21	3,83
KIEN	1,805197	49,29	542,17
KRGМ	3,184938	85,18	8702,22
HRTR	0,021355	0,74	1,01
GFARM	0,003473	1,63	0,04

2. Официальный сайт Министерства угольной промышленности Украины. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/3687-17>.

3. Закон Украины № 3687-VI «Об особенностях аренды или концессии объектов топливно-энергетического комплекса, находящихся в государственной собственности» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/3687-17>.

4. Сайт Kreston GCG, украинского представителя международной аудиторской сети Kreston International. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://kreston-gcg.com/ru/press/publications/mines.html>.

5. Думанская Е.А., Кравченко А.А. Проблемы инвестирования угольной промышленности Украины.

ТКАЧЕВА А.А., ст.гр. МЭД-11м  
Науч. руков.: Кочура И.В., к.э.н., доц.  
ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",  
г. Донецк

### АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И НАПРАВЛЕНИЯ ПРЕОДОЛЕНИЯ КРИЗИСНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ

*Рассмотрена тенденция развития угольной промышленности, выделены направления в преодолении кризисных явлений.*

**Актуальность.** Достаточно долго основу мирового топливно-энергетического баланса составляли две основные компоненты: нефть и газ. Последнее же десятилетие, когда добыча нефти и газа сократилась, структура ТЭБ несколько изменилась и, на сегодняшний день как альтернативу данным энергоносителям большинство стран мира все чаще используют уголь.

Несмотря на такие общемировые тенденции, доля угля в структуре ТЭБ Украины постоянно падает, сокращается уровень добычи, происходит закрытие шахт.

В свою очередь, большинство ученых и практиков признают, что уголь является единственным сырьем, объемов запасов которого может хватить на 250-300 лет, для обеспечения энергетической потребности Украины. Кроме того, уголь является сырьем для металлургической и коксохимической промышленности нашего государства, то есть гарантом бесперебойной и эффективной работы данных отраслей. Другими словами угольная промышленность Украины является залогом ее энергетической и национальной безопасности. Поэтому вопросы, связанные с

«Свердловантрацита». В июле 2011 года Фонд госимущества определил оценщиком ЦИК «Ровенькиантрацита» компанию ООО "Юрек-Консалтинг", а ЦИК «Свердловантрацита» - ООО "Консалтинговую компанию "Увекон" [4].

Согласно Закону Украины №3687-VI «Об особенностях аренды или концессии объектов топливно-энергетического комплекса, находящихся в государственной собственности» [3] особенностями концессии топливно-энергетического комплекса является:

- концессионер обязан производить и / или предоставлять в установленном концессионным договором объеме и надлежащего качества соответствующие продукцию и / или услуги с использованием переданного в концессию объекта топливно-энергетического комплекса;
- концессионер не вправе передавать полностью или частично третьим лицам свои имущественные права;
- текущий ремонт переданного в концессию объекта концессионер обязан производить за свой счет;
- концессионные платежи вносятся концессионером в размере, определенном сторонами в концессионном договоре;
- концессионные платежи устанавливаются в фиксированном размере с учетом стоимости переданного в концессию объекта по результатам его оценки, проведенной в порядке, определенном законодательством о оценке имущества, имущественных прав и профессиональную оценочную деятельность.

**Выводы.** Основной причиной неэффективной работы угольной отрасли является даже не столько нехватка инвестиций, а неправильное управление. На данный момент улучшить и стабилизировать состояние угольной промышленности можно не только путём приватизации, но и путём концессии. Для этого необходимо усовершенствовать Закон Украины № 3687-VI «Об особенностях аренды или концессии объектов топливно-энергетического комплекса, находящихся в государственной собственности»[3]. В основу усовершенствования должно лечь 3 главных правила: никакой объект нельзя приватизировать (в том числе и шахту); концессионер обязан каждый месяц выплачивать концессионный платеж, который будет, не только оговорен в концессионном договоре, но и будет зависеть от прибыли; концессионный договор заключается не более, чем на 25 лет (для дальнейшего усовершенствования того или иного объекта, т.е. у концессионера должен быть стимул быстрее вложить деньги, что бы предприятие как можно раньше стало приносить больше прибыли).

#### Библиографический список

1. Ф.И. Евдокимов, В.Ф. Лысяков, Н.В. Розумная, (ДонНТУ) Экономические аспекты концепции приватизации угледобывающих предприятий.

По данным таблицы 2 видно, что наибольшей доходностью обладают акции KRGM, а наименьшей 0,74%. Была установлена высокая зависимость от рыночных колебаний KRGM и KIEN с бета ( $\beta$ ) коэффициентом большим единицы. При падении рынка на 10%, цена акций KRGM упадет на 30%, а KIEN – на 20%. При этом указанные предприятия обладают наибольшим риском. Это связано с тем, что KRGM и KIEN – участники рынка сырьевых отраслей.

Расчет долей в инвестиционном портфеле на основе модели «Квази-Шарпа». Перед нами стоит прямая задача максимизации доходность инвестиционного портфеля с ограничением на риск. Максимальный риск установим на отметке 40%. Тогда доходность портфеля составит 15%. При увеличении уровня риска до 60 %, доходность портфеля увеличится на 6% и составит 20% (табл. 3).

Таблица 3

Соотношений весов акций в портфеле	
Предприятие	Доля, %
UTLM	0,00
KIEN	10,98
KRGM	0,08
HRTR	88,94
GFARM	0,00
	100,00

**Выводы.** В результате проведенных расчетов получился «агрессивный» портфель, который позволяет получить максимальную норму инвестиционной прибыли на вложенный капитал, однако этому сопутствует наивысший уровень инвестиционного риска, при котором инвестированный капитал может быть потерян полностью или в значительной доле. Для уменьшения рисков в дальнейшем возможно заменить акции Криворожского завода на акции банка «Надра», что приведет к получению отрицательного бета ( $\beta$ ) для акций Галичфарм. Это позволит диверсифицировать риски, так как при падении рынка на 10%, цена акции Галичфарм будет расти на 0, 28%.

#### Библиографический список

1. Информационный портал о личных инвестициях и финансах - <http://investfunds.ua/markets/stocks/> - Название с экрана.

МЯСНИКОВА Е.М., гр-0503Б  
ГВУЗ "Донецкий национальный университет",  
г. Донецк

## **РАЗРАБОТКА ОПТИМАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ – ВАЖНЫЙ РЫЧАГ УКРЕПЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ**

*Анализируется алгоритм управления запасами на примере фармацевтической фирмы, рассматривается специфика украинского фармацевтического рынка. Наведена возможная стратегия управления запасами.*

Объектом исследования является украинский фармацевтический рынок. Фирма, заказавшая разработку стратегий управления запасами, функционирует 15 лет, осуществляя оптовую и розничную торговлю всеми видами аптечной продукции: лекарственными средствами (ЛС), изделиями медицинского назначения (ИМН), косметическими средствами, БАДами. Фирма имеет разветвленную сеть аптек в Донецкой области. Все перипетии, которые претерпела экономика Украины и отечественный фармацевтический рынок, отражались соответственно на работе каждого его звена.

Отечественный фармацевтический рынок, как и другие рынки стран СНГ, импорто-зависим. В его общем объеме по всем категориям товаров «аптечной корзины» в денежном выражении превалирует товары зарубежного производства (72,6%), а в натуральном выражении преимущество у отечественных производителей (57,7%). Однако отечественные препараты на 80% изготавливаются из импортного сырья.

Чрезмерно большой запас связан с омертвлением капиталов, с другой стороны недостаточный запас вызывает перебои в удовлетворении спроса потребителей, в связи с чем фирма теряет клиентов и несет косвенные убытки.

Еще одна весомая причина необходимости управления запасами на фирме – наличие нереализованной продукции, сроки хранения которой истекают, а торговля медикаментами исключает уценку и реализацию просроченных товаров, они подлежат утилизации и списанию со всеми вытекающими убытками.

Существует определенный опыт в применении адаптивных алгоритмов решения задач управления запасами медикаментов. Для разных групп товаров, в зависимости от особенностей спроса применяются разные стратегии управления запасами:

( $T, q$ ) - равномерные промежутки  $t_q$  и постоянная величина  $q$ ;

объекты, находящиеся в государственной собственности, которые могут быть достроены с целью их использования для осуществления деятельности в сфере добычи каменного угля и лигнита (бурого угля), его переработки.

Главное преимущество концессии над арендой в том, что она обязывает концессионера к некоторым обязательствам выгодным для государства. Главные преимущества концессии угольного месторождения:

- шахта будет получать инвестиции в своё развитие;
- государство получает регулярные концессионные платежи;
- государство сохраняет за собой право собственности;
- государство в дальнейшем может приватизировать это же месторождение по более выгодной цене;
- государству остаются все улучшения сделанные инвестором
- регион получает рост занятости труда;
- увеличиваются налоговые поступления в бюджет;
- повышение уровня безопасности труда;
- увеличение и стабильность выплаты зарплаты шахтёрам.

Концессия может принести дополнительные преимущества непосредственно работникам предприятий, ведь шахтеры будут вовремя получать высокую зарплату, а количество рабочих мест увеличится. Денежные вливания позволят снизить травматизм, обеспечить горняков спецодеждой и средствами индивидуальной защиты, качественно оздоровить шахтеров и членов их семей. Также крупный концессионер в состоянии обеспечить развитие инфраструктуры, реконструкцию и ремонт предприятий социальной сферы и отдыха.

Инвестор становится обязанным по обеспечению своевременной выплаты заработной платы работникам предприятия, реализации других социальных гарантий, предусмотренных действующим законодательством, финансированию в необходимом объеме расходов на реализацию мер охраны труда, обязательные для соблюдения и исполнения при осуществлении хозяйственной деятельности по добыче угля.

Особенно тщательно нужно подходить к отбору компаний, которым будут переданы в управление шахты. Поскольку «Ровенькиантрацит» и «Свердловантрацит» не подлежат приватизации — эти объекты являются стратегическими для энергетического баланса страны, условия конкурса по концессии должны быть прописаны очень жестко, а квалификационные требования к участникам должны предусматривать существенный опыт и гарантии того, что уголь будет поступать в первую очередь на украинские ТЭС.

Весной 2011 г. (постановлением №443 от 4 апреля) Кабинет министров Украины разрешил передачу в концессию целостных имущественных комплексов двух государственных угледобывающих предприятий Луганской области - «Ровенькиантрацита» и

В мировой практике приняты следующие типы концессионных соглашений:

*BOT (Build — Operate — Transfer)* — «Строительство — управление — передача». Концессионер осуществляет строительство и эксплуатацию (в основном — на праве собственности) в течение установленного срока, после чего объект передаётся государству;

*BTO (Build — Transfer — Operate)* — «Строительство — передача — управление». Концессионер строит объект, который передаётся государству (концеденту) в собственность сразу после завершения строительства, после чего он передаётся в эксплуатацию концессионера;

*BOO (Build — Own — Operate)* — «Строительство — владение — управление». Концессионер строит объект и осуществляет последующую эксплуатацию, владея им на праве собственности, срок действия которого не ограничивается;

*BOOT (Build — Own — Operate — Transfer)* — «Строительство — владение — управление — передача» — владение и пользование построенным объектом на праве частной собственности осуществляется в течение определённого срока, по истечении которого объект переходит в собственность государства;

*BBO (Buy — Build — Operate)* — «Покупка — строительство — управление» — форма продажи, которая включает восстановление или расширение существующего объекта. Государство продаёт объект частному сектору, который делает необходимые усовершенствования для эффективного управления.

Но тем не менее с учетом особенностей угольной промышленности Украины 8 июля 2011 года Верховной Радой Украины принят Закон Украины №3687-VI «Об особенностях аренды или концессии объектов топливно-энергетического комплекса, находящихся в государственной собственности» [3].

Концессия - весьма выгодная форма государственно-частного партнёрства. При концессии государство передаёт частному лицу объект, который вместо того что бы простаивать - будет работать, а по истечении концессии, государство получает эффективно работающий бизнес.

Согласно Закону Украины №3687-VI «Об особенностях аренды или концессии объектов топливно-энергетического комплекса, находящихся в государственной собственности» [3], передачи в аренду или концессию подлежат следующие объекты топливно-энергетического комплекса:

- на которых возможно привлечение современных технологий производства и требующих модернизации (технического переоснащения) технологического процесса;

- разрезы и шахты по добыче угля и его переработке, которые являются неперспективными и подлежат закрытию;

- объекты незавершенного строительства и законсервированные

$(T, Y)$ —с максимальным уровнем запаса  $Y$ , равными промежутками  $t_q$  с уровнем наблюдения дефицита;

$(y, q)$ -с минимальным уровнем запаса  $y$ , постоянной величиной  $q$  и с разными промежутками времени между заказами  $t_{iq}$ ;

$(y, Y)$ -с минимальным уровнем запаса  $y$ , разными промежутками  $t_{jq}$  и переменной величиной  $q_j$ . Формула оптимального размера партии выведена без учета каких-либо ограничений

$$q^* = \sqrt{\frac{2C_q R}{C_1 T}}$$

Предлагается модель с целевой функцией на минимум издержек по образованию и хранению запаса для удовлетворения спроса за плановый период:

$$C_T = \sum_{j=1}^m \left( \frac{C_{qj} R_j}{q_j} + \frac{C_{1j} q_j T}{2} \right) \rightarrow \min$$

с учетом ограничений:

а) по сумме наличных оборотных средств

$$K = \sum_{j=1}^m C_j q_j \leq K_0$$

б) по имеющейся на предприятии складской площади

$$f = \sum_{j=1}^m f_j R_j \leq f_0$$

где  $C_j$  - стоимость единиц  $j$  товара;  $C_{qj}$  - издержки запаса и хранения партии  $j$  товара;  $C_{1j}$  - издержки пропорциональные размеру партии в расчете на единицу  $j$  товара в единицу времени;  $f_j$  - складская площадь занимаемая единицей  $j$ -го товара;  $h_j$  - число заказов партий  $j$  товара за плановый период;  $R_j$  - спрос на  $j$  товар за плановый период;  $q_j$  - размер партии. Модель усложняется с учетом многономенклатурных запасов и применяется для разработки адаптивных алгоритмов решения задач управления запасами медикаментов.

Исследования показали, что поступления продуктов в основном является дискретным. Требования на выдачу (спрос) чаще является непрерывным, однако с учетом того, что фирма выступает дистрибьютором по некоторым видам продукции и по сути осуществляет оптовые закупки с заводов – изготовителей с последующей реализацией в другие фирмы и медицинские учреждения, некоторые модели должны учитывать дискретный спрос. Специфика фармацевтического рынка вынуждает рассматривать случайный спрос с предполагаемыми

статистическими характеристиками.

#### Библиографический список

1. Рыжиков Ю.И. Теория очередей и управление запасами. – СПб: Питер, 2008., 384 с.
2. Джонсон Дэвид, Вуд Дональд Ф., Вордлоу Дэниел Л., Мерфи-мл. Поль Р. Современная логистика, 7-е издание: Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2002.

РЫЖКОВА М.А., студ. гр. ЭГП-08

Науч. руков.: Лысяков В.Ф., к.т.н., доц.,

ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",

г. Донецк

#### АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА

*Эффективная работа предприятия обеспечивается интенсивной, квалифицированной работой всего персонала от руководителя до рабочего. Поэтому стимулирование и мотивация труда персонала в достижении целей организации играют существенную роль.*

**Актуальность.** В последние годы возросло внимание ученых и практиков к решению проблем мотивации и стимулирования труда персонала. Научных исследований, посвященных рассмотрению вопросов стимулирования и мотивации персонала достаточно, но, к сожалению, во многих источниках материал дублируется, а отдельные существенные вопросы этой проблемы все еще не решены.

**Цель исследования.** Анализ актуальных аспектов усиления стимулирования и мотивации персонала.

**Основная часть.** Мотивирование и стимулирование дополняют друг друга, однако в практической деятельности эти методы управления противоположны. Стимулирование должно соответствовать потребностям, интересам и способностям работника, то есть, его механизм стимулирования должен быть адекватен механизму мотивации работника.

Стимулирование труда продуктивным будет в том случае, если работодатель умеет достигать и придерживаться того уровня работы, за который платит. Смысл стимулирования — не побудить человека работать, а заинтересовать его делать свою работу еще лучше. Стимулирование персонала является основным средством обеспечения оптимального использования ресурсов, мобилизации имеющегося кадрового потенциала. Основная цель процесса стимулирования — получение максимальной отдачи от использования имеющихся трудовых

называлась откупом. Откуп - передача государством за определённую плату на определённых условиях права взимать налоги и другие государственные доходы. Система откупов — по существу прообраз концессий, форма договора государства с предпринимателями. Изначально откуп применялся в условиях натурального хозяйства, неразвитости кредита, финансовых затруднений государства, слабости коммуникаций. Впервые откупы получили распространение в Древнем Иране (VI век до н. э.), в Древней Греции и Древнем Риме (IV век до н. э.).

Экономика США 19-20 века построена на концессии, и как мы можем заметить сейчас - построена весьма успешно.

На данный момент в Украине недостаточно частных и государственных инвестиций для подготовки и оснащения новых очистных забоев. Например, для подготовки одного очистного забоя при столбовой системе отработки требуется порядка 100 млн. грн. [1]. Для решения этой проблемы Министерство угольной промышленности Украины предложила в качестве варианта приватизацию шахт. Но есть весьма перспективная альтернатива - концессия.

В законе Украины о концессиях с изменениями и дополнениями, внесёнными законами Украины от 10 января 2002 года №2921-III [2], понятие концессия трактуется, как — предоставление в целях удовлетворения общественных потребностей уполномоченным органом исполнительной власти или органом местного самоуправления на основании концессионного договора на платной и срочной основе юридическому или физическому лицу (субъекту предпринимательской деятельности) права на создание (строительство) и (или) управление (эксплуатацию) объекта концессии (срочное платное владение), при условии взятия субъектом предпринимательской деятельности (концессионером) на себя обязательств по созданию (строительству) и (или) управлению (эксплуатации) объектом концессии, имущественной ответственности и возможного предпринимательского риска.

Понятие концессии: Концессия подразумевает, что *концедент* (государство) передаёт *концессионеру* право на эксплуатацию природных ресурсов, объектов инфраструктуры, предприятий, оборудования. Взамен концедент получает вознаграждение в виде разовых (паушальных) или периодических (роялти) платежей. Концессионные соглашения реализуются на основе публичного имущества, в том числе с использованием бюджетных средств. В случае отсутствия вовлечения в партнёрство публичного имущественного ресурса имеет место наделение частного партнёра правом ведения определённого бизнеса, исключительные или монопольные права на ведение которого принадлежат публично-правовому образованию, например, ведение парковочной деятельности и т. п.

во Преса України. – 2005. – 105 с.

2. Виханский О.С. Менеджмент / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Гардарика, 1998. – 197 с.

3. Дубчак В. Мотивація персоналу як складова ефективного функціонування транснаціональних корпорацій в сучасному економічному середовищі / В. Дубчак // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 7(37). – С. 170–176.

4. В. Найденов Инфляция в Украине: теория и реальность / Найденов В. – К.: Наукова думка, 1995. – С. 37–39.

5. Старожух О.А. Стимулювання ефективності праці на машинобудівних підприємствах / О.А. Старожух // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 12(42). – С. 113–119.

6. Фалмер Р.М. Энциклопедия современного управления / Р.М. Фалмер – М.: ВИПК Энерго, 1992. – Т. 1, 3. – 183 с.

ВЫГОВСКИЙ А.Д., ст. гр. УГП-09

Науч. руков.: Кравченко А.А., к.т.н., доц.

ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",

г. Донецк

## АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНЦЕССИИ В УСЛОВИЯХ УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ

*Проанализирована концессия в современной угольной промышленности.*

**Актуальность.** Одной из ведущих отраслей экономики является угольная промышленность. К сожалению, в течение последних лет государственная политика по отношению к отрасли по разным причинам осуществлялась недостаточно эффективно, прежде всего, в сфере финансирования. Угольная отрасль требует постоянных инвестиций, а нынешняя экономическая ситуация в стране не позволяет осуществлять бесперебойное инвестирование данной отрасли. Таким образом, инвесторами могут выступать банки, государство, частные компании и т.д. Наряду с другими формами привлечения инвестиций в угольную промышленность, такие как приватизация целостного комплекса, совместная государственная и частная отработка части шахтного поля, в последнее время получила развитие концессия.

**Цель исследований.** Проанализировать концессию, как форму привлечения частного капитала в угольную промышленность Украины.

**Основная часть.** Концессия, как форма экономических взаимоотношений государства и частного капитала была известна давно и

ресурсов, что позволяет повысить общую результативность и прибыльность деятельности предприятия [1, с.178].

Деньги являются достаточно сильным средством мотивации только в том случае, если работник считает оплату своего труда справедливой и видит связь между результатами своей работы и оплатой труда.

Несмотря на очевидные преимущества увязывания оплаты с эффективностью работы, многие организации не пытаются использовать дополнительную оплату как мотивирующий фактор. В ряде случаев бывает достаточно сложно точно оценить эффективность отдельных работников, особенно когда результат не поддается такой прямой оценке, как в производстве и торговле. Кроме того, если руководители не могут выявить четкие различия в уровне эффективности труда работников, то они предпочитают работу всех работников, выполняющих сходные задания, оплачивать одинаково, чтобы избежать проблем с дифференцированной оплатой. Реальным основанием для определения размера оплаты часто является статус или положение работника в структуре организации, а также место данной работы в организационной иерархии, когда каждая должностная позиция имеет свой фиксированный уровень оплаты, независимо от качества или количества выполненной работы и ее значения для успеха всей организации [2, с.46].

Стимулирование и мотивацию персонала необходимо постоянно совершенствовать и улучшать. Для этого нужно знать в каком направлении двигаться, какие изменения и в какой области системы стимулирования проводить и т.п. Это возможно только после проведения оценки уже действующей на предприятии системы стимулирования труда. Как таковых специальных методов оценки системы стимулирования труда не существует. Но, как уже было сказано, система стимулирования является составной частью системы управления персоналом на предприятии, поэтому методы оценки системы управления персоналом можно применять и для оценки системы стимулирования труда. Методы оценки представлены в таблице [3, с.316].

Таблица 1

Классификация методов оценки стимулирования

Методы обследования	- интервьюирование - анкетирование
Методы обоснования	- метод сравнений - метод оценки экономической эффективности системы премирования
Метод анализа	- системный анализ - функционально-стоимостной анализ - экспертно-аналитический метод - оценка качественного состава кадров

Предложены различные способы осуществления воздействия на работника. Родоначальниками стимулирования были бихевиористы (происходит от английского слова behavior, которое на русский язык переводится как «поведение», это направление науки, изучающее активность, поведение индивидуума). Они провозгласили формулу: стимул-результат.

Под стимулом здесь понимался внешний побудитель, который поступает в «черный ящик» (так бихевиористы называли сознание человека). А реакцией называлось любое действие, которое вызывалось стимулом. С точки зрения этого подхода, управлять человеком можно только в том случае, если мы установили четкую связь между нашими стимулами и нужными нам реакциями на него, а затем станем повторять эти стимулирующие воздействия. Если мы хотим стимулировать персонал или даже конкретного человека, мы должны отобразить те его поведенческие проявления, которые нам необходимы, подобрать под них подходящие стимулы и начать их применять [2, с.46].

Другим подходом является рассмотрение мотивации как способа воздействия руководителя на работника. В его основе лежит понятие мотива — внутреннего побудителя активности человека. Когда человек совершает те или иные действия, к их возникновению приводит мотив. Один и тот же мотив может приводить к различным действиям, а одно и то же действие в разных ситуациях может иметь разные мотивы. То есть, применяя мотивирующее воздействие, мы можем устанавливать связь между стимулами и мотивами работника, а тем самым снова возвращаемся к стимулированию?

В отличие от жесткой, прямой и однозначной связи стимул-результат, связь стимул-мотив-результат, является гораздо более гибкой, опосредованной многозначной. Актуализация того или иного мотива связана с созданием условий для его проявления. Эта особенность мотива наиболее полезна в том случае, если от работника требуется поведение, которое вообще не представлено в его поведенческом репертуаре. Связь этой реакции с одним из наиболее актуальных мотивов, управляющих поведением работника, или формирование нового мотива может способствовать ее появлению [2, с. 47].

**Выводы.** Система стимулирования должна быть дополнена системой мотивирования. При этом основой системы стимулирования являются наиболее типичные способы побуждения к более производительному труду большинства работников. Основой системы усиления мотивирования должно стать обучение линейных руководителей методам определения мотивов работников, способам подбора для них адекватных приемов мотивирования и правильному их применению.

похвалу, комплименты співробітникам. У багатьох компаніях є свої нагрудні знаки та інші відзнаки та заохочення. Над одним з підприємств в Нью-Йорку вивішена значних розмірів дошка для оголошень, на якій висвічуються прізвища співробітників, які показали значні досягнення в роботі. Дошки пошани висять в приймальнях головних офісів багатьох компаній.

Системи визнання заслуг передбачають і такі форми заохочення, як публікація в бюлетені компанії статті, про досягнення групи (бригади) з фотографією всіх її членів.

5. Винагороди, пов'язані зі зміною статусу співробітника. В цей блок входить підвищення в посаді, навчання працівника за рахунок компанії, запрошення співробітника як виступаючого чи лектора, пропозиція брати участь у більш матеріально вигідному проекті, а також можливість використання устаткування компанії для реалізації власних проектів.

6. Винагороди, пов'язані зі зміною робочого місця, тобто всі ті заходи, які ведуть до зміни технічної оснащеності робочого місця і його ергономіки (виділення окремого кабінету, наймання секретаря, надання додаткового офісного устаткування і службового автомобіля, тощо).

Варто відмітити, що останнім часом в практиці американських компаній з'явилася тенденція до використання в якості заохочень «пакета послуг». У цьому випадку працівник отримує можливість вибору з певної кількості винагород більш пріоритетні для нього форм заохочення.

Крім матеріальних і нефінансових винагород, багато компаній Сполучених Штатів, зокрема такі, як «Юнайтед Ейрлайнз», «Дана», «ІБМ», «Проктер енд Гембл», «Фріт-Лей» та інші, використовують розгалужені системи підтримки ентузіастів, що забезпечує успіх впровадження інновацій.

**Висновки.** Проаналізувавши американський підхід до мотивації співробітників та зробивши порівняння з вітчизняними системами управління персоналом, що застосовуються на підприємствах машинобудування, можна зробити висновок, що існує потреба в переосмисленні принципів та інструментарію, що використовується для мотивації співробітників вітчизняних підприємств. Впровадження системи «Pay for Performance» на підприємствах машинобудування відкриває якісно новий напрям підвищення продуктивності праці співробітників, задоволення персоналом існуючих потреб. Ефективно функціонуюча система оплати праці, як фундаментальний інструмент впливу на робітників, створюють передумови покращення добробуту населення, що працює на підприємствах машинобудування України.

#### Бібліографічний список

1. Амоша А.О. Шляхи рішення проблеми оплати праці у вугільній промисловості / А.О. Амоша, І.О. Братух // Економіка України. – К.: Вид-



винагорода, що одержується працівником, залежить від індивідуальних і групових відмінностей в їх діяльності. Це виражається в системах гнучкої оплати праці, системі змінної оплати та ін.

До гнучких систем оплати праці персоналу відносять такі:

1. Грошові виплати за досягнення поставлених цілей (їх використовують до 61% американських компаній). Ці виплати адекватні преміям і здійснюються при відповідності працівника певним, заздалегідь встановленим критеріям (економічні показники, показники якості, оцінка працівника іншими співробітниками підприємства).

3. Спеціальні індивідуальні винагороди, як визнання цінності того чи іншого працівника (спеціальні премії, що виплачуються співробітникам за володіння навичками, які гостро необхідні підприємству в даний період; премії «зіркам» компанії; премії працівникам, звільнення яких небажане для компанії).

4. Програми розподілу прибутку, відповідно до яких працівники одержують або певний відсоток прибутку компанії у вигляді індивідуальних винагород за бездоганне виконання роботи, або у вигляді прибутку, розподіленого між всіма співробітниками.

5. Акції та опціони на їх купівлю. В цьому випадку працівники не отримують «живих» грошей. Компанія лише надає їм можливість безоплатного отримання у власність певного числа акцій або права придбання пакета акцій на пільгових умовах.

Як відзначають фахівці, переваги системи PFR очевидні, бо типова PFR-програма підвищує організаційну продуктивність на 5-49%, а доходи співробітників - на 3-29%.

До нематеріальних методів стимулювання, які широко використовуються в передових американських компаніях, відносять:

1. Пільги, пов'язані з графіком роботи (оплата святкових днів, відпусток, періоду тимчасової непрацездатності, перерв на обід і відпочинок, декретних відпусток). Крім того, працівникам надається можливість використання гнучкого графіка робочого часу, а також «банку неробочих днів». «Банк неробочих днів» складається з норми відпустки і розумної кількості відгулів, якими працівник може скористатися на свій розсуд.

2. Матеріальні нефінансові винагороди: подарунки співробітникам з нагоди свят, днів народження або як символ важливості працівника для компанії; оплата медичної страховки; позики за пільговою програмою; знижки на придбання продукції компанії; квитки в театр.

3. Загальноорганізаційні заходи, присвячені значущим подіям або святам, на які співробітники можуть запрошувати членів своїх сімей; оплачувані централізовані обіди або вечірки після закінчення робочого дня; замські й екскурсійні поїздки за рахунок компанії.

4. «Виплати - вдячності». До цього типу винагород відносять усну

### Библиографический список

1. Абрютин, М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / М.С. Абрютин, А.В. Грачев. - М: Финансы и статистика, 2000. - 254 с.

2. Балашов Ю.К., Коваль А.Г. Мотивация и стимулирование персонала: основы построения системы стимулирования. // «Кадровый вестник», №7, 2002.

3. Тищенко, А.Г. Современные технологии управления / А.Г. Тищенко. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2003. - 365 с.

ДОЦЕНКО Н.С., ст.гр. ЕПМ-11м

Науч.руков.: Амельническая Е.В., к.э.н., доц.

ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",

г. Донецк

### РОЛЬ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

*Изучена категория «социальное развитие предприятия» во взаимосвязи и взаимозависимости с категорией «экономическое развитие», определены два подхода к рассмотрению социального развития предприятия.*

**Актуальность.** На современном этапе развития предприятий всё большее внимание уделяется вопросам социального развития. Как в зарубежной, так и в отечественной литературе понятие «экономическое развитие» рассматривают в тесной взаимосвязи с «социальным развитием», и «социальное развитие» выходит на передний план.

**Цель исследования.** Анализ «социального» и «экономического» развития предприятия и обоснование необходимости использования такого понятия, как «социально-экономическое развитие».

**Основная часть.** Проблемами развития предприятий занималось много учёных, в числе которых Й. Шумпетер [1], В.А.Горемыкин [2], Р. Харрод [3], О.В.Козлова [4], Захаров Н.Л., Кузнецов А.Л. [5] и другие. Экономическое развитие рассматривается как процесс, который включает в себя большие изменения в технической, экономической, социальной и политической сферах, а также целеустремлённое движение, которое обеспечивает повышение эффективности производства при выпуске продукции в необходимом количестве, ассортименте и качестве. Социальное развитие можно рассматривать в широком и в узком смысле слова. В широком смысле – это совокупность экономических, социальных, политических, духовных процессов, развертывающихся в обществе. В

узком смысле социальное развитие - это не всякое движение общества, не любое его изменение, а лишь такое, которое связано с более или менее глубинными, структурными его изменениями, ведущими к появлению новых общественных отношений, институтов, норм и ценностей.

Поскольку предприятие представляет собой сложную социально-экономическую систему, необходимо рассматривать систему социальных и экономических показателей, которые в совокупности образуют эту систему. На развитие предприятия влияют внешняя и внутренняя социально-экономическая среда, в которой сложно отделить социальные аспекты от экономических. Поэтому социальное развитие предприятия рассматривается во взаимосвязи и взаимозависимости с экономическим развитием, т.к. экономические результаты деятельности предприятия зависят от социального развития.

Следовательно, социально-экономическое развитие предприятия представляет собой совокупность количественных и качественных изменений в хозяйственной деятельности предприятия, которые приводят к появлению принципиально новых сдвигов в его социально-экономическом состоянии и способствуют переходу предприятия к высшему социально-экономическому уровню.

Система экономических показателей — совокупность взаимосвязанных, систематизированных показателей, характеризующих экономику в целом, ее отрасль, регион, сферу экономической деятельности, группу однородных экономических процессов. К показателям уровня экономического развития относятся:

- производство совокупного общественного продукта, материальных благ, национального дохода на душу населения;

- структура общественного производства (доля промышленности и сельского хозяйства в народном хозяйстве; удельный вес производства средств производства; доля, объём и темпы развития прогрессивных отраслей народного хозяйства);

- количественный и качественный уровень занятости и жизни населения;

- уровень использования природных ресурсов (вовлечение в хозяйственный оборот земельных, топливно-энергетических ресурсов, полезных ископаемых и т.д.);

- организация и эффективность общественного производства (уровень производительности труда, специализация и концентрация, качество продукции).

- общий объём реального ВВП;

- показатели экономической эффективности.

Показатели социального развития подразделяются на несколько групп:

- показатели условий труда и охраны здоровья (уровень травматизма,

*Проаналізовано система оплати праці «Pay for Performance», як ефективний інструмент впливу на продуктивність праці робітників. Розглянуто можливість адаптації американського підходу мотивації персоналу з вітчизняними системами управління персоналом підприємств машинобудування України.*

**Актуальність.** Головне завдання вітчизняної економіки полягає в забезпеченні подальшого зростання добробуту населення на основі стійкого розвитку народного господарства, прискорення науково-технічного прогресу і переходу економіки на інтенсивний шлях розвитку, більш раціонального використання потенціалу країни, економії всіх видів ресурсів і поліпшення якості роботи. Для його виконання необхідно здійснити динамічний і збалансований розвиток економіки, забезпечити ефективне використання природних і матеріальних ресурсів, особливу увагу надати підвищенню продуктивності праці, за рахунок впровадження ефективних систем мотивації персоналу, і збільшенню віддачі основних фондів.

Проблема адаптації закордонних підходів до мотивації персоналу з існуючими, вітчизняними системами управління персоналом, підвищення ефективності виробництва і матеріального добробуту працюючого населення на підприємствах машинобудування України, завжди була актуальною, оскільки галузь машинобудування є однією з найбільших у промисловому секторі економіки України, від стану якої залежить не тільки ступінь розвитку економічного потенціалу інших галузей, а й держави в цілому.

Результати досліджень даної проблеми викладені в роботах таких науковців: А.О. Амоша [1], Р.М. Фалмер [6], О.А. Старожух [5], О.С. Виханський [2], В. Дубчак [3], В. Найденів [4].

**Мета дослідження.** Проаналізувати американський підхід до мотивації персоналу. Встановити можливість адаптації закордонних методів мотивації співробітників з системою управління персоналом вітчизняних підприємств машинобудування.

**Основна частина.** Компанії США цілеспрямовано створюють умови для посилення трудової активності та підвищення зацікавленості персоналу в результативності трудової діяльності, відкривають у притаманних роботі ціннісних властивостях джерело внутрішньої мотивації для своїх працівників.

Варто зазначити, що посилення трудової мотивації в американських компаніях базується як на фінансових, так і на не фінансових методах винагороди.

Широке поширення в останні роки в американських корпораціях отримала система «Pay for Performance» - «плата за виконання» (PFP), яка передбачає використання будь-яких способів оплати праці, при яких

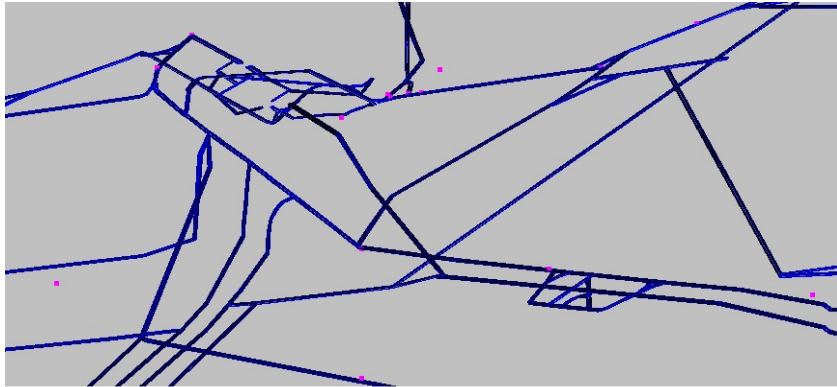


Рисунок 2. 3D модель сети горных выработок

С помощью программного обеспечения можно рассчитать расстояния, площади, объемы проходимых выработок и запасы угля в добычных забоях.

**Выводы.** В дальнейшем использование трехмерных моделей открывает огромные перспективы в совершенствовании принятия управленческих решений, что обеспечит повышение эффективности горного производства. Взаимосвязанное решение геологических, проектных и горных задач на основе единой модели и базы данных качественно изменит технологию принятия решений.

#### Библиографический список

1. Капутин Ю.Е. Информационные технологии планирования горных работ (для горных инженеров). - Спб.: Недра, 2004. - 420 с.
2. Программное обеспечение для моделирования месторождений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://geosoft.dn.ua/>.

МОШНА М.В., ст.гр. МЕД-11м

Наук. керів.: Мартякова О.В., д.е.н., проф., Крикуненко Д.О., асп.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»,

м. Донецьк

### СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

*Розглянуто американський підхід до мотивації персоналу.*

уровень профессиональных заболеваний, уровень временной нетрудоспособности);

- показатели культурных и социально-бытовых условий (уровень обеспеченности жильем, срок оборачиваемости очереди на получение жилья, обеспеченность питанием, обеспеченность оздоровительными лагерями, обеспеченность детскими садами, обеспеченность домами отдыха);

- общие показатели социальной стабильности (уровень стабильности кадров, уровень культурно-массовой работы, уровень спортивной работы, уровень образования, уровень профессиональной подготовки);

- показатели условий труда (режим труда и условия производства);

- уровень образования и квалификации;

- показатели состояния производственной среды.

Интегральный показатель результатов социального развития предприятия может быть определен как отношение суммы значений показателей к их числу [6].

Интегральный показатель рассчитывается на основе частных показателей, характеризующих следующие аспекты социального развития предприятия:

- а) показатели условий труда и здоровья;
- б) показатели культурных и социально-бытовых условий;
- в) общие показатели социальной стабильности.

В рамках указанных направлений может быть использована система частных показателей (уровень травматизма, уровень временной нетрудоспособности, уровень заболеваний; уровень обеспеченности жильем, обеспеченность питанием на предприятии, обеспеченность путевками в санатории, дома отдыха и др.; коэффициент текучести кадров, удельный вес работающих с высшим образованием). К указанным показателям можно также отнести показатели, которые характеризуют уровень повышения квалификации работающих, состояние производственной среды и др. [7].

Интегральный показатель социально-экономической эффективности включает в себя показатели социальной и экономической эффективности в их взаимосвязи и взаимозависимости.

**Выводы.** Таким образом, на основании всего выше сказанного можно сделать вывод, что социальное развитие необходимо рассматривать с двух сторон:

1. В широком смысле – это социальная миссия предприятия, которая представляет собой социальную цель существования предприятия.

2. В узком смысле – это социальный результат деятельности предприятия, выраженный интегральными показателями социального развития.

### Бібліографічний список

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития: исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры. – М.:1982. – 568 с.
2. Горемыкин В.А. Экономическая стратегия предприятия: Учебное пособие. Изд. 3-е испр. И доп. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2007. – 544 с.
3. Харрод Р.Ф. К теории экономической динамики. – М.:1959. – 456с.
4. Тенденции развития предприятия: (Социально-экономический аспект)/О.В.Козлова, З.П.Румянцева, Ю.Д.Турусин и др.; Под ред. О.В.Козловой. – М.:Экономика,1987. – 270 с.
5. Захаров Н.Л., Кузнецов А.Л. Управление социальным развитием организации: Учебник. – М.:ИНФРА-М, 2006. – 263 с.
6. Гусева Т.А. – Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия.
7. Харьковский национальный университет радиоэлектроники. Экономические науки / Экономика предприятия - Омаров Ш.А.Диагностика социального развития предприятия [http://www.rusnauka.com/NIO\\_2007/Economics/18190.doc.htm](http://www.rusnauka.com/NIO_2007/Economics/18190.doc.htm).

МОІСЕЄВА А.В., ст.гр. МПР-09

Навч. керів.: Бородин О.О., асист.

ДВНЗ "Донецький національний технічний університет",  
м. Донецьк

### МЕРЕЖЕВИЙ МАРКЕТИНГ НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ «ОРІФЛЕЙМ»

*Вивчена та проаналізована маркетингова діяльність компанії ТОВ «Оріфлейм». Визначено конкурентоспроможність продукту.*

**Актуальність.** В даний час зустрічається все більше компаній, які звертаються за допомогою до мережевого маркетингу. Мережевий маркетинг є найбільш потужним зі всіх способів поширення товарів і послуг, що є на сьогоднішній день. Товарообіг в мережевому маркетингу виникає і підтримується за рахунок того, що люди інформують про продукцію або послуги фірми своїх друзів і знайомих і виявляють з них тих, кому це необхідно. Ті, у свою чергу, роблять те ж саме. Як відомо, фірми, які продають свої товари або послуги звичайним способом, витрачають велику кількість грошей на рекламу. Компанії, які пішли по шляху мережевого маркетингу, не витрачають засобу на рекламу. Реклама відбувається при безпосередньому спілкуванні споживачів продукції, а

приняття рішень на основі об'єктивної інформації і многовариантного аналізу.

Технологія побудови моделі угольних шахт заключається в наступому. В програмному забезпеченні має функція «імпорт поверхності з DXF», поверхню пласта підготовляється в програмі AutoCad (рис.1). Поверхню повинна складатися з поліліній і/або точок, знаходячись в одному або різних шарах. В відповідності з іменами шарів в групі «Поверхності» створюються об'єкти.

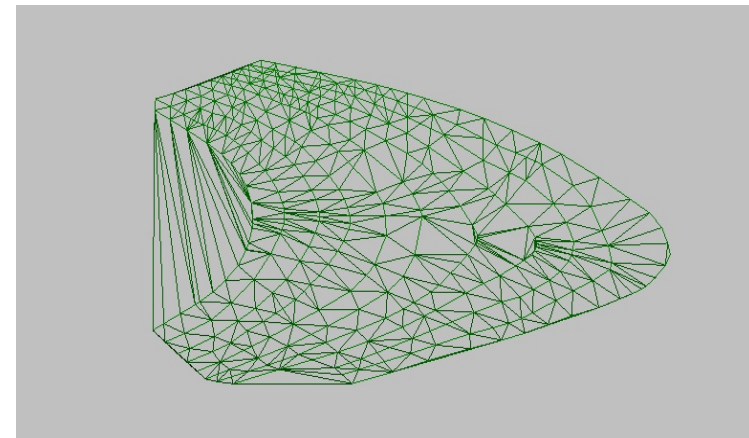


Рисунок 1. Каркасная модель поверхности пласта

С помощью функции «отработанное пространство» создается модель шахтных выработок (рис.2), при выборе этой группы активными становятся 5 функций:

- создать отработанное пространство;
- импорт отработанного пространства из AutoCad (формат dxf);
- создание выработки по ее бортам;
- интерполяция выработок по маркточкам;
- импорт разрезов из dxf.

Последовательность моделирования шахтных выработок состоит в следующем. Борты выработок векторизуются в истинных координатах и экспортируются в файл формата DXF. Далее формируется таблица в MS EXCEL, в которой для каждой выработки указываются координаты маркшейдерских точек. Исходя из плоскостного изображения выработок и цифровых данных по маркшейдерским точкам, формируется пространственная конфигурация горных выработок.

ДУБИЦКИЙ С.А., ст.гр. УГП-09  
Науч. руков.: Скаженик В.Б., к.т.н., доц.  
ГВУЗ “Донецкий национальный технический университет”,  
г. Донецк

## МОДЕЛИРОВАНИЕ УГОЛЬНЫХ ШАХТ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

**Актуальность.** В настоящее время вопрос о пространственном моделировании угольных шахт в горном деле как у нас, так и за рубежом. Средства и методы информационной технологии в данное время применимы в различных сферах деятельности человека. Также не безуспешно использование информатики в науках с определенно требуемым классом точности, оперируемыми с различными величинами, выраженными в количественной форме, поддающимися измерениям и последующей математической обработке. В подобных дисциплинах процедуры физического моделирования успешно заменяются методами «вычислительного эксперимента», позволяющими избегать сложных и дорогих натуральных опытов на моделях.

**Основная часть.** На сегодняшний день накоплен опыт и достигнуты определенные успехи внедрения информационных технологий в горном деле, одной из ведущих фирм этой области являются Micromine [1]. Для условий России и Украины разработано программное обеспечение «Рудник 3D» и «ТЭО Рудник» [2]. Программное обеспечение применяется для моделирования месторождений полезных ископаемых, подсчета запасов, решения задач проектирования и планирования горных работ. Модули программного обеспечения реализуют следующие задачи:

- создание презентационной трехмерной модели месторождения: имитация возможных вариантов развития горных работ с расчетом основных экономико-финансовых показателей;

- автоматизированное решение геологических задач: трехмерная визуализация распределения полезного компонента, оконтуривание залежи, подсчет запасов, формирование графической документации к подсчету запасов;

- автоматизацию маркшейдерских задач: компьютеризация маркшейдерских наблюдений (теодолитный ход, тахеометрия, нивелирование), перевод графической документации на компьютерную основу, расчет площадей, объемов;

- решение задач проектирования и планирования: построение разрезов и проекций, проведение проектных выработок, расчет и графическая иллюстрация плана добычных и подготовительных работ;

- построение интегрированной системы управления горным производством: единая база данных, взаимосвязь между подсистемами,

продукцию у фирмы могут набирать лишь те люди, которые берут участие в бизнесе, - они и получают доход от товарооборота и из сэкономленных средств на рекламу. При этом человек получает доход не только из того, что она расширяет, а и от того, что расширяют люди, которых она привлекла в этот бизнес и выучила. Выгода от использования сетевого маркетинга для фирм - производителей заключается в том, что они могут вывести на рынок и стабилизировать рынок продукции постепенно, охватывая рынок без специальных затрат, экономить огромные средства, не рискуя огромными затратами на рекламу. Итого, они больше денег могут пустить на совершенствование продукции. Потому, обычно, качество продукции таких фирм выше, чем у товаров, которые продаются через обычную торговую сеть.

**Мета дослідження.** Метою даної роботи є вивчення мережевого маркетингу як способу просування товарів або послуг за допомогою донесення про них інформації від людини до людини та інших видів маркетингу, їх вплив на діяльність підприємства.

**Основна частина.** Компанія ТОВ «Оріфлейм» - це молода, швидкозросла косметична компанія. Асортимент товарів включає більше 800 позицій косметичних засобів. Це і декоративна косметика, і парфюмерія, і ціла гамма засобів для уходу за обличчям, тілом і волоссям. Вся косметика ТОВ «Оріфлейм» високої якості і виробляється лише з натуральних інгредієнтів.

Для того, щоб удосконалитися в цьому на практиці, визначимо конкурентоспроможність товару від "Оріфлейм". Товаром, узятим за основу порівняння є крем для обличчя. Товаром-конкурентом виступає фірма «Олей», з аналогічним товаром – крем для обличчя. Отже, для того, щоб позначити вагу важливості кожного показника, слід використовувати один з методів оцінки цих показників. У своїй роботі я вибрала метод експертних оцінок. За експертів я прийняла людей, які найчастіше користуються даним продуктом (цільовий сегмент споживачів). При цьому, визначальні показники теж обрані по методу опитування цільового сегменту споживачів. Результати експертних оцінок і розрахунок ваги важливості кожного з приведених показників представлені у таблиці 1.

Таблиця 1  
Експертна оцінка важливості показників

Показники	Експерти					Середнє значення	Вага важливості, аі
	1	2	3	4	5		
1. Сонцезахисні фільтри	3	3	4	5	3	3,6	0,096
2. Час вбирання	4	4	5	3	5	4,2	0,112
3. Емульсія, що охолоджує	3	4	4	5	4	4	0,106
4. Якість антиоксидантів	5	4	5	5	4	4,6	0,122
5. Вітаміни А,С,Е	4	5	5	5	5	4,8	1,128
6. Жирний блиск	5	5	4	5	4	4,6	1,122
7. Маса	4	3	5	4	3	3,8	0,102
8. Дизайн	2	3	3	4	5	3,4	0,09
9. Ціна	5	5	4	5	4	4,6	0,122
Усього						37,6	1

Отже, розрахував вагу важливості кожного окремо взятого показника, слід зазначити, що на думку експертів (цільового сегменту споживачів) основоположними показниками в даному товарі є наявність вітамінів А, С, Е, і також ціновий чинник.

Далі на основі розрахованих даних вагомості показників, побудуємо таблицю для розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності.

Таблиця 2  
Таблиця для розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності

Показник	"Оріфлейм"	"Олей"	Вага важливості, аі
1	2	3	4
1. Сонцезахисні фільтри, SPF	30	15	0,096
2. Час вбирання, с	30	120	0,112
3. Емульсія, що охолоджує або сироватка для звуження пір, бали	5	5	0,106
4. Якість антиоксидантів, бали	5	4	0,122
5. Вітаміни А,С,Е (бали відповідно у залежності від кількості присутніх вітамінів: 1,2 чи 3 бали)	3	2	0,128
6. Жирний блиск на шкірі, бали	5	3	0,122
7. Маса, мл	30	60	0,102
8. Дизайн, бали	5	4	0,09
9. Ціна, грн.	78	99	0,122

Кількісна оцінка результативності потенціалу підприємства здійснюється за допомогою показників продуктивності, ефективності і рентабельності.

На нашу думку, оцінка потенціалу проводиться найбільш повно, використовуючи систему показників аналізу ефективності використання основних складових потенціалу [6]:

- 1) аналіз ефективності використання основних фондів підприємства;
- 2) аналіз ефективності використання матеріальних ресурсів підприємства;
- 3) аналіз ефективності використання трудових ресурсів підприємства.

Запропонована методика комплексної оцінки різних елементів потенціалу підприємства дозволить провести пряме кількісне співставлення елементів, які утворюють потенціал, а також допоможе в досягненні головної мети його діяльності – забезпеченні конкурентоспроможності підприємства.

**Висновки.** Таким чином, потенціал є складною системою можливостей підприємства, і сукупністю його виробничих ресурсів, які дозволяють ефективно здійснювати виробничий процес, а його оцінка є процесом, який важко формалізувати. Найадекватнішою на сучасному етапі розвитку підприємств є комплексна оцінка потенціалу з урахуванням стану різних його ланок, тому що вона дозволяє зробити кількісний та якісний аналіз, що дає змогу врахувати параметри підприємства за всіма функціональними областями, включаючи ефективність виробничого процесу, стійкість і перспективність підприємства.

#### Бібліографічний список

1. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. пос. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
2. Федонин О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. пос. / О.С. Федонин, І.М. Репіна, О.І. Олексик. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.
3. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. пос. / Добикіна О.К., Рижиков В.С., Касьянюк С.В., Кокотько М.С., Костенко Т.Д., Герасимов А.А. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 208 с.
4. Артемьев Б.В. Проблемы оценки потенциала предприятия / Б.В. Артемьев // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В.Далія: Зб. наук. праць. – 2006. – Ч. 2, № 4(98). – С. 7-11.
5. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення. -Д.: Вид-во ДУЕП, 2006. - 276 с.
6. Параконный А.В. Классификация методов оценки экономического потенциала предприятия / А.В. Параконный, С.В. Параконный // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В.Далія: Зб. наук. праць. – 2006. – Ч. 1, № 4(98). - С. 174-178.

до використання ресурсів з метою створення товарів і послуг та отримання доходу, достатнього для продовження діяльності. Потенціал підприємства вчені-економісти часто пов'язують з фінансовим, виробничим, економічним потенціалом та найчастіше розкривають його через сукупність характеристик: реальні можливості, обсяг ресурсів і резервів. У науковій літературі одним з перших дослідників, хто дав визначення поняття "виробничий потенціал" як "набір ресурсів, які в процесі виробництва приймають форму чинників виробництва" був А.І. Анчишкін.

Н.Б. Мігай дав визначення виробничого потенціалу "як складної системи можливостей підприємства, що виражається у сукупності виробничих ресурсів (технічних, технологічних, трудових, інформаційних, організаційних), які забезпечують ефективне здійснення виробничого процесу".

До концепції потенціалу достатнє поширення в роботах російських вчених та економістів отримав ресурсний підхід. При цьому найбільш виразно виділяють дві «ресурсні позиції»:

1) виробничий потенціал - сукупність ресурсів без урахування їх взаємозв'язку і участі в процесі виробництва (у роботах Лукінова І.І., Черникова Д.А., Немчинова В.С.) [2].

2) на думку Фігурнова Є.Б., потенціал підприємства - це сукупність ресурсів, в результаті використання яких виробляється певна кількість матеріальних благ. З ним також згодні російські вчені-економісти: Свободін В.І., Воблий К.Г., Рєпіна І.М.

Проаналізувавши наявні підходи до визначення виробничого потенціалу підприємства, ми дійшли висновку, що позиції науковців схилиються або до ресурсної концепції, або до результатної [3].

У наукових працях з проблем формування і реалізації потенціалу підприємств зазвичай недостатньо розглянуто питання вимірювання його величини і рівня ефективності використання. Безліч найрізноманітніших думок висловлюється щодо підходів до оцінки потенціалу підприємства. Дослідження методичних основ оцінки потенціалу підприємства знайшло своє відображення в роботах таких вітчизняних вчених як Краснокутська Н.С., Лапін Є.В., Осіпов П.В., Отенко І.П., Малярець Л.М., Федонін О.С. та інших, у наукових дослідженнях яких були розглянуті різні методичні підходи щодо здійснення оцінки потенціалу підприємства. Проте деякі важливі аспекти оцінки потенціалу підприємства в частині вибору найбільш оптимального методу для її здійснення потребують подальшого розвитку та уточнення [4].

В сучасній економічній літературі представлена ціла низка методичних підходів щодо оцінки потенціалу підприємства. Методика визначення рівня потенціалу підприємства може включати як експрес-оцінку, так і деталізовану оцінку, що проводяться по різних напрямках дослідження.

Отже, розрахуємо інтегральний показник конкурентоспроможності товару від «Оріфлейм» відповідно до товару фірми «Олей» нижче.

$$I_{\text{техн.}} = 30/15 \cdot 0,096 + 120/30 \cdot 0,112 + 5/5 \cdot 0,106 + 5/4 \cdot 0,122 + 3/2 \cdot 0,128 + 3/5 \cdot 0,122 + 30/60 \cdot 0,102 + 5/4 \cdot 0,090 + 99/78 \cdot 0,122 = 0,192 + 0,448 + 0,106 + 0,153 + 0,192 + 0,073 + 0,051 + 0,113 + 0,155 = 1,48;$$

$I_{\text{техн.}} > 1$

**Висновки.** Розрахувавши інтегральний показник конкурентоспроможності, товар від фірми «Оріфлейм» більш конкурентоспроможний, ніж товар від фірми «Олей». Це свідчить насамперед про те, що фірма «Оріфлейм» випускає товар, який відрізняється від товару фірми «Олей» як за ступенем відповідності конкретних потреб споживачів, так і за ціною на придбання даного товару.

### Бібліографічний список

1. <http://ua.oriflame.com/> Официальный сайт компании «Oriflame».
2. Блэкуэлл Р., Минард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. – СПб.: Питер, 2007. – 944 с.

ТОНОФА А.В., ст.гр. ТТР-08

Науч. руков.: Масленко Ю.В., к.э.н., доц.

ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет", г. Донецк

### ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ДКТ ДЛЯ БЕЗНАСОСНОГО БУРЕНИЯ

*Изучен экономический эффект от внедрения ДКТ (двойной колонковой трубы) для бурения с местной промывкой, проанализированы изменения стоимости проходки 1м скважины после внедрения ДКТ.*

**Актуальность.** По запасам полезных ископаемых Украина занимает ведущее место в Европе. Масштабы развития промышленности требует стабильного обеспечения ее минеральными ресурсами. Поиск новых месторождений полезных ископаемых, доразведка известных с одной стороны, и комплексное их использование с другой, требует новых подходов, методов к разведке. На всех этапах геологоразведочных работ проводятся буровые работы, которые постоянно требуют совершенствования, особенно это важно при бурении в зонах осложнения.

**Цель исследований.** Обоснование эффективности повышения механической скорости проходки в зоне осложнения с использованием ДКТ для безнасосного бурения.

**Основная часть.** На организацию производства любого вида

геологоразведочных работ значительно влияют условия их проведения. Разнообразие горно-геологических условий определяет необходимость детального обоснования методов и способов работ. Эти вопросы были и остаются главными при проектировании разных геологоразведочных работ.

Научно-исследовательский характер геологоразведочного процесса предусматривающего сбор, обработку и дальнейшее использование геологической информации, требует обеспечения высокой степени надежности, точности и достоверности получаемых сведений. Это возможно при тщательном подборе технических средств и конкретными условиями их применения.

Для геологии наиболее существенными объектами освоения и изучения являются поиск и разведка месторождений, не имеющих выхода на поверхность. В связи с этим осуществляется систематическое изучение глубинного строения определенной территории на основе сети взаимоувязанных геофизических профилей, опирающихся на информацию буровых скважин. Бурение геолого-разведочных скважин – предназначено для получения более точной геологической информации. Получаемый при бурении скважин керн дает возможность решить многие задачи: определить пространственные координаты, глубину и элементы залегания полезного ископаемого; замерить углы падения и простирания, выяснит мощность отдельных пластов горных пород и рудных тел; установить вещественный состав, минерально-петрографические и физико-механические свойства пробуренных пород, пористость, плотность и многие другие [2].

Для оценки уровня организации процесса разведочного бурения и его эффективности служит система основных технико-экологических показателей. В числе главных показателей были выбраны – объем буровых работ, время, затраченное на бурение, показатели, характеризующие качество бурения, себестоимость буровых работ.

Методические положения оценки экономической эффективности по улучшению организации бурения базируется на общей теории и методологии определения экономической эффективности [1].

В работе было проведено сравнение разных способов бурения. Анализировалось два варианта: базовый вариант с использованием безнасосного способа бурения и второй – с применением ДКТ (двойной колонковой трубы).

Экономический эффект от внедрения ДКТ для бурения с местной промывкой был получен за счет повышения механической скорости бурения зоны осложнения, так как механическая скорость является наиболее динамичным показателем эффективности бурения. С ее помощью оценивается влияние технических и технологических факторов на процесс бурения, вид, тип и состояние породоразрушающего

ГОРБАЧ Н.М., ст. гр. МО-07а

Наук. керівн.: Лихошерст Є.В., асист.

ДВНЗ "ДонНТУ" Автомобільно-дорожній інститут,

м. Горлівка

## УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

*Раскрыто понятие потенциала производственных экономических систем, определена роль потенциала в повышении уровня конкурентоспособности предприятий. Рассмотрены наиболее используемые методы и проанализированы их преимущества и недостатки.*

**Актуальність.** В умовах сучасної економіки та обмеженості ресурсів, прагнення отримувати максимально можливий прибуток спонукає підприємства до перегляду наявного потенціалу, переоцінки власних можливостей, пошуку додаткових резервів підвищення доходності своєї діяльності. У зв'язку з цим постає питання про вибір методів оцінки потенціалу підприємства, які дозволять обґрунтовано визначити внутрішні можливості суб'єкта господарювання, виявляти приховані резерви, забезпечувати підвищення ефективності діяльності. Оцінка потенціалу є актуальною темою, тому вона допомагає розкрити можливості підприємства, а також оцінити фінансовий стан на даному етапі, допомагає визначити ступень фінансової стійкості підприємства, оцінки ділової активності та ефективності підприємницької діяльності з метою прийняття найбільш оптимальних рішень, що стосуються діяльності підприємства.

**Мета дослідження.** Висвітлення найпоширеніших методичних підходів щодо оцінки потенціалу підприємства, визначення переваг та недоліків використання кожного з них, та вибір методу оцінки потенціалу підприємства, що дозволить отримати достовірні та об'єктивні результати.

**Основна частина.** Проблемам потенціалу підприємства було присвячено багато публікацій, особливо в кінці 70-х та на початку 80-х років. Більшість піднятих проблем стосувалися визначення потенціалу підприємства, його складових, видових проявів. У більшості робіт відзначається важливість визначення проблем оцінки потенціалу та вказується на існування значних розходжень у методичних підходах до його оцінювання [1]. Перш ніж перейти до власне методик оцінки потенціалу, спробуємо уточнити сутність самого поняття „потенціал”, адже виходячи із цієї сутності повинна будуватися методика його оцінки. Під терміном «потенціал підприємства», в широкому сенсі слова, розуміють сукупність ресурсів (трудових, матеріальних, нематеріальних, фінансових та ін), що є в розпорядженні, і здатність його співробітників та менеджерів



параметрами, что, кстати, совпадает с результатом, представленным в [1] причем, этот результат достигается без дополнительных усилий и без использования дорогостоящих лицензионных программных комплексов.

	Фактор_1	Фактор_2	Фактор_3
298058614331	0.473748796015799	-1.18770976065774	
2753233232498	0.673803411648255	-0.729162277252817	
2270329926695	0.748044022281213	-0.201650061048292	
5162523407083	0.784578348958012	0.353040371456205	
2483532898479	0.900968758804714	0.952520377583926	
5713549275159	0.887918859391975	1.46398969164684	
6347231148018	0.856169064983419	1.63291518472055	
4730257758844	-0.033855044360295	1.448958413246746	
8689954454631	-1.28794949528158	0.839996525744665	
1252534892537	-2.12524164274696	0.126259296518425	
7038109864922	-2.27792772152025	-0.154229186261546	
2777887832752	-2.13385265643204	-0.323328000509715	
8395828777798	-1.71191350568463	-0.457796877933155	
101651653679	-1.13880190083036	-0.514546125438906	
5032480036456	-0.508769010817849	-0.456302241736672	
7778828617925	0.133354148775632	-0.513140927309085	
6124182611991	0.69267337579813	-0.518457123947355	

Рисунок 3. Факторный анализ данные, характеризующие работу угольного предприятия в аналитической платформе Deductor Academic

### Библиографический список

1. Паклин Н.Б., Орешков В.И. Бизнес-аналитика: от данных к знаниям (+ CD): учеб. пособие.— 2-е изд., перераб. и доп.— СПб.: Питер, 2010. — 704 с.
2. Кацко И.А., Паклин Н.Б. Практикум по анализу данных на компьютере: Учеб. пособие для вузов - М.: Издательство "Колос", 2009. - 278 с.; 60x88/16. ISBN 978-5-9532-0624-2 (в пер.), 1000 экз. УДК 681.5(075.8) ББК 32.81я73 ГРИФ "Допущено УМО по образованию в области прикладной информатики".
3. Сервуля Ф. Овсянников В.П., Алгоритм анализа данных характеризующих работу угольного предприятия средствами программного комплекса SPSS Сучасні проблеми управління виробництвом: Тези доповідей IV Міжнар.н.-пр. конф., м. Донецьк, ДонНТУ, 14–15 жовтня 2010 р.

инструмента, конструкция и состояние скважины.

Экономический эффект от использования ДКТ по сравнению с безнасосным способом был определен по формуле:

$$\mathcal{E}_Г = [C_c - (C_n + E_n \cdot K_m)] \cdot A_Г,$$

где  $C_c, C_n$  – стоимость работ до и после внедрения ДКТ, ден. ед.;

$E_n$  – нормальный коэффициент сравнительной экономической эффективности капитальных затрат;

$K_m$  – удельные капитальные вложения при использовании базовой и новой техники, ден. ед.;

$A_Г$  – годовой объем бурения зон поглощений, зон/год.

Результаты исследований показали, что применение ДКТ при бурении по породам V-VI категорий по буримости механическая скорость повышается на 14%, при этом уменьшается осевая нагрузка на 15-20%. Продолжительность смены принята одинаковой. Себестоимость работ при применении ДКТ снизилась на 12%.

**Выводы.** Таким образом, при применении ДКТ для бурения с местной промывкой увеличивает механическую скорость бурения, что улучшает экономические показатели, в частности получен годовой эффект более 2000 грн./год с одной скважины и снижение себестоимости работ на 12%.

### Библиографический список

1. Бабук И.М. Инвестиции: финансирование и оценка экономической эффективности. Мн.: ВУЗ – ЮНИТИ, 1996.-257 с.
2. Пилипец В.И. Бурение скважин и добыча полезных ископаемых: В 2-х томах. Том 1. Учебник для вузов. – Донецк, 2010.-760 с.

ГЛОБА В.В., (ПФ)-10 В

Науч. руков.: Козлов В.П., к.э.н., доц.

ГВУЗ "Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского",

г. Донецк

### ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КРАТКОСРОЧНОЙ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УКРАИНЕ

*Изучены особенности формирования краткосрочной финансовой политики предприятий в Украине, проанализирована структура*

оборотных активов предприятий, разработаны предложения по повышению роли банковского кредитования в формировании краткосрочной финансовой политики предприятий.

**Актуальность.** К приоритетным задачам укрепления украинской экономики можно отнести обеспечение устойчивого экономического роста, повышение объема инвестиций, создание нормальной инфраструктуры ведения хозяйства, повышение уровня деловой активности, роста инвестиционного потенциала и др.

Осуществление перечисленных и других задач обеспечивается наличием финансовых ресурсов. Своевременное обеспечение деятельности предприятия финансовыми ресурсами в количестве, обеспечивающем нормальную платёжеспособность, зависит от краткосрочной финансовой политики предприятия. Разработка краткосрочной финансовой политики и основных направлений её реализации позволит сформировать соответствующие программы развития и создать фундамент для устойчивого развития предприятий, подъёма экономики.

**Цель исследований.** Анализ структуры оборотных активов предприятий и теоретическое обоснование повышения роли банковского кредитования в формировании краткосрочной финансовой политики предприятия.

**Основная часть.** Вопросы формирования краткосрочной финансовой политики предприятия, управления оборотными активами достаточно полно освещены в трудах таких учёных, как В.Г. Когденко, С.А.Мицех, И.А. Бланк. Однако теоретические положения, изложенные в их работах и сделанные практические выводы показывают, что отдельные вопросы в сфере краткосрочной финансовой политики, особенно связанные с кредитными взаимоотношениями с банками, недостаточно исследованы и требуют дополнительного изучения.

Как показывают статистические данные, на предприятиях Украины эффективность размещения финансовых активов, на примере оборотных активов постоянно ухудшается. В целом по предприятиям Украины за последние годы структура оборотных активов по отдельным статьям существенно не изменилась. Так, запасы товарно-материальных ценностей уменьшились с 23,9% в 2005 году до 23,5% в 2010 году. Удельный вес денежных средств в общей сумме оборотных активов увеличился с 3,5% в 2005 году до 7,7% в 2010 году. Такая тенденция является неблагоприятной, так как увеличилась та часть денежных средств, которая отвлекается из оборота.

Дебиторская задолженность в общей сумме оборотных активов предприятий за период с 2005 по 2010 год остаётся очень высокой – более 60%. В результате этого ухудшается расчётно-платёжная дисциплина между предприятиями, происходит отвлечение из оборота значительной

дата	добыча угля	добыча энергетическог угля	добыча коксующегося угля	зольность	производительные мощности	использование мощностей	численность работающих	численность работающих по добыче
1990	150	85	65	29	200	72	905	540
1991	135,6	80	55,6	29,8	190	70	870	510
1992	122	73	49	30	180	68	825	490
1993	110	65	45	31	165	64	790	470
1994	95	58	37	32	150	61	750	438
1995	81	50	31	33	140	59	710	420
1996	74,8	45	29,8	34	130	58	690	400
1997	73	41	32	35	120	60	625	370
1998	80	40	40	35,5	112	66	600	360
1999	88	41	47	36	110	70,5	560	314
2000	89,3	42	47,3	36,5	110,3	72	530	300
2001	89	42	47	37	110,7	71	490	280
2002	88	43	45	37,5	114	69	445	250
2003	85	44	41	37,9	120	67	400	230
2004	82	45	37	37,5	122	64	354	213
2005	80	46	34	38,1	128	61	310	200
2006	78	47	31	38,5	130	58	280	180
2007	75	48	27	39	134	56	230	165
2008	72	50	22	39,5	136	54	180	150
2009	69	51	18	40	138	52	130	135

Рисунок 1. Данные, характеризующие работу угольного предприятия в аналитической платформе Deductor Academic

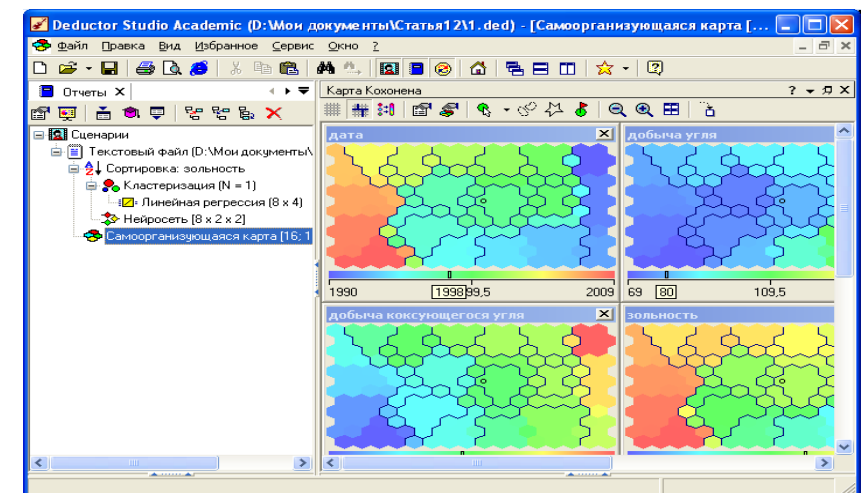


Рисунок 2. Пример анализа данные, характеризующие работу угольного предприятия в аналитической платформе Deductor Academic

Дальнейший анализ, по сути, становится «делом техники» и легко осуществляется в рамках алгоритмов анализа, которые предоставляются аналитической платформой Deductor (рис. 2).

Можно, например, выполнить факторный анализ (рис. 3) и показать, что работа угольного предприятия характеризуется тремя значимыми

причинами, и избавиться от этого, применяя какие-либо административные или организационные методы, невозможно

**Прогнозирование.** Прогнозирование - одна из наиболее востребованных задач анализа. В Deductor включено несколько механизмов построения прогностических моделей, в том числе с использованием самообучающихся алгоритмов. Но кроме этого в системе имеются механизмы очистки данных, которые приносят особенно большую пользу при решении задачи прогнозирования. Имеющийся набор позволяет получать качественные прогнозы и обладает большими возможностями по адаптации, т.е. способен подстраиваться под изменяемую ситуацию.

**Моделирование.** Построение моделей - наиболее универсальный способ анализа. В действительности при анализе мы в том или ином виде всегда имеем некую модель исследуемого процесса или объекта. Но не всегда эта модель формализована, т.е. описана таким образом, чтобы ей мог воспользоваться кто-то в режиме "черного ящика": подали данные на вход, а на выходе получили результат.

**Анализ "что-если".** При помощи Deductor можно не только строить модели, но и провести анализ по принципу "что-если", т.е. оценить, как может измениться тот или иной показатель при изменении любого влияющего фактора. Для реализации этого простого в использовании и одновременно мощного механизма предназначен специальный визуализатор. При этом не имеет значения, каким способом производилось построение модели, работа со всеми алгоритмами выполняется одинаково. Результаты можно просмотреть как в табличном, так и в графическом виде. Такого рода механизмы анализа являются готовым инструментом для оптимизации экономических процессов.

Рассмотрим пример использования Deductor для анализа данных, характеризующих работу угольного предприятия.

Данные [3] которые изначально представлены в Excel были конвертированы в txt-формат а затем успешно экспортированы в платформу Deductor Academic рис. 1. Кстати, можно также отметить, что применение аналитической платформы Deductor Academic не требует получения какой-либо лицензии.

суммы средств, которые оседают на счетах.

Аналогичная ситуация с состоянием оборотных средств предприятий прослеживается и в Донецкой области. Результаты анализа, проведенного на основании материалов Главного управления статистики в Донецкой области свидетельствуют, что в структуре оборотных средств по состоянию на 31.12.2010 года производственные запасы составляли 8,3%, другие оборотные средства – 7,9%, готовая продукция – 5,8%, денежные средства – 4,6%, текущие биологические активы – 0,2%, дебиторская задолженность – 73,2%. В составе дебиторской задолженности большую долю занимает задолженность за товары, работы и услуги – 47,1%; 3,6% приходится на задолженность с бюджетом и 22,5% - на прочую дебиторскую задолженность [1].

Результаты анализа свидетельствуют о том, что краткосрочная финансовая политика предприятий является недостаточно эффективной, текущее управление оборотными активами не позволяет повышать конкурентоспособность предприятия. Недостаток оборотных активов из-за их отвлечения в дебиторскую задолженность является одной из наиболее острых экономических проблем развития украинской экономики на современном этапе.

В этих условиях растёт роль банковского кредитования в формировании краткосрочной финансовой политики предприятия. Остро ощущается потребность в денежных ресурсах, обеспечении концентрации капитала для повышения темпов производства и управляемости. Низкая рентабельность является следствием устаревших технологий и отсутствия возможности её увеличения за счёт доли прибыли в цене: продукция станет неконкурентоспособной по сравнению с более качественными импортными аналогами. Внедрение же технологий требует средств.

При выборе предприятием банка для кредитного обслуживания необходимо учитывать приоритетные критерии: перечень и качество предоставляемых банком услуг, тарифы, скорость обслуживания, рекомендации партнёров, филиальная сеть банка, имидж банка. Основными целями, преследуемыми предприятием при выборе банка для кредитного обслуживания должны быть: снижение затрат на банковское обслуживание, увеличение количества и качества получаемых банковских услуг, улучшение их качества [2].

Предприятиям в современных условиях для развития кредитных взаимоотношений с банками необходимо [3,4]:

- проводить активную работу с кредиторской задолженностью с точки зрения величины и сроков, не допускать просрочек по выплатам и поставкам, при необходимости реструктурировать посредством краткосрочных кредитов;

- проводить активную работу с дебиторами для исключения просрочек и возникновения безнадёжной задолженности, так как это

снижает её реальную стоимость;

- контролировать ликвидность, особенно в части запасов готовой продукции, материалов и полуфабрикатов. Активно работать с финансовыми посредниками при наличии финансовых активов в виде ценных бумаг, что помогает снижать риски и себестоимость таких операций;

- обеспечивать высокое качество информации о деятельности предприятия, в том числе путём повышения прозрачности и ясности в бухгалтерском учёте и отчётности.

В настоящее время, не смотря на огромные достижения в совершенствовании средств информационного обеспечения, проблема качества, полноты и достоверности информации остаётся актуальной.

**Выводы.** Таким образом, банковское кредитование должно играть более значимую роль в формировании краткосрочной финансовой политики предприятий Украины на основе новых подходов к организации кредитных взаимоотношений между банком и предприятием.

#### Библиографический список

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.

2. Бланк И.А. Управление активами. / Бланк И.А. – К.: «Ника-Центр», 2000.–720 с.

3. Когденко В.Г. Краткосрочная и долгосрочная финансовая политика. / Когденко В.Г., Мельник М.В., Быковников И.Л. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 471 с.

4. Мицех С.А. Краткосрочная финансовая политика на предприятии. / Мицех С.А. – М.: Кнорус, 2007. – 248 с.

ЩЕРБАКОВА К.О., ст. гр. ЕПР-09

Наук. керівн.: Моїсєєва Ю.Ю., асист.

ДВНЗ «ДонНТУ» Красноармійський індустріальний інститут,  
м. Красноармійськ

#### ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ДОНЕЦЬКОМУ РЕГІОНІ

*Изучены инвестиционная привлекательность и инвестиционный климат Донецкого региона, определены приоритетные направления развития инвестиционной деятельности региона.*

**Актуальність.** На сьогоднішній день інвестиційна діяльність являє собою передумову та основний чинник розвитку регіону. В сучасних

пользователя и предназначенная для просмотра подготовленных при помощи Deductor Studio отчетов.

Deductor предназначена для решения широкого спектра задач, связанных с обработкой структурированных и представленных в виде таблиц данных. При этом область приложения системы может быть практически любой - механизмы, реализованные в системе, с успехом применяются на финансовых рынках, в страховании, торговле, телекоммуникациях, промышленности, медицине, в логистических и маркетинговых задачах и множестве других.

Кратко рассмотрим наиболее распространенные классы задачи, на решение которых рассчитан Deductor:

Системы отчетности. В Deductor включено многомерное хранилище данных Deductor Warehouse, позволяющее быстро создавать системы корпоративной отчетности - финансовой, аналитической, маркетинговой и т.д. Хранилище данных решает задачи консолидации, обеспечения целостности и непротиворечивости данных. Оно оптимизировано для обработки больших объемов данных, поэтому при работе с системой задержки, связанные с загрузкой и сохранением информации, сведены к минимуму.

Благодаря наличию большого набора визуализаторов хранящиеся в Deductor Warehouse данные можно просматривать различными способами: в виде OLAP кубов, таблиц, диаграмм, гистограмм и т.д.

Data Mining проекты. Data Mining - это процесс извлечения из исходных данных ранее неизвестных, нетривиальных и практически ценных зависимостей (знаний). Сфера применения Data Mining не ограничена одной прикладной областью. Он может применяться везде, где возникает потребность в глубоком анализе данных, хотя чаще всего речь идет об анализе коммерческой информации. Среди множества задачи, решаемых при помощи методов Data Mining, можно выделить такие:

Анализ и управление рисками;

Оценка кредитоспособности физических и юридических лиц;

Определение профилей клиентов, т.е. наиболее характерных особенностей их поведения;

Промышленная диагностика, обнаружение источников и причин возникновения дефектов;

Идентификация критических ситуаций;

Стимулирование продаж;

Сегментация клиентов, продуктов, услуг;

Оценка факторов, влияющих на лояльность клиентов и множество других...

Очистка данных. Очистка данных даже без последующей обработки сама по себе представляет значительный интерес. На практике исходные данные чаще всего бывают плохого качества. Это связано с объективными

БОДЯКИНА Е., ст. гр. МЭД 08  
Науч. руков.: Овсянников В.П., к.т.н., доц.  
ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",  
г. Донецк

## ПРИМЕНЕНИЕ АНАЛИТИЧЕСКОЙ ПЛАТФОРМЫ DEDUCTOR ДЛЯ АНАЛИЗА ДАННЫХ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ РАБОТУ УГОЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

*Приведены основные сведения о функциональных возможностях аналитической платформы Deductor. Рассмотрен пример использования этой системы для анализа данных, характеризующих работу угольного предприятия.*

**Актуальность.** Deductor [1, 2] является аналитической платформой - предназначенной для создания законченных прикладных решений в области анализа данных. Реализованные в Deductor технологии позволяют на базе единой архитектуры пройти все этапы построения аналитической системы от создания хранилища данных до автоматического подбора моделей и визуализации полученных результатов.

**Цель исследования.** Привести основные сведения о функциональных возможностях аналитической платформы Deductor. Показать эффективность этой системы на примере анализа данных, характеризующих работу угольного предприятия.

**Основная часть.** Deductor состоит из пяти частей:

Deductor Warehouse - многомерное хранилище данных, аккумулирующее всю необходимую для анализа предметной области информацию. Использование единого хранилища позволяет обеспечить непротиворечивость данных и централизованное хранение, а также автоматически обеспечивает всю необходимую поддержку процесса анализа данных.

Deductor Studio - программа, реализующая функции импорта, обработки, визуализации и экспорта данных. Deductor Studio может функционировать и без хранилища данных, получая информацию из любых других источников, но наиболее оптимальным является их совместное использование. В Deductor Studio включен полный набор механизмов, позволяющий получить информацию из произвольного источника данных, провести весь цикл обработки (очистку, трансформацию данных, построение моделей), отобразить полученные результаты наиболее удобным образом (OLAP, таблицы, диаграммы, деревья и т.д.) и экспортировать их в наиболее распространенные форматы.

Deductor Viewer - программа, ориентированная на конечного

умовах глобалізації та постійного росту конкуренції будь-який регіон бореться за залучення інвестицій та сприятливий інвестиційний імідж. Інвестиційний клімат регіону характеризується системою інвестиційного потенціалу, ризиків регіону та визначає інвестиційну привабливість для інвесторів.

Проблеми інвестиційного клімату та інвестиційної привабливості викладено в роботах таких вчених: І.О.Бланк, О.І. Бутенко, О.В.Гаврилюк, Н.М. Гуляєва, А.С. Музиченко, А.А. Пересада, Д. Черваньов, Б.М. Щукін. Але дані питання потребують постійного дослідження.

**Мета дослідження.** Визначення пріоритетних напрямів розвитку інвестиційної діяльності Донецького регіону.

**Основна частина.** Оцінка та прогнозування інвестиційної привабливості регіону показують можливості забезпечення зростання темпів розвитку регіону, що є об'єктивною необхідністю сьогодення. Інвестиційна привабливість регіону визначає напрямки інвестування для розробки інвестиційних проектів з врахування ресурсного потенціалу даного регіону [5].

Донецька область займає провідні позиції серед регіонів України за показниками інвестиційної діяльності, однак обсяги інвестиційних надходжень не є достатніми. Інвестиційний клімат Донецької області відрізняється рядом традиційно привабливих сторін, до яких можна віднести значні природні ресурси (12% запасів України в цілому, вугленосні площі становлять понад 50 тис. км<sup>2</sup> і зосереджують близько 98% запасів кам'яного вугілля України) та науково-технічний потенціал, кваліфіковану робочу силу з високим рівнем базової освіти, недостатньо насичений ринок виробничих і споживчих товарів і послуг, відносно невисокий рівень конкуренції. Поряд із тим, інноваційна та ділова інфраструктура у сфері інвестування є недостатньо розвиненими, що гальмує надходження інвестицій до регіону. За таких умов постає необхідність визначення основних засад інвестиційної політики Донецької області та шляхів її впровадження з урахуванням регіональних особливостей [2].

Надзвичайно важливою для Донецької області є правильно збудована інвестиційна політика, тому що тут зосереджений могутній виробничо-ресурсний потенціал, для якого є характерним достатньо високий рівень морального та матеріального зносу. Галузями економіки, пріоритетними для інвестування, є металургія, вугільна промисловість, хімічна промисловість, сільське господарство, харчова промисловість, машинобудування, виробництво та розподіл електроенергії. Поряд із цим, слід спрямовувати значні обсяги коштів на розвиток соціальної, інтелектуальної та інноваційної інфраструктури. Капіталовкладення в соціально-економічний розвиток регіону допоможе у розв'язанні численних екологічних проблем, що є наслідками активної діяльності

великих промислових груп [2].

Серед переваг інвестування в Донецьку область слід відзначити наступні: доступ до великих світових ринків; Донецька область є найбільшим промисловим центром України; світовий рівень наукових досліджень і розробок; наявність досвіду роботи з інвесторами; висококваліфікована робоча сила; доступні ціни на нерухомість тощо.

Говорячи про можливості економічного розвитку регіону, слід відзначити залучення іноземного капіталу. Станом на 1 січня 2012 року прямі іноземні інвестиції отримали 660 підприємств Донецької області з 60 країн світу. Найбільшими інвесторами є Сполучені Штати Америки, Кіпр, Великобританія, Німеччина, Нідерланди, Російська Федерація, Австрія, Польща [4].

Значна частина іноземних інвестицій Донецької області (84%) зосереджена в 5 містах (Донецьк, Макіївка, Артемівськ, Маріуполь, Єнакієво). Усунення диспропорції розподілу іноземного капіталу вкрай необхідне для повноцінного розвитку всіх міст і районів області. У регіоні здійснюють свою діяльність більш 2000 найкрупніших в Україні, СНГ та в світі підприємств. Найбільш ефективні компанії, що інвестують в регіон: ТОВ «Комбінат «Каргіл», ЗАТ «Лафаржгіпс», ТОВ «Кнауф гіпс Донбас», фірма «ХайдельбергЦемент України», ЗАТ «Зевс Кераміка» та ін.

Той факт, що для Донецької області характерна значна концентрація бізнесу, має приваблювати інвестора. Проте перспективи для нього залишаються не досить сформованими та нечіткими. Слід наголосити, що головну роль відграють саме очікування з боку інвестора. На даний момент ніхто не може надати гарантій. Цілком можливо, що, вклавши гроші, інвестор матиме певні проблеми у вигляді судових процесів, бюрократичної тяганини чи «змін правил під час гри». Крім того, не можна не враховувати негативний досвід деяких інвесторів [3].

Провідною сферою Донеччини є вуглевидобуток. Безумовно ця галузь є пріоритетною для інвестування. Вугільна галузь не має власних інвестиційних ресурсів, оскільки є хронічно збитковою, а її діяльність постійно фінансово підтримується за рахунок державного бюджету. Вугільна промисловість має застарілий шахтний фонд, шахти потребують реконструкції і технічного оновлення, необхідно нове будівництво для поповнення потужностей, які ліквідуються. У зв'язку з цим, великого значення набуває сприяння поліпшенню інвестиційного клімату у вугільному секторі, а саме:

підвищення ліквідності вуглевидобувних підприємств – закриття неперспективних шахт, проведення реструктуризації заборгованостей, проведення реконструкції шахт;

завершення корпоратизації підприємств і створення ефективних холдингових компаній і об'єднань;

використання способів приватизації, що створять сприятливі умови

Безумовно, для моделювання угольної шахты основним (базовым) останется математический и экономико-математический метод моделирования. Далее всё зависит от целей и ожидаемого результата. Будущее моделирования угольных шахт состоит в синергизме тех подходов, которые были описаны выше, т.к. каждый метод моделирования имеет свои плюсы и минусы, а угольная шахта - это большая система, состоящая из малых подсистем и процессов, поэтому адекватное моделирование на основе одного метода невозможно.

#### Библиографический список

1. Стургул Д., Конюх В.Л. Компьютерная имитация горных работ // Горный вестник. – 1998. – №1. – С. 77–81.
2. Конюх В. Л. Имитация вариантов ведения горного производства на персональном компьютере//Топливо-энергетический комплекс и ресурсы Кузбасса. – 2003. №2/11. –С. 121-123.
3. Конюх В.Л. Компьютерное моделирование динамики горных работ // Горный журнал. Изв. вузов. – 2002. – №6. – С. 16–24.
4. Гречишкин П.В., Михайлишин А.Ю. Имитационное моделирование работы очистного забоя угольной шахты// Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции «Научное творчество молодежи» (16-17 апреля 2004 г., Анжеро-Судженск). Томск, 2004. С. 28-29.
5. Михайлишин А.Ю. Разработка научно-методического обеспечения для имитационного моделирования функционирования сложных систем// "Открытое и дистанционное образование". Научно-методический журнал, – 2002. – №4(8). С. 34–35.
6. Цвиркун Л.И. Оптимизация производственных процессов.- Севастополь: Из-во СевГТУ, 2007.- Вып.10.- С.81-85.
7. Koenigsberg E. Cyclic Queues//Operations Research Quart. – 1958. – Vol. 9, №1. – P. 22–35.
8. Елманова Н. Инструменты моделирования бизнес-процессов. Часть 1. Инструменты компании QPR [Электронный ресурс] // Компьютер Пресс: научн. журн. 2008. №7. Режим доступа: <http://www.compress.ru/article.aspx?id=19293&iid=895>.
9. Программное обеспечение для моделирования месторождений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://geosoft.dn.ua>.

в случае ветвления выполнения процесса, законами распределения времени, выполнения различных шагов процесса и другими характеристиками. В процессе же выполнения имитационного моделирования для каждого экземпляра имитируемого процесса генерируются случайные данные в соответствии с выбранными вероятностями, законами распределения и частотами. Если данные для имитационного моделирования выбраны корректно, результаты моделирования и статистические данные, полученные на их основе, и есть та информация, исходя из которой можно принимать решения о внесении изменений в процесс с целью повышения его эффективности, оптимизации временных издержек, расхода денежных средств и ресурсов [8].

Современным методом моделирования угольной шахты так же является *метод пространственного моделирования*. Суть пространственного моделирования заключается в том, что результаты выполненных работ по прохождению горных выработок и отработка полезного ископаемого отображаются графически в 3D модели угольного месторождения с увязкой в пространстве и во времени. Имея на угольном предприятии 3D модель угольного месторождения, значительно снижается вероятность ошибки заложения горных выработок геологическим отделом на этапе проектирования.

С помощью программы 3D Mine [9] была разработана пространственная модель угольного месторождения и сети выработок ныне действующих и запланированных одной из шахт Донецкой области.

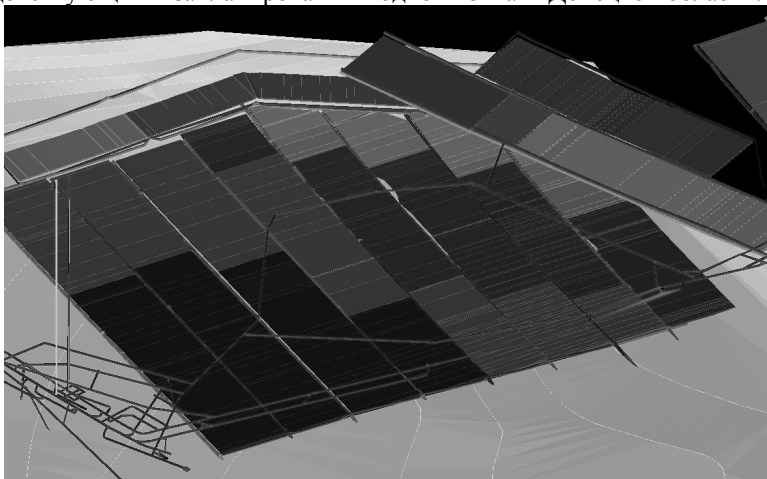


Рисунок 1. 3D модель угольного пласта и сети горных выработок

**Выводы.** Приводится небольшая часть тех методов моделирования, которые применяются или могут применяться на угольных шахтах.

для притоку інвестицій – додаткова емісія та продаж акцій;

залучення інвестиційних партнерів із металургії та енергетики.

Також слід зазначити, що для Донецького регіону важливим є залучення інвестицій на охорону навколишнього середовища.

Для покращення інвестиційного клімату державним інституціям, насамперед, потрібно розробити надійні закони щодо гарантування прав інвестора та механізми стимулювання інвестицій. Необхідно також розробити дієві механізми контролю над використанням державних інвестицій. Одним із найдієвіших напрямків покращення інвестиційної привабливості галузі є вивільнення від «безнадійних» потенційно збиткових підприємств. При виборі можливостей створення нових робочих місць основну увагу треба приділяти забезпеченню інвестиціями розвитку великих підприємств, навколо яких доцільно створювати мережу середніх і малих підприємств, що задовольняють його потреби.

**Висновки.** Таким чином, підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості економіки повинно стати стратегічним завданням. У цілому, до першочергових завдань інвестиційного розвитку Донецької області належать:

- підвищення інвестиційної привабливості регіону.
- здійснення структурно-інноваційної перебудови економіки області.
- подолання диспропорцій розвитку територій області.

Найголовнішим завданням інвестиційного розвитку Донецького регіону потрібно стати сприяння поліпшенню інвестиційного клімату області.

#### Бібліографічний список

1. Привабливість регіону для інвестицій. Ліпанова О.А. Розвиток економічного та соціального середовища в сучасних умовах [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://bdpu.org/scientific\\_published/conf021009](http://bdpu.org/scientific_published/conf021009).
2. Гаврилук О.В. Інвестиційний імідж та інвестиційна привабливість України // Фінанси України. — 2008. — №2 (147). — С.68-81.
3. Донеччина. Сучасний вимір. Книга друга. Загальна редакція, передмова – В.І. Мозговий, відповідальний за випуск В.П. Безродний, 2007. – 256 с.
4. <http://www.donetskstat.gov.ua>.

СУХОРУКОВ А.М., БЛОХІНА І.С., ст. гр. МОА-11м  
Наук. керів.: Лизунова О.М., к.е.н., доц.  
ДВНЗ «ДонНТУ» Красноармійський індустріальний інститут,  
м. Красноармійськ

## ГЕНДЕРНА ДИСКРИМІНАЦІЯ ЯК ОСНОВНА ПЕРЕШКОДА ПРИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННІ ЖІНОК В УКРАЇНІ

*Вивчена проблема гендерної дискримінації на ринку праці в Україні, проаналізовані основні показники економічної активності населення за статеву ознакою.*

**Актуальність.** В наш час проблеми працевлаштування жінок безперечно зростають. Це відбувається через загострення проблеми працевлаштування взагалі і набувають першочергового значення в умовах ринкової економіки і важкої економічної кризи в Україні. Кількість безробітних зростає з кожним роком, змінюється структура виробництва, форми власності, вимоги до професійно - кваліфікаційного рівня працівників. Разом з тим в умовах кризи постійно знижується рівень життя населення, через це зростає попит на робочі місця, і одночасно з цим зменшується кількість новостворених робочих місць.

Багато політиків і економістів як українських, так і іноземних зосереджують свою увагу саме на проблемах працевлаштування жінок, як великої частини суспільства, права якої менш захищені.

**Мета дослідження.** Дослідження теоретичних аспектів гендерної дискримінації та аналіз проблеми працевлаштування жінок за сучасних умов.

**Основна частина.** Дана проблема дослідження визначається певним протиріччям, що склалося у сфері зайнятості жінок. Воно полягає в тому, що, з одного боку, ринкова модель і конституційний принцип прав дозволяє вільно розвиватися жіночій ініціативі та самостійності, а з іншого боку, жінки виявляються менш захищеними у сфері праці, що робить їх низькоконкурентною робочою силою.

Як правило, метою розвитку будь-якої економічної системи є прагнення до найбільш повної і при цьому ефективної зайнятості жінок як складової всього економічно активного населення країни. Але практика проведення економічних реформ показала, що за відсутності адекватної системи заходів державного регулювання зайнятості, жіноча частина трудових ресурсів першою витісняється на периферію ринку праці або взагалі за його межі [1, с. 68].

В цьому випадку посилюється прихована та явна дискримінація жінок і гендерна сегментація ринку праці. Найвагомішу частку вільних робочих місць, які проходять через центри зайнятості, складають робітничі

угольної шахты, рассчитать оптимальные параметры. Для расчета оптимальных значений параметров исследуемых объектов или процессов их ЭММ исследуются с помощью математического программирования на ПК.

В настоящее время на угольных шахтах применяются два способа математического моделирования: аналитический и вероятностный. Первый предполагает точное математическое описание строгих детерминированных систем. Второй, позволяет получать не однозначные решения, а вероятностную характеристику (например, параметры какого-нибудь производственного процесса). В любом случае для построения модели необходимо изучить моделируемую систему, описать её математически, выбрать критерий оптимальности, составить алгоритм проверки на оптимум, создать программу реализации алгоритма на ПК.

Как показывает практика, математическое моделирование занимает одно из ведущих мест в горно-экономическом анализе. С его помощью определяются:

- оптимальный режим горного оборудования;
- наилучшие параметры реконструкции и строительства угольных шахт;
- оптимальный режим работы шахты;
- оптимальный объем добычи на шахту и многое др.

Математические и экономико-математические подходы к моделированию угольной шахты широко применяются как в планировании, так и в управлении и проектировании.

Однако угольная шахта как промышленный объект является очень сложной системой, технологические процессы в которой должны быть увязаны друг с другом в пространстве и во времени.

Так благодаря развитию компьютерных технологий стало возможным применение метода *имитационного моделирования* угольной шахты. Вопросы разработки имитационного моделирования занимают многие ученые Украины, России и зарубежья. В своих работах они предлагают как методики для разработки имитационных моделей, так и сами модели [1-6].

Имитационное моделирование основано на воспроизведении с помощью ПК развернутого во времени процесса функционирования системы с учетом взаимодействия с внешней средой. В 1958 г. имитационное моделирование впервые было применено для планирования бурения, взрывания, погрузки и крепления в забоях угольной шахты [7].

*Имитационное моделирование* — это процесс имитации выполнения различных экземпляров одного и того же процесса. Перед выполнением имитационного моделирования модель процесса снабжается данными, необходимыми для выполнения имитации, например частотами наступления тех или иных событий, вероятностями того или иного исхода



ФЕФЕЛОВ В.В., асп.  
ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",  
г. Донецк

## ПОДХОДЫ К МОДЕЛИРОВАНИЮ УГОЛЬНОЙ ШАХТЫ

*Исследованы современные подходы к моделированию угольной шахты и подходы моделирования, применяемые в практике. Описаны основные свойства и достоинства подходов моделирования угольной шахты.*

**Актуальность.** Угольная шахта представляет собой сложную динамическую систему, управление которой затруднено из-за изменчивости множества случайных факторов внешней и внутренней среды. Один из путей повышения эффективности управления угольной шахтой - моделирование её подсистем и процессов и исследование влияния различных возмущающих и управляющих факторов на модели.

**Цель исследования.** Изучить реализуемые на практике и современные разработки подходов к моделированию угольной шахты.

**Основная часть.** Моделирование угольной шахты позволяет изучить объекты и процессы, прямой эксперимент над которыми затруднен в силу горно-геологических, экономических или вообще затруднен в силу тех или иных причин. Моделирование угольной шахты можно классифицировать по характеру моделируемых объектов, средствам или уровням. Различают предметное и знаковое моделирование.

При *предметном моделировании* строятся модели, в которых отражаются геометрические, физические, динамические и функциональные характеристики оригинала.

При *знаковом моделировании* построенными моделями служат: схемы, чертежи, формулы, слова и предложения, графики. Главным видом знакового моделирования является *математическое моделирование*, которое осуществляется с помощью языка математики и логики. В настоящее время этот подход к моделированию реализуется с помощью ПК, ранее ЭВМ (компьютерное моделирование, ранее машинное моделирование).

В настоящее время математическое моделирование, применяемое на угольных шахтах, является практически единственным инструментом изучения горно-геологических, горнотехнических и горно-экономических факторов. Объектами моделирования выступают технологические процессы, материальные потоки, кадры и многое другое. Одной из важнейшей разновидностью математического моделирования угольных шахт является *экономико-математическое моделирование (ЭММ)*, с помощью которого можно определить эффективность функционирования

специальности, а большинство жінок, що зареєстровані у службах зайнятості, - це особи з вищою та незакінченою вищою освітою, які претендують на посади службовців та спеціалістів. Саме це зумовлює знецінення освітньо-кваліфікаційного потенціалу українських жінок.

Також у даній ситуації при прийомі на роботу іноді спрацьовують гендерні стереотипи суспільства. Найбільш вираженою в Україні формою гендерної нерівності у сфері зайнятості є гендерна професійна сегрегація, негативним проявом якої є те, що жінки концентруються у тих секторах, де оплата праці є нижчою. Отже, значна частина робочих місць для жінок є у галузях, які не гарантують потрібного матеріального забезпечення [2, с. 97].

Гендерний дисбаланс також виявляється і у нерівному представництві жінок на керівних посадах та їх концентрації в найменш престижних галузях економіки і сферах діяльності. Все це є визнаним фактом сьогоденної України.

Аналізуючи проблему працевлаштування жінок, можна стверджувати, що важливими показниками, які характеризують стан жінок на ринку праці є економічна активність, зайнятість та безробіття.

За даними Державної служби статистики України розглянемо економічну активність населення у середньому за 2010 – 2011 рр. за статевою ознакою (табл. 1).

Таблиця 1  
Економічна активність населення у середньому за 2010–2011 рр. за статевою ознакою [3]

Розподіл населення за економічними категоріями	Жінки		Чоловіки	
	2010 р.	2011 р.	2010 р.	2011 р.
Економічно активне населення у віці 15-70 років - всього, тис.осіб	10 767,4	10 701,2	11 407,8	11 472,2
Зайняте населення у віці 15-70 років - всього, тис.осіб	10 042,8	9 967,6	10 358,4	10 458,5
Безробітне населення у віці 15-70 років - всього, тис.осіб	724,6	733,6	1 049,4	1 013,7

З таблиці 1 проаналізуємо зміну економічних категорій, які безпосередньо впливають на сучасне становище жінок на ринку праці.

Отже, бачимо, що економічно активне населення (жінки) у 2011 році порівняно з 2010 роком зменшилось на 66,2 тис. осіб (0,62%), зайняте населення (жінки) зменшилось на 75,2 тис. осіб (0,75%), безробітне населення (жінки) збільшилось на 9 тис. осіб, тобто на 1,22%. Це є негативним явищем, яке потребує негайної ліквідації.

Зворотна тенденція спостерігається на «чоловічому фронті», де економічно активне населення (чоловіки) збільшилось на 64,4 тис. осіб (0,56%), зайняте населення (чоловіки) збільшилось на 100,1 тис. осіб (0,96%), а безробітне населення (чоловіки) зменшилось на 35,7 тис. осіб, тобто на 3,4%. Хоча безробіття в однаковій мірі є проблемою як для жінок, так і для чоловіків, але з проведеного аналізу можна побачити певну гендерну сегментацію.

Для більш детального сприйняття побудуємо діаграму (рис. 1).

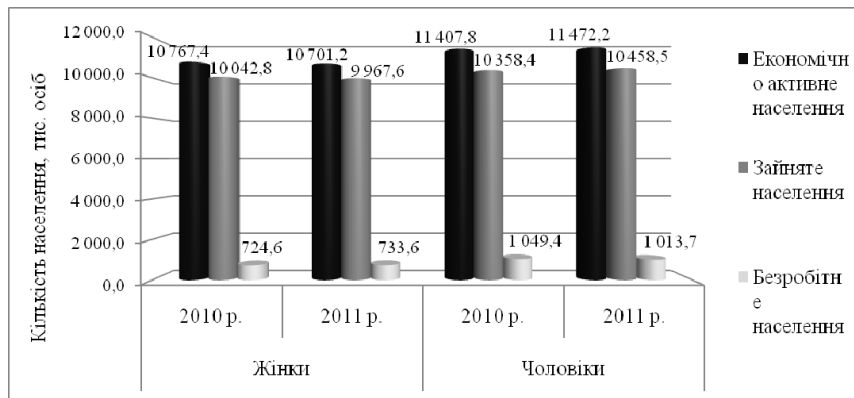


Рисунок 1. Порівняння економічної активності чоловіків та жінок у середньому за 2010–2011 рр.

**Висновки.** Таким чином, для українського суспільства, яке на даний час перебуває на стадії невизначеності та формування нових соціальних норм і життєвих стратегій, проблема гендерної нерівності у сфері зайнятості виявилася не повністю усвідомленою та вивченою.

Але на ринку праці в основному реалізується не пряма, а прихована дискримінація, яка виявляється в політиці найму та просування, і відображає гендерні переваги роботодавців по відношенню до певних робочих місць і видів діяльності.

На жаль сучасне українське законодавство не в змозі повною мірою забезпечити соціальну захищеність жінок та забезпечити виконання їх прав. Тому першим кроком для вирішення цієї проблеми на сучасному етапі повинен стати перехід з пасивної політики, яка спрямована на допомогу держави безробітним жінкам, до активної інвестиційної політики створення нових робочих місць, їх модернізації, перепідготовки незайнятого населення, спрямування на інтенсивний розвиток виробництва та впровадження інновацій.

Отже, державна політика щодо жінок має бути спрямованою на

промислових підприємств / І.Гурков, Е.Аврамова, В.Тубалов // Вопросы экономики. 2005. - №2. - С.40-52.

3. Ілляшенко С.М. Роль інновацій і інноваційної діяльності у соціально-економічному розвитку/С.М.Ілляшенко// Збірник наукових праць Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту. – 2011. - №2. – 90-101 с.

4. Коренков О.В. Управление потенциалом развития предприятий. Монография. – К.: ГРОТ, 2004. – 289 с.

5. Кристенсен К., Рейнор М. Решение проблемы инноваций в бизнесе. Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост. Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. - 290 с.

6. Чухрай Н., Патора Р. Інновації і логістика товарів: Монографія. – Львів: Видавництво Нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2001. – 264 с.

7. Фатхутдинов Р.А. Система менеджмента: Учебно-практическое пособие. – М.: ЗАО «Бизнес-школа» Интел-Синтез, 1997. – 352 с.

8. Федулова І.В. Теоретичне обґрунтування сутності інноваційного потенціалу / І.В. Федулова // Галицький економічний вісник. – 2007. – №4(15). – С. 43-51.

9. Шумпетер И. Теория экономического развития. М.: Экономика, 1995.

10. Амоша А.И., Биренберг Б.М., Кабанов А.И. Методические подходы к управлению инновационными процессами в угольной промышленности Украины/НАН Украины. ИЭП. — Донецк, 1999. — 39с.

11. Дудка Л.О. Державний інструментарій регулювання інноваційного розвитку вугільної промисловості / Л.О. Дудка // Науковий вісник Академії муніципального управління / За заг. ред. В.К. Присяжнюка, В.Д. Бакуменка. – К.: Видавничо-поліграфічний центр Академії муніципального управління, 2009. – С. 149-157.

12. Коберник В.В. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку вугільної галузі / В.В. Коберник // Економіка і управління. – 2008. – №2 (40). – С. 51-54.

13. Добров Г.М., Тонкаль Е.В., Савельев А.А. Научно-технический потенциал: структура, динамика, эффективность. – К.: «Наукова думка», 1987. – 347 с.

Донбассе и проблему снижения техногенной нагрузки на окружающую среду благодаря уменьшению выбросов загрязненных шахтных вод. Очищенную воду используют как для нужд самого угледобывающего предприятия - пожаротушения, водоснабжения душей и прачечных, так и для технического водоснабжения предприятий: автотранспортных, металлургических, изготовление строительных материалов, коксохимии и др.

Еще одним из наиболее распространенных способов диверсификации производства в угольной промышленности является промышленная утилизация метана с целью его использования как энергетического ресурса и снижения выбросов вредных веществ в атмосферу, так как метан превосходит углекислый газ в 21 раз по парниковому эффекту.

На сегодняшний день становится актуальным еще один способ диверсификации - шахтный туризм. Учитывая приближение значительного притока туристов, посещающих Донецк в связи с грядущим чемпионатом Европы по футболу 2012 года, этот вид деятельности может стать полноценным видом экономической деятельности угольных предприятий, однако на ограниченный срок.

Среди перечисленных направлений инновационного потенциала угольного предприятия выделены наиболее перспективные, которые были классифицированы на основе технологических инноваций и инновационных бизнес процессов. В виде технологических инноваций предлагается применение нового высокопродуктивного импортного оборудования для неблагоприятных горно-геологических условий (пластов малой мощности), а также приобретение оборудования по утилизации метана – когенерационных установок и оборудования по очистке шахтных вод. В виде инновационных бизнес процессов предлагается внедрение внешнеэкономической деятельности, реализация неиспользованных для собственных нужд произведенных ресурсов (воды, тепловой и электроэнергии) а также реализация сокращенных единиц выбросов парниковых газов (квот).

**Выводы.** Таким образом, предложены направления инновационной деятельности угольного предприятия, которые классифицированы на основе разделения на технологические инновации и инновационные бизнес-процессы. В результате реализации комплекса мероприятий по развитию инновационного потенциала предприятия возможно получение экономических, социальных и экологических выгод.

#### Библиографический список

1. Валдайцев С.В. Менеджмент технологических инноваций / Под ред. С.В. Валдайцева и Н.Н. Молчанова. — СПб.: Изд-во СПбГУ, 2004. — 150 с.
2. Гурков И. Конкурентоспособность и инновационность российских

створення таких умов життя, за яких вони могли б своєю працею та силами забезпечити оптимальні і рівні можливості з чоловіками для реалізації власного потенціалу і розвитку особистості.

#### Бібліографічний список

1. Петрова І.С. Загострення проблеми прихованого безробіття/І.С.Петрова // Економіка України. – 2007. – №3. – 68 с.
2. Гендерні стратегії сталого розвитку України / за наук. ред. Л.С.Лобанової. – К.: Фенікс, 2004. – 432 с.
3. Державна служба зайнятості України/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dcz.gov.ua/control/uk/statdatacatalog/list>.

ГИМАДИНОВА А.Д., ст.гр. МПР-11

Науч.руков.: Ровт Э.П., ассист.

ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",

г. Донецк

#### ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

*Исследован инвестиционный рынок Украины и тенденции его развития.*

**Актуальность.** В рыночных условиях хозяйствования оценка целесообразности инвестиций приобретает важное значение для всех субъектов предпринимательской деятельности. Эффективность инвестиционного процесса связана с оценкой и выбором наиболее привлекательных инвестиционных проектов из ряда альтернативных, которые обеспечивали бы в будущем максимальную прибыль. В реальных условиях хозяйствования инвестору приходится решать множество вопросов инвестиционного характера связанных, например, с разделом ограниченных инвестиционных ресурсов, оценкой инвестиционных проектов как с одинаковым, так и разным сроком реализации. Все большее значение в наше время приобретает инвестиционный рынок, где уже есть в наличии множество инвестиционных проектов и количество их безостановочно растет.

**Цель исследования.** Рассмотрены особенности инвестиционных ресурсов и развитие их в Украине.

**Основная часть.** Исследование проблем инвестирования экономики всегда находилось в центре внимания экономической науки. Это обусловлено тем, что инвестиции затрагивают самые глубинные основы хозяйственной деятельности, определяя процесс экономического роста в целом. В современных условиях они выступают важнейшим средством

обеспечения условий выхода из сложившегося экономического кризиса, структурных сдвигов в народном хозяйстве, обеспечения технического прогресса, повышения качественных показателей хозяйственной деятельности на микро- и макроуровнях. Активизация инвестиционного процесса является одним из наиболее действенных механизмов социально-экономических преобразований.

В системе воспроизводства инвестициям принадлежит важнейшая роль в деле возобновления и увеличения производственных ресурсов, а, следовательно, и обеспечении определенных темпов экономического роста. Если представить общественное воспроизводство как систему производства, распределения, обмена и потребления, то инвестиции, главным образом, касаются первого звена – производства, и, можно сказать, составляют материальную основу его развития.

Предприятия (фирмы) постоянно сталкиваются с необходимостью инвестиций, т.е. с вложением финансовых средств (внутренних и внешних) в различные программы и отдельные мероприятия (проекты) с целью организации новых, поддержания и развития действующих производств (производственных мощностей), технической подготовки производства, получения прибыли и других конечных результатов, например природоохранных, социальных и др. По финансовому определению, инвестиции – это все виды активов (средств), вкладываемых в хозяйственную деятельность в целях получения дохода (выгоды). По экономическому определению – расходы на создание, расширение или реконструкцию и техническое перевооружение основного и оборотного капитала. Это целевые банковские вклады, ценные бумаги, финансовые вложения в технологии, машины и оборудование, лицензии, имущественные права, интеллектуальные ценности. Одни вложения капитала будут влиять только на составляющие расходов, например на затраты, ведущие к снижению издержек, другие – как на доходы, так и на расходы.

Понятие инвестиционных ресурсов охватывает все произведенные средства производства, т.е. все виды инструмента, машины, оборудование, фабрично-заводские, складские, транспортные средства и сбытовую сеть, используемые в производстве товаров и услуг и доставке их к конечному потребителю. Процесс производства и накопления этих средств производства называется инвестированием.

Инвестиционные товары (средства производства) отличаются от потребительских товаров тем, что последние удовлетворяют потребности непосредственно, тогда как первые делают это косвенно, обеспечивая производство потребительских товаров. Фактически, по своему содержанию, инвестиции представляют тот капитал, при помощи которого умножается национальное богатство. При этом следует иметь в виду, что термин "капитал" не подразумевает деньги. Правда, менеджеры и

прямой поставкой потребителю за счет инновационного технического перевооружения угольных предприятий посредством размещения обогатительных фабрик на территории шахт;

3) улучшение логистики, поддержка и развитие транспортной развязки, а именно - расширение и модернизация железнодорожного покрытия территории и парка подвижных составов для перевозки угля;

4) применение специального оборудования для неблагоприятных горно-геологических условий (пластов малой мощности), с помощью которых достигается более высокое качество угля, а также становится возможна безлюдная выемка угля;

5) повышение безопасности производства, а также уровня его культуры за счет применения современного высокопроизводительного и высоконадежного импортного оборудования, применение комбинированной схемы проветривания с газоотсасывающими вентиляторами, что позволяет резко снизить травмоопасность проходческих работ и повысить надежность подземных горных выработок;

6) разработка и выполнение целевых многолетних программ комплекса работ по повышению эффективности производства путем полного технического перевооружения шахт по всем видам техники - добывающих, проходческих, транспортных, вспомогательных механизмов, обеспечивающих преобразование угледобывающих предприятий в предприятия нового уровня, способных развиваться в конкурентной среде;

7) объединение в ряде случаев все предприятия по добыче и переработке угля в угольные компании под единое управление;

8) осуществление работ по повышению квалификации и комплектности персонала и подготовки новых управленческих кадров для предприятий;

9) управление затратами по таким основным направлениям, как развитие маркетинга, уменьшение затрат на производство (снижение трудоемкости и материалоемкости), а также ассортиментная политика (приближение качества продукции к специфическим требованиям заказчика);

10) применение прогрессивных методов управления, таких как риск-менеджмент, контроллинг и др.

11) диверсификация видов деятельности и зон хозяйствования, что дает возможность получения дополнительной прибыли. Это направление характеризуется следующими особенностями: не требуется отвода новых территорий, повышается интенсивность использования материальных ресурсов, сокращаются энерго- и теплотребления на единицу произведенной продукции.

Одним из способов диверсификации для угольных предприятий является повторное использование шахтных вод. Это решает проблему дефицита водных ресурсов в маловодных регионах, в частности, на

**Основная часть.** Проблемой развития инновационного потенциала промышленного предприятия занимались многие отечественные и зарубежные исследователи, такие как С.Валдайцев [1], Гурков И. [2], С.Илляшенко [3], О.Коренков [4], Кристенсен К., Рейнор М. [5], Н.Чухрай [6], Р.А.Фатхутдинов [7], Л.Федулова [8], Й.Шумпетер [9] и другие.

Развитию потенциала в угольной промышленности посвящены работы таких авторов, как А.И.Амоша, Биренберг Б.М., Кабанов А.И. [10], Л.О.Дудка [11], В.В. Коберник [12], Г.М.Добров [13] и другие.

Но несмотря на широту раскрытия инновационных проблем еще остается круг нерешенных. В работах не рассмотрена внешнеэкономическая деятельность угольного предприятия как элемент инновационной деятельности, которая получила развитие в последние двадцать лет и не разработаны направления развития инновационного потенциала. С этой точки зрения целью данной статьи является разработка основных направлений развития инновационного потенциала угольных предприятий с целью повышения его конкурентоспособности на внешних рынках.

Инновационный потенциал подразумевает нововведения во всех сферах деятельности предприятия и тесно связан с другими разделами потенциала предприятия в рамках его классификации. В данном исследовании были выделены и проанализированы его следующие составляющие:

- производственный потенциал;
- экономический потенциал;
- финансовый потенциал;
- кадровый потенциал;
- инновационный потенциал;
- информационный потенциал;
- антикризисный потенциал.

На основе анализа и систематизации практического опыта и теоретических исследований в сфере реализации инноваций на угольных предприятиях определены следующие возможные направления инновационной деятельности:

1) применение принципиально нового оборудования, экологически чистых технологии, внедрение новых высокопродуктивных импортных комбайнов. Среди мероприятий, направленных на сохранение окружающей среды, основным для угольной промышленности является предотвращение попадания углекислого газа в атмосферу;

2) сокращение дополнительного времени на транспортировку ископаемых и повышение рациональности последовательности технологических звеньев - внедрение полной конвейеризации внутришахтного транспорта, что обеспечивает высокую пропускную способность, а также возможность выдачи из шахты обогащенного угля с

экономисты часто говорят о "денежном капитале", имея в виду деньги, которые могут быть использованы для закупки машин, оборудования и других средств производства. Однако, деньги, как таковые, ничего не производят, а, следовательно, их нельзя считать экономическим ресурсом. Реальный капитал – инструмент, машины, оборудование, здания и другие производственные мощности – это экономический ресурс, деньги, или финансовый капитал, таким ресурсом не являются.

Инвестиции – это то, что "откладывают" на завтрашний день, чтобы иметь возможность больше потреблять в будущем. Одна часть инвестиций – это потребительские блага, которые не используются в текущем периоде, а откладываются в запас (инвестиции на увеличение запасов). Другая часть инвестиций – это ресурсы, которые направляются на расширение производства (вложения в здания, машины и сооружения).

#### ***Инвестиции в экономику Украины выросли вдвое за год.***

В экономику Украины в первом полугодии 2011 года иностранными инвесторами вложено 2,8 млрд. долл. прямых инвестиций (акционерный капитал). Об этом сообщает Государственная служба статистики Украины.

По сравнению с таким же периодом прошлого года (1,8 млрд. долл.), инвестиции в экономику Украины выросли на 56,4%.

Из стран Евросоюза поступило 2,3 млрд. долл. (82% от общего объема), из стран СНГ – 84,3 млн. долл. (3%), из других стран мира – 416,9 млн. долл. (15%). В то же время капитал нерезидентов уменьшился на 447 млн. долл.

Инвестирование осуществлялось, в основном, в виде денежных взносов, которые составили 2,4 млрд. долл. (84,5% вложенного объема).

Прирост иностранного акционерного капитала в экономике страны, с учетом его переоценки, потерь, курсовой разницы и тому подобного, за первое полугодие 2011 года составил 2,5 млрд. долл.

В первом полугодии 2011 года выросли объемы капитала из Кипра (на 1,6 млрд. долл.), Германии (на 283 млн. долл.) и Австрии (на 124,4 млн. долл.).

Преимущественно за счет продажи капитала нерезидентам других стран уменьшились объемы капитала инвесторов из США на 70,4 млн. долл., а капитал инвесторов из Польши и Италии уменьшился на 39 и 35 млн. долл. соответственно за счет изъятия капитала и переоценки.

Прирост иностранного капитала в первом полугодии наблюдался на предприятиях промышленности (более 857 млн. долл.), на строительных предприятиях (627,3 млн. долл.), на предприятиях, осуществляющих операции с недвижимым имуществом, аренду, инжиниринг и предоставление услуг предпринимателям (399,7 млн. долл.), а также в учреждениях финансовой деятельности (235,6 млн. долл.).

**Выводы.** В результате исследования, инвестиционный рынок Украины имеет тенденцию к развитию. Это будет способствовать общему

развитию всей экономики Украины.

#### Библиографический список

1. Политическая экономия. Экономическая энциклопедия. т. 1. М. Наука. 1968, с.548.
2. Гитман Л.Дж., Джонк М.Д. Основы инвестирования. Пер. с англ. - М.: Дело, 1997.

ГЕТМАНОВА О.Д., ст. гр. МПР-11

Науч.руков.: Ровт Э.П., ассист.

ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",

г. Донецк

### ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНЫХ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

*Изучены особенности современного перспективного маркетинга в будущем.*

**Актуальность.** Современный маркетинг — это маркетинг долгосрочных отношений (Relationships Marketing), субъектами которых выступают производители, потребители и посредники. Долгосрочные отношения возможны, если каждая конкретная сделка, действие строится таким образом, чтобы принести пользу всем участникам отношений. Суть маркетингового подхода в будущем - общность ощущений с потребителем, отношение к клиенту, как к самому себе, но с учетом его индивидуальности. Еще точнее - это баланс интересов трех главных субъектов: потребителя, общества, производителя.

**Цель исследования.** Раскрыть сущность современного маркетинга, а также же изучить особенности, связанные со становлением и перспективой развития.

**Основная часть.** Новые инструменты доставки рекламных посланий позволяют уже сейчас говорить о явлении, которое ранее было просто невозможным: прямая реклама. Дело в том, что реклама относится к "массовым коммуникациям с индивидуально неопределенной аудиторией". Теперь же, благодаря соответствующему аппаратному оформлению, получатель рекламной информации может в интерактивном режиме "поучаствовать" в самой рекламе. Такие возможности доступны в первую очередь благодаря Интернету. Массовый маркетинг будет вытесняться маркетингом индивидуальным.

Ядром маркетинга отношений выступает именно индивидуальный маркетинг. Он базируется на непрерывном использовании на практике знаний об индивидуальном потребителе, полученных с помощью

2Fdemofile\_562949979153235&ei=WOVpT6bGIsnVsgbR8aDrBw&usg=AFQjCN GQNx6vf-gxKypY035W686dFBrffA.

3. Укрбизнес. Анализ рынка поваренной соли в мире, Украине и странах СНГ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ukrbiznes.com/vizit.php?i=88291&val=7&defclientid=1120>.

4. Статьи об Украине: Каменная соль Украины [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.photoukraine.com/russian/articles?id=83>.

ДОВГАНЬ П.С., магистр

Науч. руков.: Кочура И.В., к.э.н., доц.

ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",

г. Донецк

### НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА НА УГОЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

*Предложены направления развития инновационного потенциала на угольном предприятии. Наиболее перспективные направления классифицированы на основе технологических инноваций и инновационных бизнес процессов.*

**Актуальность.** Важность и значимость угольной отрасли для Украинской экономики не вызывает сомнения, так как в ближайшей перспективе она способна обеспечить нужды энергетики и экономики собственным энергоносителем – углем.

В перспективе до 2020 года ожидается увеличение роли угля как одного из важнейших энергоносителей за счет сокращения темпов роста потребления нефти и нефтепродуктов, увеличения цены на газ и пересмотра отношения к развитию атомной энергетики во многих странах мира, а также в связи с ростом спроса на коксующийся и энергетический уголь в черной металлургии. Сложившаяся тенденция указывает на положительные фундаментальные причины для дальнейшего развития угледобывающих компаний. Тем не менее недостаток капитальных вложений и материальных ресурсов на модернизацию производства привел к физическому и моральному износу основной части производственных фондов, вызвал значительное отставание в технологии и технике по отношению к ведущим горнодобывающим странам. Отрасли необходима коренная модернизация, которая возможна за счет внедрения инноваций во всех сферах деятельности предприятия. Поэтому определение основных направлений инновационной деятельности и развитие инновационного потенциала на угольных предприятиях являются актуальными проблемами.

зависимости от упаковки, добавок и т.п.

Таблица 2

Объемы выпуска продукции ГП «Артемсоль» в 2010 г.

Участки	План, тыс. т	Факт, тыс. т
Рудник №1,3	794,5	802,7
Рудник №4	530,4	549,4
Рудник №7	843,1	905,0
Рудник им. Володарского	714,1	733,7
Всего по ГП "Артемсоль"	2882,1	2990,8

Можно сделать вывод, что ГП «Артемсоль» является монополистом в соляной отрасли Украины. Но на внешнем рынке оно имеет сильных конкурентов, поэтому необходимо разработать перспективные программы непосредственного освоения рынков Европы, Азии, Африки.

Сложность процесса освоения этих рынков обуславливает отсутствие данных о рынках соли в этих регионах, рекламы продукции. При этом качество продукции предприятия одно из лучших в мире.

На предприятии есть отдел маркетинга, однако пока эта служба работает недостаточно результативно в направлении поиска новых рынков сбыта и гибкой ценовой политики. Как следствие этого, возникает необходимость вложения больших средств в фирмы, которые профессионально занимаются маркетингом, рекламой и имеют выход на вышеуказанные рынки, либо в расширение собственного отдела сбыта.

**Выводы.** Что касается перспектив развития, то ГП «Артемсоль» следует незамедлительно совершенствовать свой отдел маркетинга, вложить средства для улучшения данной службы и занимать новые позиции на внешнем рынке. На данный момент Украина занимает 12-е место на мировом рынке, при том, что ГП «Артемсоль» работает не на всю мощность. При освоении новых рынков сбыта, предприятие способно выйти на новый качественный уровень развития.

#### Библиографический список

1. Ещенко А.Н., Доценко Д.Н., Ещенко С.А. Подземная добыча каменной соли на Артемовском месторождении.- Донецк: Норд-Пресс, 2011.-144 с.

2. ИнфоМайн. Объединение независимых экспертов в области минеральных ресурсов, металлургии и химической промышленности. Обзор рынка технического и пищевого хлорида натрия (поваренной соли) в СНГ [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CDwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fmarketing.rbc.ru%2Fdownload%2Fresearch%](http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CDwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fmarketing.rbc.ru%2Fdownload%2Fresearch%2F)

интерактивной коммуникации и помогающих создавать и продвигать продукты и услуги с целью обеспечить непрерывные и долгосрочные взаимовыгодные отношения. Индивидуальный маркетинг состоит в восприятии реакции конкретного покупателя, во взаимодействии с ним, предполагает определение предпочтений покупателя, их запись и ответную реакцию на них. Преимущества таких отношений: для покупателя - эффективность контакта, для производителя - прибыль, для обоих - спокойствие, уверенность в будущем. Индивидуальный маркетинг уже получил развитие в сферах гостиничного обслуживания-люкс, в организации индивидуального отдыха и лечения, в банковском деле, может использоваться на рынке любых индивидуализируемых товаров в секторах, где повторяемость покупки является частью формулы успеха. Доверительные отношения при этом важнее, чем низкие цены, чем активное (и навязчивое) продвижение товара, чем современные технологии. Как утверждают сторонники и пропагандисты индивидуального маркетинга, изменения рынка могут изменить цену и технологию, но хорошие отношения могут сохраняться пожизненно и передаваться преемникам. Речь при этом уже напрямую идет об успехе взаимоотношений будущих поколений предпринимателей (производителей, посредников) и клиентов (потребителей).

Ожидаемая новация в организации маркетинга - активное использование преимуществ сетевых, виртуальных организационных структур: децентрализация, приближение к потребителю, тотальная задействованность всех сотрудников.

Новые акценты в структуре бюджета будут сделаны в бюджетах фирм - на исследования и разработки, в бюджетах маркетинга - на индивидуальную работу с клиентами.

Вместе с тем получит дальнейшее развитие деятельность по созданию и развитию брендов, когда объект маркетинга (фирма, организация, продукт, услуга) вполне определенного и удовлетворяющего клиента качества ассоциируется с уникальным названием и символами (логотип, торговая марка или дизайн упаковки) и, самое главное, с устоявшейся положительной репутацией, повсеместной известностью, которые глубоко укоренены в сознании многих потребителей.Радикальное развитие получит новая коммуникационная среда "Интернет" и локальные компьютерные сети виртуального общения. Интерактивное взаимодействие станет мощным инструментом развития не только коммуникаций, но и сбыта, организации продаж, в том числе методом электронной коммерции, напрямую от производителей к клиентам. Важнейшим направлением будущего перспективного развития маркетинга становится его специализация. Важнейший критерий специализации - специфика объектов продвижения, о чем уже говорилось несколько ранее. Одно из таких направлений - маркетинг территории - деятельность,

предпринимаемая с целью создания, поддержания или изменения мнений, намерений или поведения субъектов, как проживающих (действующих) на территории, так и внешних по отношению к данной территории. Целевыми направлениями этой деятельности выступают:

1. формирование и улучшение имиджа территории, ее престижа, деловой и социальной конкурентоспособности;
2. расширение участия территории и ее субъектов в реализации международных, федеральных, региональных программ;
3. привлечение на территорию государственных и иных внешних по отношению к территории заказов;
4. повышение притягательности вложения, реализации на территории внешних по отношению к ней ресурсов;
5. стимулирование приобретения и использования собственных ресурсов территории за ее пределами к ее выгоде и в ее интересах.

**Выводы.** В результате исследования было выявлено теоретические аспекты становления современного маркетинга, так и пути его перспективного развития в будущем.

#### Библиографический список

1. Маркетинг: Общий курс: учеб. пособие для студентов вузов обучающихся по направлению «Экономика»/под ред. Н.Я. Колужновой, А.Я. Якобсона. – М. 2006. – 476 с.
2. Классификация инструментов системы маркетинговых коммуникаций социальной сферы Плетнева Н.А. // Маркетинг в России и за рубежом, №1 (63), 2008 г. с. 36–46.

ЕРМАКОВА Г.Ю., ст. гр. МПР-11

Науч. руков.: Ровт Э.П., ассист.

ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",

г. Донецк

### КРЕДИТНЫЙ РЫНОК И ЕГО РАЗВИТИЕ В УКРАИНЕ

*Изучен кредитный рынок, его формирование и состояние в стране на данный момент.*

**Актуальность.** На сегодня в Украине особое значение приобретает повышение эффективности функционирования рыночной инфраструктуры, что требует кардинальных качественных преобразований в банковской сфере, а соответственно, реализации адекватной политики коммерческими банками. Переход от административно-командных методов управления банковской системой в экономических усиливает роль конкуренции и

По результатам 2007 г. добыча поваренной соли в СНГ составила 13,32 млн. т, превысив соответствующий параметр предыдущего года на 5,1%. При этом около 95% от обобщенного показателя было сформировано тремя государствами: Россия извлекла из недр 57,8% от суммарного количества, Украина – 29,9%, Белоруссия – 6,6%. Преобладающая часть импорта соли в Россию приходится на двух производителей: предприятие "Мозырьсоль" (Белоруссия) и государственное предприятие "Артемсоль" (Украина).

Что же касается Украины – страна является одним из крупнейших производителей пищевой поваренной соли в Европе и обладает большим производственным потенциалом для обеспечения населения, отраслей промышленности и нужд экспорта высококачественной йодированной и обычной солью [3].

В Украине расположены четыре крупных соленосных бассейна: Донецкий, Днепроовско-Донецкий, Закарпатский и Предкарпатский. В последнее десятилетие был открыт новый район распространения соляных отложений, расположенный в Преддобруджинском прогибе (Одесская область).

Соленосные отложения Днепроовско-Донецкой впадины (ДДВ) представлены каменной солью, переслаивающейся с ангидритами, доломитами и песчаниками. Мощность соленосных отложений на всей территории ДДВ составляет около 600 м.

В Закарпатском бассейне соленосные отложения образуют пластовые залежи мощностью до 500 м на глубинах более 1500 м и состоят из каменной соли с прослойками гипсов, ангидритов, глин и песчаников.

В Предкарпатском передовом прогибе расположены месторождения естественных рассолов, приуроченные к водоносным горизонтам в миоценовых отложениях.

В Преддобруджинском прогибе солевые пласты (общей мощностью 30-70 м, глубиной залегания 300-500 м и площадью до 100 км<sup>2</sup>) здесь чередуются с тонкими прослойками ангидрита.

Большая часть соленосных запасов Украины расположена в Донецком соленосном бассейне, в геолого-структурном отношении представляющем юго-восточное соленосные отложения состоят мощных пластов каменной соли с прослойками бессолевых пород. Мощности пластов соли здесь достигают 60 м [4].

Наиболее крупным производителем соли в Украине является государственное предприятие "Артемсоль", на долю которого приходится более 90 % всей производимой соли в Украине. Остальные предприятия производят относительно небольшое количество соли, в основном ориентированное для поставок потребителям на местном рынке [3]. Ниже приведены объемы выпуска продукции ГП «Артемсоль» (таблица 2). Себестоимость поваренной соли колеблется от 190 грн./т до 420 грн./т в



видов продукции. Помимо потребления соли в пищевой промышленности, где она используется как приправа к пище и в процессах консервирования, продукт в больших объемах используется химической промышленностью, где водный раствор NaCl электролитически разлагается с получением хлора, водорода и каустической соды. Кроме того, хлорид натрия используется при бурении скважин, в черной и цветной металлургии, машиностроении и металлообработке, борьбе с обледенением дорог, водоподготовке и производстве охлаждающих растворов, медицине, варке мыла, при обработке мехов и сыромятных кож и др. [2].

Динамика мирового производства соли, в отличие от многих других сырьевых товаров, не подвержена резким конъюнктурным изменениям и характеризуется в целом умеренными темпами роста. Так, по результатам 2005 г. выпуск соли в мире вырос на 1,3 млн. т, достигнув, по данным "ИнфоМайн". 218,43 млн. т [3].

Мировое производство натриевой соли во всех формах и из различных источников в 2007 г. составил 210-295 млн. т в год. Основными её производителями являются (в млн. т): Китай – 39-60, США – 40-45, Индия – 15-19, Германия и Канада – по 11-14, Австралия – 9-10. Доли других статистически учтённых стран колеблются в пределах 2-7 млн. т в год. США и Германия более половины соли получают из рассолов, а преобладающий объём её добычи в Индии приходится на морскую воду.

В мировой торговле (экспорт-импорт) солью принимают участие большинство (свыше 130) стран мира. Основными экспортёрами соли являются Австралия, Мексика, Германия и Канада, а импортёрами – США, Япония, Корея, Индонезия и Тайвань. Суммарные годовые объёмы экспорта и импорта натриевой соли приблизительно сопоставимы и составляют по 39-40 млн. т [4].

Таблица 1

Страны мира по валовой добыче соли

№	Страна	Выработка соли (тыс. тонн)	№	Страна	Выработка соли (тыс. т)
—	Всего	247 700	11	Великобритания	5 600
1	Китай	59 755	13	Испания	4 360
2	США	41 860	12	Украина	4 300
3	Индия	18 001	14	Испания	4 360
4	Германия	13 394	15	Италия	3 600
5	Канада	11 815	16	Польша	2 930
6	Австралия	10 801	17	Иран	2 600
7	Бразилия	6 986	18	Румыния	2 475
8	Франция	6 140	19	Иран	2 600
9	Нидерланды	6 117	20	Аргентина	2 000
10	Россия	5 800	21	и другие	32 206

предопределяет необходимость учета потребностей клиентов денежно-кредитного рынка.

**Цель исследования.** Изучение кредитного рынка и его развитие в Украине.

**Основная часть.** Кредитный рынок является составной рынка инструментов займа. Необходимыми условиями функционирования кредитного рынка является наличие кредиторов, имеющих временно свободные средства, заемщиков, которые могут вовремя исполнить обязательства по кредитам, системы государственного регулирования кредитного рынка, законодательного и нормативного обеспечения.

Для эффективного функционирования кредитного рынка необходима стабильная экономическая ситуация в стране, наличие развитой инфраструктуры и эффективное государственное регулирование, которое бы обеспечило стабильность банковской системы и защита инвесторов. Развитый кредитный рынок, который эффективно управляется со стороны государства, обеспечивает оптимальное распределение ограниченных финансовых ресурсов среди отраслей экономики и способствует экономическому росту страны.

Функционирование кредитного рынка обеспечивает кредитная система, в состав которой входят центральный банк, коммерческие банки и другие финансово-кредитные институты. Кредитная система организует движение капиталов и способствует аккумуляции и эффективному размещению финансовых ресурсов среди субъектов рынка. Деятельность этой системы требует жесткой регламентации и контроля со стороны государства.

Кредитная система Украины в нынешнем виде стала складываться в 1991 г. с переходом к рыночным отношениям. Правовой основой этого процесса стало принятие в 1991 г. Закона «О банках и банковской деятельности», установившего двухуровневую структуру банковской системы Украины и принятые в разное время нормативные акты о развитии фондового рынка, страхового дела, создании кредитных союзов и т.д. Национальный банк Украины был организован в 1991 году и представляет собой систему единого банка, включающего в себя центральный аппарат, расположенный в Киеве, Крымское республиканское и 24 областных управления. Управления НБУ действуют от его имени в пределах предоставленных им полномочий и функций. Они подотчетны Правлению банка [1, с.154].

К функциональным подразделениям НБУ принадлежат вычислительные, расчетно-кассовые центры, региональные и Центральная расчетные палаты. Руководящим органом НБУ является Правление, которое возглавляет Председатель Правления (рис.1).

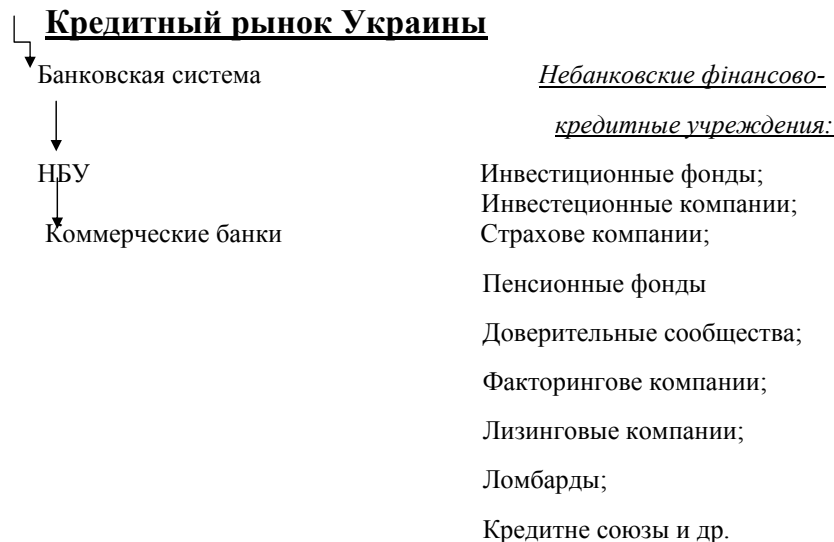


Рисунок 1.

Коммерческие банки – основное звено кредитной системы страны, в которое входят кредитные учреждения, осуществляющие разнообразные банковские операции для своих клиентов на началах коммерческого расчета. Для этого они используют не только свой собственный капитал, но и привлеченный финансовый капитал в виде вкладов, депозитов, межбанковских кредитов и других источников. Причем привлеченные средства, как правило, значительно превышают объем собственного капитала коммерческих банков. Анализ кредитного рынка Украины позволяет сделать вывод, что первые годы после обретения независимости были самыми противоречивыми, в течение которых изменялись ранее устоявшиеся тенденции, намечались новые, которые, не успев окрепнуть, снова изменялись [2, с. 47].

На современном этапе в Украине особое внимание следует уделять развитию потребительского кредита. Покупка в рассрочку не развита, хотя это достаточно удобная на практике форма оплаты товаров и услуг, такая форма оплаты позволяет осуществлять расходы в то время, когда доходы ещё не поступили.

Кредитные и расходные карточки только начинают появляться в нашей стране, и то оплатить покупку в магазине при помощи таких карточек возможно далеко не во всех магазинах. Использование таких карточек позволило бы отказаться от наличных денег, что для нашего населения еще неприемлемо.

4. Яременко О. Тенденции посткризисного развития финансовых институтов / О. Яременко // Экономика Украины. - 2010. - №4. - С.88-95.

5. Гец В. Формирование и развитие финансового кризиса 2008-2009 годов в Украине / В. Гец // Экономика Украины. - 2010. - №4. - С.5-15.

6. Ключко В. Глобализация и особенности современного экономического кризиса / В. Ключко // Экономика Украины. – 2011. - №9. - С.27-37.

7. Экономический словарь [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru>.

8. Промышленность Украины 2007 – 2010гг.: статистический сборник [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

СЫЧКОВА Е.М., ст.гр. МЭД-08

Науч. руков.: Кравченко А.А., к.т.н., доц.

ГВУЗ “Донецкий национальный технический университет”, г. Донецк

## АНАЛИЗ МИРОВОГО И УКРАИНСКОГО РЫНКОВ ПОВАРЕННОЙ СОЛИ

*Проанализирован рынок поваренной соли Украины, приведены объемы добычи основными странами – производителями соли в мире. Проанализирована хозяйственная и внешнеэкономическая деятельность ГП «Артемсоль».*

**Актуальность.** Украина является одним из крупнейших производителей поваренной соли в Европе. Поваренной соли хватает, чтобы полностью удовлетворить спрос на отечественном рынке, и экспортировать в другие страны, при этом производственный потенциал добычи соли в стране гораздо выше нынешнего объема производства.

**Цель исследования.** Анализ состояния и перспектив развития рынка поваренной соли, определение рыночных позиций ключевых игроков.

**Основная часть.** Хлористый натрий (поваренная соль) стал известен человеку с глубокой древности. Древнегреческий историк Геродот писал, что поваренная соль из рассолов широко добывалась уже в V веке до нашей эры близ устья Днепра, а также на территории Западной Украины. Поваренная соль играла важную роль в хозяйственной и политической жизни разных народов. Она служила предметом обмена, торговли, пополнения государственной казны, а в некоторых случаях выполняла роль денег [1].

И в наше время поваренная соль находит широчайшее применение – по подсчетам специалистов, в современных условиях она прямо или косвенно используется более чем в 14 тысячах производств различных

- второй (среднесрочный) – активизация структурно-инновационного и технологического обновления производства, особенно в отраслях, которые могут в течении короткого времени повысить свой конкурентный уровень, опираясь преимущественно на благоприятные национальные условия.

Машиностроение следует рассматривать как приоритетное звено модернизации промышленности, которое должно ослабить зависимость украинской экономики от импорта технологического оборудования и продукции.

Модернизация химической и нефтехимической промышленности заключается в оптимизации мощностей и объемов производства базовых видов химической продукции с учетом спроса внутреннего и внешнего рынков, а также ресурсных возможностей страны.

Модернизация горно-металлургического комплекса должна быть направлена на диверсификацию и оптимизацию структуры производства путем увеличения объемов выпуска новых сортов металлопродукции углубленной переработки.

Для поддержки нуждающихся в помощи отраслей, правительство существенным образом укрепило уставные капиталы двух государственных банков — Ощадбанка и Укрэксимбанка, чтобы они могли кредитовать реальный сектор экономики.

Также одним из важных путей преодоления кризиса является проведение «Евро-2012», за счет чего страна получит приток валюты и около 0,4–0,5% прироста ВВП.

**Выводы.** Промышленность Украины во время кризиса стала более уязвимой. Объемы реализации промышленной продукции упали, рентабельность снизилась. В посткризисный период объемы начали постепенно расти. Для выхода из кризиса особо важным является модернизация производства. В будущем следует предусматривать создание резервных фондов денежных и других средств, совершенствовать управление в части своевременного предвидения негативных изменений на внутреннем и мировом рынках.

#### Библиографический список

1. Амоша О.А. Промышленная политика Украины: концептуальные ориентиры на среднесрочную перспективу / О.А. Амоша, В. Вишневецкий, Л. Збарская // Экономика Украины. - 2009. - №12. - С.4-13.
2. Чухно А. Современный финансово-экономический кризис: природа, пути и методы его преодоления / А. Чухно // Экономика Украины. - 2010. - №2. - С.4-13.
3. Якубовский Н. Промышленная политика: проблемы и перспективы модернизации / Н. Якубовский // Экономика Украины. - 2010. - №8. - С.21-29.

**Выводы.** Выход Украины из кризиса, стабилизация экономического положения, повышения благосостояния людей невозможны без развитого кредитного рынка. Именно централизованный и регулируемый рынок становится универсальным механизмом, с помощью которого регулируются не только экономические, но и социальные отношения. В макроэкономическом плане он позволяет государственным органам благодаря получению ежедневного общего баланса рынка непосредственно контролировать его состояние и своевременно предупреждать кризисные ситуации. Стабильность рынка будет способствовать укреплению доверия населения к кредитной системе, привлечет иностранных инвесторов, а наличие единого центра котировки создаст благоприятные условия для здоровой конкуренции торговцев с одновременным сохранением гарантий для инвесторов и эмитентов.

#### Библиографический список

1. Бойко В.О. Ринок кредитних послуг та необхідність його державного регулювання // Вісник Нац. акад. державного управління при Президентові України. – 2004. – №2. – С. 153-158.
2. Марочкина А. Популярно о кредитном рынке // Современный бухгалтер. – 2007. – №30 – С.44-51.

ГЕРАСИМОВА Ю.В., ст. гр. МПР-11

Науч. руков.: Ровт Э.П., ассист.

ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",

г. Донецк

#### РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

*Приведен краткий обзор существующих на сегодняшний день тенденций в сфере интернет-технологий и их влияния на формирование новых направлений современного маркетинга.*

**Актуальность.** Актуальность данной темы обусловлена необходимостью своевременно реагировать на появление новых подходов и методов в области реализации основных задач современного маркетинга в условиях стремительно развивающихся IT-технологий и открывающихся перспектив.

**Цель исследования.** Рассмотреть, дать оценку новым методам и средствам в маркетинге XXI века на основе обзора развития Интернет-маркетинга, и спрогнозировать направление дальнейшего развития данной отрасли.

Сегодня человечество уже не мыслит себя без тех возможностей, которые ему может предоставить Интернет и современные IT-технологии. Не только досуг, работа, но и приобретение товаров и услуг все больше и больше осуществляется через Интернет. Следовательно, современный маркетинг – это Интернет-маркетинг.

К методам интернет-маркетинга относятся поисковая реклама (поисковая оптимизация сайта, контекстная реклама), баннерная реклама, e-mail маркетинг (e-mail реклама), аффилиативный маркетинг (партнерский маркетинг), вирусный маркетинг, скрытый маркетинг, интерактивная реклама.

Производители товаров и услуг начинают осознавать главное преимущество Интернет-маркетинга – с его помощью, без ограничений в объемах, можно представить всю информацию о товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политиках предприятия. Эта технология – одна из немногих, позволяющая очень точно определить свою целевую аудиторию и сформировать информационный поток с очень большой точностью, что дает возможность попасть прямо в цель и быть уверенным в том, что потенциальный покупатель получил нужную информацию и не остался незамеченным [2].

Пользуясь Интернетом, сотрудники маркетинговых служб имеют возможность:

- магазина, на использование обычных методов почтовой рассылки, издание быстро менять ассортимент, описание продуктов и их цены;
- сэкономить на затратах (отсутствуют затраты на создание обеспечение функционирования каталогов и т.п.);
- легче осуществлять контакты с потенциальными потребителями, посылая им информацию (например, разъяснительного или рекламного характера) и получая от них ответы;
- подсчитать число людей, посетивших сайт организации и отдельные его части.

В то же время Интернет предоставляет и потенциальным покупателям следующие дополнительные блага:

- возможность заказывать товары 24 часа в сутки вне зависимости от того, где они находятся;
- возможность, не покидая рабочего места, получить информацию о компаниях (в том числе, о компаниях – конкурентах) и о продуктах (качество, цена, особенности сервиса и т.п.) [5].

Интернет-маркетинг появился в начале 1990-х годов, когда текстовые сайты начали размещать информацию о товарах. Сейчас интернет-маркетинг — это нечто большее, чем продажа информационных продуктов, сейчас идет торговля информационным пространством, программными продуктами, бизнес-моделями и многими другими товарами и услугами. Такие компании, как Google, Yahoo, и MSN подняли

22%, в металлургической промышленности – 30%, в машиностроении – 30%, в нефтехимической и химической – 13%. В 2010 г. не были достигнуты объемы реализации 2008 г. на предприятиях металлургии и машиностроения (соответственно снижение составило 27 и 18%). А в целом по промышленности наблюдается незначительный прирост объемов реализации на 16%.

В период кризиса резко снизилась рентабельность операционной деятельности промышленных предприятий, что наглядно представлено на рис. 1.

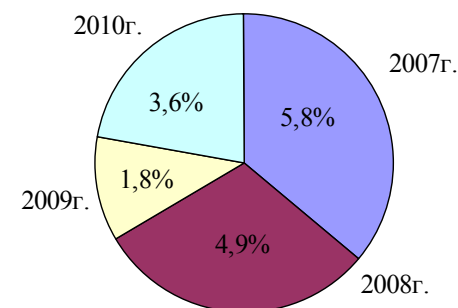


Рисунок 1. Изменение рентабельности операционной деятельности промышленных предприятий

Из рис. 1 видно, что рентабельность во время кризиса 2009 г. составляла наименьший процент – 1,8%. В 2010 г. уровень 2007 – 2008 гг. не был достигнут.

Для предотвращения нерационального использования ограниченных финансовых и материальных ресурсов следует модернизировать промышленность по следующим приоритетным направлениям [3]:

- оптимизация структуры промышленного производства с углублением переработки;
- инновационно-технологическая модернизация традиционных производств;
- реализация энергосберегающей модели развития с расширением использования нетрадиционных и возобновимых источников энергии.

Поскольку кризис значительно ослабил финансово-экономическое состояние промышленности, то её модернизацию целесообразно осуществлять в два этапа:

- первый (краткосрочный) – создание экономических условий для ускорения выхода промышленности по финансово-производственным показателям на докризисный уровень;

особенностями украинской промышленности являются [3]:

1) неэффективная отраслевая структура промышленного производства (почти 2/3 общего объема промышленной продукции приходится на отрасли, производящие сырье, материалы и энергоресурсы, то есть продукцию низкой степени переработки, что значительно ограничивает возможности промышленности);

2) усиление деградации отечественной промышленности в сторону сырьевого прироста развитых стран и рынка для импортной высокотехнологичной продукции;

3) дальнейшее отдаление Украины от экономически развитых стран вследствие прогрессирующей инновационно – технологической отсталости отечественного промышленного производства (износ основных средств достиг 59%, тогда как в 2000 г. составлял 48,8%. Особенно интенсивно процесс старения основных средств происходит в перерабатывающей промышленности: в 2000 г. – 52%, а в 2008 г. 59,7%).

О кризисе промышленного развития свидетельствуют данные, приведенные в табл. 1.

Таблица 1

Основные показатели развития промышленности Украины

Показатели	Значения показателей по годам				Отклонение 2010г. от 2007г.	
	2007	2008	2009	2010	млн. грн.	%
Объемы всей реализованной промышленной продукции, млн.грн, в том числе:	717076,7	917035,5	806550,6	1065108,0	348031,5	1,48
-добывающая промышленность	56348,6	85755,4	67242,6	106933,7	50585,1	1,89
-металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	157450,5	202034,6	141498,0	199901,3	42450,8	1,27
-машиностроение	98339,9	121780,4	85833,0	116348,5	18008,6	1,18
-химическая и нефтехимическая	43911,4	55576,4	48473,6	62303,9	18392,5	1,42

Примечание: составлено и рассчитано по данным [8].

Из табл. 1 видно, что объем реализованной промышленной продукции в 2008 году составлял 917035,5 млн. грн., а во время кризиса в 2009 году наблюдается снижение реализации на 110484,9 млн. грн. В 2010 г. относительно 2007 г. объемы выросли только на 49% (348031,5 млн. грн.). Также увеличение наблюдается в добывающей промышленности (рост–90%), поскольку для угольной промышленности кризисным был и 2007 г.

Глубина кризиса 2008–2009гг. подтверждается следующим: объемы реализованной продукции в добывающей промышленности снизились на

на новый уровень и сегментировали рынок интернет-рекламы, предлагая малому и среднему бизнесу услуги по локальной рекламе. Рентабельность инвестиций возросла, а расходы удалось снизить. Этот тип маркетинга стал основой современного капитализма, которая позволяет любому, у кого есть идея, товар или услуга, достичь максимально широкой аудитории.

Использование термина «интернет-маркетинг» обычно подразумевает использование стратегий маркетинга прямого отклика, которые традиционно используются при прямых почтовых рассылках, радио и в телевизионных рекламных роликах, только здесь они применяются к бизнес пространству интернета.

Эти методы оказались очень эффективными при использовании в интернете благодаря возможностям точно отслеживать статистику, умноженным на возможность находиться в относительно постоянном контакте с потребителями. Эта возможность прецизионного анализа применяется сейчас повсеместно, и поэтому так часто можно увидеть такие термины, как ROI — коэффициент окупаемости инвестиций, conversion rate — коэффициент эффективного посещения (он же — конверсия сайта), а также мгновенно получить статистику продаж, спроса и т.д. [1].

На данный момент, одним из самых эффективных инструментов online-маркетинга, является создание собственного общества, общества лояльных покупателей и пользователей. Это инструменты формирования общественного мнения. Обсуждение товара или компании в социальной сети – лучшая реклама. В ближайшее время инструменты Интернет-маркетинга станут повседневным «орудием труда» украинских маркетинг-менеджеров. Наиболее востребованными инструментами будут контекстная и медийная реклама, виртуальный маркетинг. Общая тенденция состоит в том, что пользователи Интернет хотят сами управлять потоками информации с целью быстрого получения интересующего их, ограничить время поиска и увеличения времени общения. Это означает, что будут развиваться инструменты маркетинга и поисковые тематические сервисы. Все большее значение будут приобретать социальные сети, благо-сфера и WEB 2.0.

Что касается продвижения сайтов, то, по мнению интернет-аналитиков, в числе главных тенденций 2012 года будут оставаться следующие направления:

- качество контента — информационного содержания сайта;
- качество и удобство навигации и юзабилити сайта;
- SMM-продвижение;
- нацеленность на увеличение объемов продаж.

Следует заметить, что если раньше владельцы веб-ресурсов основной упор в продвижении делали на проведении PR-кампаний, SEO-

оптимизацию сайта, контекстную рекламу, а также количество заходов на ресурс, то сейчас во главе угла стоят факторы SMM продвижения и нацеленности на увеличение объемов продаж.

Таким образом, самым основным и значимым направлением интернет-маркетинга в текущем году будет SMM-оптимизация сайта, в свою очередь, опирающаяся на три подпрограммы: маркетинговый аудит, оптимизацию сайта и аудит работы отделов продаж. Успеха же в продвижении добьются лишь те ресурсы, кто сможет эффективно использовать все направления в комплексе [3].

**Выводы.** В данной работе были кратко рассмотрены основные направления стремительно развивающейся сферы интернет-маркетинга и показаны перспективы развития данной отрасли в ближайшем будущем. Сегодня интернет предоставляет огромные возможности для развития маркетинга и поэтому перспективные направления данной отрасли неизбежно связаны с получением современного образования в области IT-технологий, чтобы разбираться во всех новых средствах и уметь ими пользоваться.

#### Библиографический список

1. Википедия.
2. Хенсон У. Интернет-маркетинг. – СПб.: Питер, 2001. – 327 с.
3. <http://www.svoysite.info/internet-marketing/internet-marketing-snovnyue-tendencii-2012-goda.html>.
4. <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-4/01.shtml> -материалы выступления профессора АНХ при правительстве РФ Голубкова Е.П. на тему "Современные тенденции развития маркетинга".

КУЖЛЕВА А.С., ст. гр. МПР-11

Науч. руков.: Ровт Э.П., ассист.

ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",

г. Донецк

#### ЦЕЛИ И ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГА

*Рассмотрены главные функции маркетинга: достижение максимально возможного высокого потребления, достижение максимальной потребительской удовлетворенности, представление максимально широкого выбора, максимальное повышение качества жизни; а также его основные функции.*

**Актуальность.** Маркетинг является неотъемлемым элементом рыночной экономики и одним из самых модных и быстроразвивающихся

состоянии. Фактически мир с периодичностью 10 - 12 лет переживает цикл кризисов. Безусловно, текущий кризис, который начался в четвертом квартале 2008г., более сильный, чем предшествующий.

Проблемы современного кризиса и пути его преодоления освещены в научных публикациях таких известных ученых - экономистов, как: О. Амоша, В. Геец, В. Клочко, М. Сивульский, А. Чухно, Н. Якубовский, О. Яременко [1-6].

Экономический кризис (от греч. krisis — поворотный пункт) — это резкое ухудшение экономического состояния страны, проявляющееся в значительном спаде производства, нарушении сложившихся производственных связей, банкротстве предприятий, росте безработицы и в итоге — в снижении жизненного уровня, благосостояния населения, а также серьезные нарушения в обычной экономической деятельности[7] Кризис проявляется в систематическом, массовом накоплении долгов и невозможности их погашения в необходимые сроки. Причиной экономических кризисов является нарушение равновесия между спросом и предложением на товары и услуги.

Кризис в Украине обусловлен влиянием внутренних и внешних факторов, среди которых:

- 1) сильная зависимость от внешней конъюнктуры;
- 2) повышение уровня долларизации;
- 3) отрыв финансового сектора от реального (высокие темпы роста кредитов);
- 4) экономическая и политическая нестабильность;
- 5) высокая материало- и энергоёмкость промышленного производства.

Во время кризиса обострились проблемы промышленного развития.

Промышленность — одна из ведущих отраслей экономики, определяющая экономический рост и социальное состояние общества. Кризис в промышленности был вызван недостаточным вниманием к вопросам модернизации.

Во второй половине 2008 года начался резкий спад промышленного производства, ускорилась инфляция, снизился курс национальной валюты, что вызвало панику среди населения, начавшего массово изымать из банков свои вложения. Аналогичные процессы продлились и в первой половине 2009 г., что предопределило падение ВВП в 2009 г. в размере 15% (промышленное производство — 21,9%), что позволяет утверждать об ожидаемом выходе экономики Украины на докризисный уровень 2008 года лишь к 2015 г. Ситуацию в целом в 2009 г. удалось удержать в относительной стабильности благодаря займам, осуществленным Украиной в МВФ, а также реструктуризации около 70% долгов в основном корпоративного и банковского секторов [5].

Как отмечает проф. Н. Якубовский, наиболее проблемными

• започаткувати прогресивну шкалу штрафування за відхилення від обов'язкової квоти з працевлаштування інвалідів, яка прив'язується до рівня мінімальної оплати праці;

• розвивати систему субсидій для додаткового стимулювання роботодавців, які перевищують квоту (в Німеччині такі роботодавці отримують 80% заробітку за кожного додаткового інваліда у вигляді субсидій протягом двох років, у Швеції — 50,0% протягом усього періоду, в Угорщині — 35,0%).

**Висновки.** Таким чином, організація зваженої соціальної політики щодо працевлаштування інвалідів надасть можливість Україні вирішити дану проблему. Потрібно звернути особливу увагу на зарубіжний досвід і максимально його пристосувати до нашої країни, оскільки інваліди є частиною нашої держави і вони мають право на повноцінне працевлаштування і повинні його використовувати.

#### Бібліографічний список

1. Конвенція ООН про права інвалідів. Резолюція Генеральної Асамблеї ООН №61/106, прийнята на шістдесят першій сесії ГА ООН.— 40 с.

ЕМЕРЗИЯН Г.Н., ст. гр. МОПе–11

Науч. руков.: Харченко В.А., к.э.н., доц.

ГВУЗ «Донецкий национальный технический университет»,  
г. Донецк

### КРИЗИС ПРОМЫШЛЕННОГО РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Рассмотрено влияние факторов, предопределивших наступление современного кризиса, проанализировано развитие промышленности в период кризиса, предложены основные направления преодоления кризисных последствий.*

**Актуальность** данного вопроса состоит в том, что кризис, охвативший все сферы деятельности, возник в связи с тем, что своевременно не принимались защитные механизмы по недопущению его развития на территории нашего государства. Поэтому актуальным является анализ кризисных сторон, развитие в современных условиях, их причин и последствий для того, чтобы в долгосрочной перспективе их влияние свести к минимуму.

**Цель исследования.** Изучение особенностей современного кризиса, его проявлений в промышленности и путей преодоления.

**Основная часть.** Мировая экономика находится в кризисном

разделов экономической науки. В сегодняшнем сложном мире все мы должны разбираться в маркетинге. Продавая машину, подыскивая работу, собирая средства на благотворительные нужды или пропагандируя идею, мы занимаемся маркетингом. Знание маркетинга позволяет нам вести себя более разумно в качестве потребителей, будь то покупка зубной пасты или нового автомобиля.

По данной теме написано очень много книг и исследовательских работ, например, книги американских экономистов Ф. Котлера "Основы маркетинга" и Дж. Р. Эванса, Б. Бермана "Маркетинг".

**Цель исследования.** Рассмотрение целей и функций маркетинга.

**Основная часть.** Достижение максимально возможного высокого потребления. Многие руководители делового мира считают, что цель маркетинга - облегчать и стимулировать максимально высокое потребление, которое в свою очередь создает условия для максимального роста производства, занятости и богатства. Эта точка зрения находит отражение в типичных заголовках: "Оптики вводят моду на очки, чтобы стимулировать спрос", "Сталелитейная промышленность намечает стратегию роста продаж", "Автомобилестроители пытаются взвинтить сбыт" [1, с. 56].

За всем этим кроется утверждение, что, чем больше люди покупают и потребляют, тем счастливее они становятся. "Чем больше - тем лучше" - так звучит этот боевой клич. Однако некоторые сомневаются в том, что возросшая масса материальных благ несет с собой и больше счастья. Их кредо: "Чем меньше - тем больше" и "немного - это здорово".

Достижение максимальной потребительской удовлетворенности. Согласно этой точке зрения, цель системы маркетинга - достижение максимальной потребительской удовлетворенности, а не максимально возможного уровня потребления. Потребление большого количества жевательной резинки или владение более обширным гардеробом что-то значит только в том случае, если ведет в конечном итоге к более полной потребительской удовлетворенности.

К сожалению, степень потребительской удовлетворенности трудно измерить. Следовательно, дать оценку системе маркетинга на основе показателей удовлетворенности, которую она приносит общественности, затруднительно [2, с. 21].

Предоставление максимально широкого выбора. Некоторые деятели рынка считают, что основная цель системы маркетинга - обеспечить максимально возможное разнообразие товаров и предоставить потребителю максимально широкий выбор. Система должна дать потребителю возможность найти товары, которые наиболее полно отвечают его вкусу. Потребители должны иметь возможность максимально улучшить свой образ жизни, а следовательно, и получить наибольшее удовлетворение.

К сожалению, максимальное расширение потребительского выбора требует затрат. Во-первых, товары и услуги станут дороже, поскольку большое разнообразие вызовет рост издержек по их производству и поддержанию запасов. Повышенные цены повлекут за собой снижение реальных доходов потребителей и масштабов потребления. Во-вторых, увеличение разнообразия товаров потребует от потребителя больше времени и усилий на знакомство с различными товарами и их оценку. В-третьих, увеличение числа товаров вовсе не означает для потребителя расширение возможности реального выбора. В США существует множество марок пива и большинство из них имеет одинаковый вкус. Когда в рамках товарной категории насчитывается множество марочных товаров с незначительными отличиями друг от друга, ситуация эта называется марочным избытком и потребителю предоставляется мнимый выбор. И наконец, сами потребители не всегда приветствуют большое разнообразие товаров. Некоторые, встречая в определенных товарных категориях избыток товара, испытывают чувство растерянности и беспокойства.

Максимальное повышение качества жизни. Многие считают, что основная цель системы маркетинга должна заключаться в улучшении "качества жизни". Это понятие складывается из:

1) качества, количества, ассортимента, доступности и стоимости товаров,

2) качества физической среды и

3) качества культурной среды. Сторонники этого взгляда склонны оценивать систему маркетинга не только по степени предоставляемой ею непосредственной потребительской удовлетворенности, но и по воздействию, которое деятельность в сфере маркетинга оказывает на качество физической и культурной среды. Большинство соглашается с тем, что для системы маркетинга повышение качества жизни - цель благородная, но признает, что качество это измерить нелегко, а толкования его порой противоречат друг другу.

Основными функциями маркетинга являются: анализ окружающей среды рыночные исследования, анализ потребителей, планирование товара (услуги), планирование сбыта, планирование продвижения товаров, планирование цены, обеспечение социальной ответственности и управление маркетингом. Несмотря на то, что многие операции требуют выполнения однотипных функций, таких, как анализ потребителей, продвижение продукции и установление цены, они могут выполняться различными способами.

інвалідністю, які зазнали дискримінації, мають можливість вимагати відшкодування за завдання моральної шкоди і втрату економічної вигоди, навіть у судовому порядку.

В нинішніх умовах господарювання одним із ефективних заходів для залучення інвалідів у трудову діяльність є стимулювання роботодавців працевлаштовувати в якості найманих працівників працездатних інвалідів для роботи безпосередньо на підприємствах, в установах і організаціях. Вдосконалення чинної в Україні системи стимулювання роботодавців до працевлаштування інвалідів доцільно здійснювати за такими напрямками.

По-перше, переглянути принципи механізму економічного стимулювання роботодавців щодо створення і виділення робочих місць (звичайних і спеціальних) та працевлаштування на них інвалідів у контексті нових концептуальних засад державної політики залучення інвалідів до сфери соціально-трудова відносин на вільному ринку праці. Це вимагає внесення змін і доповнень у Закон України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні» в частині удосконалення механізму компенсації витрат роботодавцю на створення робочих місць і працевлаштування інвалідів.

По друге, регламентувати на законодавчому рівні використання суми адміністративно-господарських санкцій та пені, що стягуються за невиконання роботодавцями нормативів робочих місць для працевлаштування інвалідів, передбачивши у структурі витрат частку коштів Фонду соціального захисту інвалідів на цільове їх призначення — створення звичайних і спеціальних робочих місць та працевлаштування на них інвалідів.

По-третє, враховуючи зарубіжний досвід, у перспективі підвищенню рівня зайнятості інвалідів в Україні доцільно розробити та впровадити сучасні механізми стимулювання вітчизняних роботодавців. Ними, зокрема, можуть бути:

- матеріальне стимулювання (дотації) роботодавців, які наймають інвалідів понад мінімальну квоту. Дотації роботодавцям з метою компенсації заробітної плати працівників з інвалідністю з диференціацією її розміру в залежності від тяжкості їхніх фізичних вад;

- надання дотацій та субсидій роботодавцям на облаштування та технічне обслуговування робочих місць для працівників з інвалідністю. Податкові преференції та пільги при сплаті внесків на соціальне страхування підприємствам (установам, організаціям) всіх форм власності та господарювання, де працюють інваліди;

- щорічне публічне відзначення кращих роботодавців, які перевищують нормативи з працевлаштування інвалідів та створюють їм належні умови для роботи. Інформування громадськості про творчі здібності та трудові можливості інвалідів, у т.ч. з тяжкими вадами здоров'я;



**Мета дослідження.** визначення тенденцій розвитку ринку праці осіб з інвалідністю, оцінка наявних механізмів економічного стимулювання роботодавців до їх працевлаштування та розробка пропозицій щодо активізації інтеграційних процесів осіб з інвалідністю у трудове життя.

**Основна частина.** Ратифікація Україною Конвенції про права інвалідів є позитивним фактом і кроком до забезпечення рівних прав для людей з інвалідністю. Підписання цього документа має забезпечити створення необхідних умов для рівноправної участі у житті суспільства людей з інвалідністю [1].

Згідно з Конвенцією про права інвалідів держави забезпечують реалізацію права на працю людей з інвалідністю, зокрема шляхом:

- розширення на ринку праці можливостей для працевлаштування людей з інвалідністю та їх просування по службі, а також надання допомоги у пошуку, отриманні, збереженні та поновленні роботи;
- стимулювання найму людей з інвалідністю в приватному секторі за допомогою належних стратегій і заходів, які можуть включати програми позитивних дій, стимули та ін.

Проте ці умови, на жаль, не завжди забезпечуються, особливо це стосується найму на роботу інваліда, що негативно впливає на рівень трудової зайнятості людей з інвалідністю.

На початок 2011 р. в Україні було понад 2,6 млн. інвалідів, серед яких понад 1,54 млн. — інваліди працездатного віку. За даними Державної служби статистики України, у 2010 р. чисельність зайнятих інвалідів складала лише 376,5 тис. осіб, що становить 24,4% чисельності інвалідів працездатного віку і 3,4% загальної чисельності штатних працівників облікового складу. Ці показники є значно нижчими порівняно з відповідними показниками розвинутих країн світу. Крім того, чисельність працевлаштованих інвалідів з кожним роком зменшується — як через небажання роботодавців працевлаштовувати їх, так і через низьку активність самих інвалідів.

В країнах, де рівень працевлаштування інвалідів більше ніж в Україні відповідає суспільним потребам, роботодавці беруть активну участь у реалізації державної політики стосовно людей з інвалідністю, створюючи для них робочі місця

У світовій практиці це забезпечується двома шляхами:

- прийняттям антидискримінаційних законів;
- застосуванням системи квотування робочих місць для інвалідів.

В Україні позитивним є те, що в останні роки проводяться широкі обговорення щодо застосування антидискримінаційного законодавства, проте цей механізм поки що не реалізується, зокрема і у сфері праці.

У той же час у більшості європейських країн існують закони, які унеможливають пряму чи непряму дискримінацію інвалідів, починаючи зі стадії працевлаштування і закінчуючи процедурою звільнення. Люди з

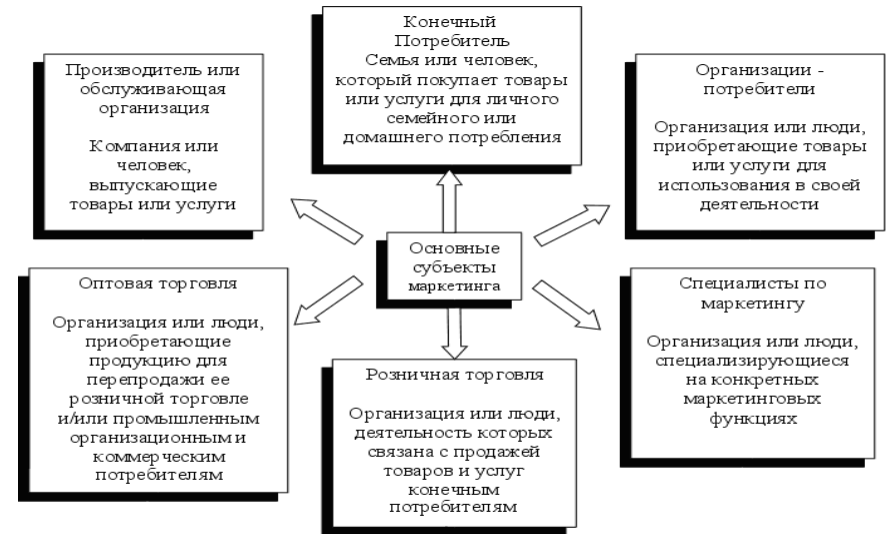


Рис. 1 Кто выполняет маркетинговые функции

Субъекты маркетинга включают производителей и организации обслуживания, оптовые и розничные торговые организации, специалистов по маркетингу и различных потребителей. Как показано на рисунке 1, у каждого из них своя роль. Важно отметить, что хотя ответственность за выполнение маркетинговых функций может делегироваться и распределяться различными способами, совсем ими в большинстве случаев пренебречь нельзя, они должны обязательно кем-то выполняться.

**Выводы.** Итак, рассмотрев цели и функции маркетинга, мы убедились, что он является неотъемлемой частью жизнедеятельности общества. Маркетинг связан со всеми сферами нашей деятельности, и, следовательно, нам необходимо знать как можно больше о его законах и специфике.

#### Библиографический список

1. Агеев В.М. «Структура производственных отношений социально ориентированной многоукладной экономики». — М.: Издательство стандартов, 1995.
2. Ф. Котлер, Основы маркетинга. - Москва: Изд-во "Бизнес-книга", 1995.

САБАЕВ А.В., ст. гр. МПР-11  
Науч. руков.: Ровт Э.П., ассист.  
ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",  
г. Донецк

## ОБЩАЯ ТЕОРИЯ РЕКЛАМЫ В РАМКАХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ

*Полагаем, что на сегодняшний день сформирован социальный заказ на общую теорию рекламы. Дискуссии о возможности такого движения ведутся не одно десятилетие, а реклама становится все более сложным и «ускользающим» феноменом. По своей интенсивности, глобальности воздействия, а также «захвату» неспецифических областей жизнедеятельности человека и общества (например, массовая культура) реклама уже давно вышла за рамки частного маркетингового феномена.*

**Актуальность.** Ситуацию в области рекламоведения можно обрисовать следующим образом:

1) Накоплен большой массив эмпирических данных по рекламной проблематике;

2) Данные исследования очень разнообразны по используемой методологии, содержанию исследуемых феноменов.

Это, в свою очередь, не позволяет обобщать различные эмпирические данные, сопоставлять их результаты и использовать выявленные тенденции на других объектах.

**Цель исследования.** Раскрыть суть современной рекламы как формирование нового социального института, определяющего социально-экономические парадигмы общества.

**Основная часть.** Считаем, что исходные рамки адвертологии – есть экономическая психология. Именно методологическая основа экономической психологии способна объединить и систематизировать многочисленные феномены рекламных коммуникаций, психологию «человека потребляющего» и социальное содержание потребительского общества.

Под общей теорией рекламы понимает общую (в смысле степени абстрагирования) и оригинальную (не являющейся экстраполяцией из смежных наук) описательно-объяснительную схему возникновения и развития рекламы как научного феномена. Другими словами, предполагаем вычленение в данном феномене генетического и системообразующего компонента, который может предстать как уникальный предмет адвертологии, а также позволит создать и применять специальные научные методы и инструменты.

Таким компонентом является рекламный образ, представляющий

**Выводы.** Практическая реализация проекта по переработке отходов угольных предприятий способна обеспечить: сокращение расходов на поиски новых и разведку эксплуатируемых месторождений; сохранение ресурсов в недрах; повышение производительности труда за счет рентабельной переработки уже добытого сырья; улучшение условий труда; производство дешевых стройматериалов; освобождение занимаемых отвалами земель, ликвидация источников загрязнения окружающей среды.

## Библиографический список

1. Зубков Р.М., Аверин Г.В. Энергетические проблемы деминерализации шахтных вод // Охорона навколишнього середовища та раціональне використання природних ресурсів / Збірка доповідей I Міжнародної наукової конференції аспірантів та студентів. Т.1 – Донецьк: ДонНТУ, ДонНУ, 2002. – С. 90-91.

2. Современные экологические проблемы Донецкого бассейна. [Электронный ресурс] / Панов Б.С., Шевченко О.А., Дудик А.М., Дудик С.А., Селяков С.Ю. – Режим доступа: <http://masters.donntu.edu.ua>.

3. Уханёва М.И. Химическая оценка отходов угледобычи // Вестник Харьковского национального университета. – 2010. - №18 (41).

ДОНЦОВА А.Ю., гр.51 ФМЕ

Наук. керівн.: Никифорова В.Г., к.е.н., доц.  
ДВНЗ "Одеський національний економічний університет",  
м. Одеса

## ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЗАЙНЯТОСТІ ІНВАЛІДІВ В УКРАЇНІ

*Вивчено проблеми інтеграційних процесів осіб з інвалідністю у трудове життя та визначено шляхи і заходи їх активізації з боку держави та роботодавців.*

**Актуальність.** Останнім часом в Україні все більше уваги приділяється питанням інтеграції осіб з інвалідністю у трудову діяльність. Особливої актуальності ці питання набувають у зв'язку з ратифікацією Україною у грудні 2009 р. Конвенції ООН про права інвалідів. Цим актом Україна приєднується до держав, які беруть на себе зобов'язання щодо забезпечення повного і рівного користування людьми з інвалідністю усіма правами людини та основоположними свободами для сприяння їхньої участі у громадському, політичному, економічному, соціальному і культурному житті при рівних можливостях. Особлива роль у соціальній інтеграції інвалідів належить участі інвалідів у сфері праці, яка найбільшою мірою забезпечує реалізацію їхніх потреб та можливостей.

экономических (постоянное удорожание сырья, извлекаемого из недр в связи с разработкой месторождений на всё более значительных глубинах; истощение запасов полезных ископаемых в недрах; снижение производительности труда и уменьшение темпов добычи полезных ископаемых в связи с постоянным ухудшением горно-геологических условий), социальных (осложнение ситуации с занятостью трудовых ресурсов региона вследствие уменьшения объема работ, вызванного истощением запасов полезных ископаемых; ухудшение условий труда при эксплуатации глубокозалегающих месторождений; высвобождение рабочей силы закрываемых шахт), экологических (исключение из хозяйственного оборота больших площадей земель, занятых терриконами; уничтожение или снижение качества земель из-за пылевых заносов с отвалов; загрязнение окружающей среды (почв, поверхностных и подземных вод, воздуха) тяжелыми металлами и солями).

Таким образом, все вышеизложенное указывает на актуальность и важность проблемы переработки и полной утилизации отходов угледобывающей отрасли.

Известны следующие основные технологий переработки отходов жизнедеятельности угольных предприятий:

1. Метод агломерации получение материалов строительной промышленности.
2. Метод получения глинозёма.
3. Метод сепарации (получение железа, алюминия, германия, скандия).

При рассмотрении содержания указанных технологий принимались во внимание такие аспекты, как сложность реализации метода переработки, разрешение экологических проблем, создание рабочих мест в регионе, срок окупаемости капиталовложений.

Проанализировав каждый метод, выявлено, что наиболее выгодный – это метод сепарации для получения железа, алюминия, германия, скандия. Отходы по данной технологии могут использоваться для дальнейшего производства стройматериалов. Суть данной технологии состоит в том, что специальные дробилки и сепараторы, выделяют отдельные элементы.

По оценкам специалистов, необходимо 4,7 млн. долл. на оснащение предприятия комплексной переработки отвалов плавильными печами и электрогидравлическими дробилками, а также примерно столько же на закупку химреактивов для работы.

Для размещения предприятия по переработке угольных отходов необходимо 2 га земли. Производство должно быть обеспечено всем необходимым оборудованием для производства, а так же трансформаторными подстанциями, линиями электропередачи, газоснабжением, водоснабжением, и телефонной связью. Окупаемость вложений в проект оценивается на уровне 2,5-3 лет.

собой сконструированный и экономически обусловленный образ-представление об объекте рекламирования, имеющий двойную локализацию: задан на рекламоносителях, а также представлен в индивидуальном и массовом сознании. Рекламный образ многообразен и простирается от дискретного логотипа, требующего активного и системного продвижения, до глобального бренда, вышедшего в поле массовой культуры и функционирующего уже по законам художественного образа.

Другими словами, реклама предстает как сложный феномен, который в своем возникновении и развитии проходит три содержательных поля: экономические процессы, социальные процессы, общепсихологические и социально-психологические процессы. Реклама меняет, трансформирует свое содержание, природу и свою локализацию. Сначала это экономически детерминированный феномен (функция производства), инструмент управления спросом. На этом этапе рекламный образ привязан к материальному субстрату. Затем посредством средств массовых коммуникаций первоначальный рекламный образ транслируется в массовое и индивидуальное сознание.

В первом случае возникает рекламный образ как социальное представление об объекте рекламирования. Во втором, индивидуальное представление, которое имеет тесные смысловые и «энергетические» связи с массовым сознанием. Эти образы нагружены различными коннотациями, проассоциированы с конкретными социальными ситуациями и в них имплантирован мотивирующий потребление механизм.

Высокая степень представления рекламного образа в индивидуальном сознании, его целостности и позитивности обуславливают личное потребление.

**Выводы.** Таким образом, потребление имеет двойное определение. С одной стороны, рекламные воздействия формируют новые и «питают» уже существующие рекламные образы, с другой, - массовое сознание оказывает аналогичное воздействие посредством системы социальных норм, культурных воздействий и т.д. и т.п.

Полагаем, что общая теория рекламы должна рассматривать рекламу в единстве трех измерений:

- в экономических процессах (обеспечение эффективного функционирования системы производство-потребление)
- в социальных процессах (формирование потребительских социальных представлений и потребительского общества в целом)
- обще-психологических и социально-психологических процессах (формирование потребителя, потребительские мотивы, потребительское поведение).

В качестве иллюстрации социальных процессов укажем основные научные представления о потреблении, которые, без сомнения, можно

будет зафиксировать и на уровне социальных представлений и, которые сформированы главным образом посредством рекламного воздействия.

Это:

1. Потребление как присвоение символов и конструирование идентичностей;
2. Потребление как способ заполнения свободного времени, которое может эквивалентно конвертироваться в потребление;
3. Потребление как идеология крупных транснациональных компаний, создающих условия и легитимизирующих свою сверхприбыль;
4. Потребление есть следствие беспрецедентной конкуренции между брендами;
5. Потребление есть следствие нового типа личности – «свободный потребитель»;
6. Потребление выступает как способ социальной дифференциации в обществе;
7. Потребление становится одним из самых эффективных способов самовыражения личности;
8. Потребление выступает как самовоспроизводящаяся система, когда реализация одних потребительских мотивов сразу же приводит к возникновению новых;
9. Потребление есть издержки процессов глобализации;
10. Потребление как коммуникативный феномен общества постмодерна;
11. Потребление как дисфункция общества и как невротическое проявление личности.

#### **Библиографический список**

1. Мозер К. Психология маркетинга и рекламы // -Х.: Изд-во Гуманитарный Центр, 2004, - 380 с.
2. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. 2-е изд. // Изд-во: Питер, 2005, - 384 с.

СТАНЕВ Я.В., докторант  
Науч. руков.: Варамезов Л., доц., д-р  
Стопанска академия „Д.А. Ценов”,  
г. Свищов

#### **АУТСОРСИНГ НА БИЗНЕС ПРОЦЕСИ**

**Актуалност.** Аутсорсингът на бизнес процеси бележи голям напредък в развитието си, тъй като все повече предприятия прибягват до използването му. Някои от основните причини за бързото му развитие са

региона ущерб по нескольким направлениям. Терриконы оказывают негативное воздействие на атмосферу, почвы, поверхностные и подземные водные источники.

Во влажном воздухе сернистый ангидрид, который выделяется из терриконов, образует серную кислоту, которая вместе с дождями выпадает на землю. Многие из терриконов горят, и это способствует значительному изменению состава атмосферного воздуха и выпадению кислотных дождей, а также небольшие количества сероводорода, оксидов азота и других продуктов горения.

Подземные воды при взаимодействии с терриконами сильно обогащаются взвешенными частицами, и из слабощелочных становятся кислыми. На землях занятых под терриконами почвы, в отличие от природных, в верхних горизонтах нарушены (насыпаны, срезаны, перемешаны). В таких почвах изменены кислотно-щелочной баланс и физико-механические свойства. На запечатанных территориях, в терриконах шахтные породы с течением времени под действием жизнедеятельности бактерий в сочетании с действием влаги и колебаний температуры выветриваются. Этот процесс негативно сказывается на прилегающей территории.

Терриконы загрязняют прилегающие черноземные почвы, делают их непригодными для всего живого. Смываемая порода очень токсична, так как окисление пирита способствует тому, что свежесыпанная нейтральная порода терриконов с течением времени становится сернокислой.

Таким образом, проблема переработки терриконов является актуальной с позиции экологического состояния региона. Однако важно также изучить экономическую целесообразность освоения терриконов.

Состав терриконов довольно богат рядом редкоземельных металлов и элементов, о чем свидетельствуют многочисленные исследования. В частности, отметим некоторые позиции:

Германий — 55 г/т (рентабельность от 3 г/т), стоимость: до 1400 долл./кг.

Скандий — 20 г/т (рентабельность от 10 г/т), стоимость: около 42 тыс. долл./кг.

Галлий — 100 г/т (рентабельность с 10 г/т), стоимость: порядка 1,5 тыс. долл./кг.

Общее количество редкоземельных элементов — 250 г/т.

Стоимость сырья, полученного из одного террикона среднего объема, составляет около \$100 млн. Это выгода от переработки всего лишь одного террикона, в то время как в Донбассе их насчитывается свыше тысячи.

Разработка инвестиционного проекта по переработке отходов угольных предприятий обусловлена следующим рядом проблем:

проблем банківської системи в цілому, є досить високий ризик кредитних операцій. По-перше, теоретична недосконалість питання захисту інтересів кредитора від кредитних ризиків, по-друге, незадовільний фінансовий стан більшості суб'єктів підприємництва, по-третє, невисока кадрова підготовка працівників банківської системи тощо.

Для поліпшення стану справ в Україні у сфері кредитування необхідне досягнення фінансової і мікроекономічної стабільності, проведення раціональної промислової і податкової політики, що дозволило б банкам здійснювати виробничі інвестиції, а позичальникам - відновити свою кредитоспроможність. Кредит має створювати сприятливі умови для розвитку всіх сфер і галузей національної економіки України.

#### Бібліографічний список

1. Долан Эдвин Дж., Кэмпбелл Колин Д., Кэмпбелл Розмари Дж. Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика. — М.: Л., 1991. — С. 19.
2. Електронний ресурс: <http://www.oschadnybank.com.ua>.

КУЧЕРЕНКО В.О., ст. гр. МО-08а  
Науч. руков.: Гайдай Р.Ф., ст. преп.  
ДВНЗ "ДонНТУ" Автомобільно-дорожній інститут,  
г. Горловка

#### ОБОСНОВАНИЕ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ РАЗРАБОТКИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ПО ПЕРЕРАБОТКЕ ОТХОДОВ УГОЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

*Рассмотрена экономическая и экологическая целесообразность переработки отходов деятельности угольных предприятий и обоснован выбор технологии по переработке.*

**Актуальность.** Несмотря на трудности и многочисленные риски, перспективность использования сырья горных отвалов очевидна, т.к. их утилизация позволяет решать одновременно целый ряд экономических, социальных и экологических проблем региона.

**Мета исследования.** Обоснование экономической, социальной и экологической целесообразности переработки отходов деятельности угольных предприятий и метода переработки.

**Основная часть.** В Донецком регионе уже на протяжении многих десятков лет производится активная промышленная разработка месторождений каменного угля. Отходы деятельности угольных предприятий накапливаются, занимая территорию и причиняя экологии

возможности за намаляване на разходите и съсредоточаване върху основния бизнес на компаниите.

**Цели на изследването.** Да се разкрият нови възможности за междуфирмени партньорства; да се поясни кога е препоръчително използването на аутсорсинг на бизнес процеси; да се запознаят повече компании с аутсорсинга на бизнес процеси и да го използват като средство за повишаване на тяхната конкурентоспособност.

**Основна част.** Аутсорсингът на бизнес процеси (BPO – Business Process Outsourcing) най-общо се изразява в дългосрочно предаване на бизнес процеси, преди това изпълнявани самостоятелно от предприятието, на външни, специализирани в тяхното изпълнение, организации.<sup>4</sup> Това дава възможност на възложителя да се съсредоточи върху основната дейност на компанията, да подобри качеството ѝ и да намали разходите за нейното осъществяване. Не на последно място е и прехвърлянето на отговорността за изпълнението на изнесените дейности, тъй като възложителя изцяло се освобождава от такава, чрез предаването на бизнес процесите на външния изпълнител. Най-често изнасяните дейности са управление на персонала, ИТ – услугите, счетоводната дейност, маркетинга и др. Обикновено те са периферни за предприятието и чрез прехвърлянето им се освобождава много кадрови ресурс, който е нужен за повишаване качеството и стойността на продукта/услугата чрез съсредоточаване върху основната дейност.

Според CIO Research аутсорсингът на бизнес процеси е необичайно динамично развиващ се вид, като най-силно той нараства в сферата на финансите и счетоводството. Още през 1977 г. изследване на Американската асоциация по мениджмънт, проведено в 600 фирми, показва, че 20% от тях са предали чрез аутсорсинг поне някаква част от финансовите и счетоводните си операции, а 80% - част от административните функции.

Аутсорсингът на бизнес процеси много често се разделя на две категории. Първата е аутсорсинг на бек-офиса, която включва счетоводство, охрана, управление на човешките ресурси, финанси и кредитен мениджмънт, както и други специфични за някои сектори бизнес процеси. Втората категория е свързана с клиентите или т. нар. фронт офис, включваща маркетинга, управлението на отношенията с клиенти и др. Прилагането на аутсорсинг на бизнес процеси се свързва не само с отдаването на процеси на външен изпълнител, но и с управлението им, което също може да се делегира на аутсорсингова компания. По този начин се освобождава голям мениджърски потенциал, който може да бъде

<sup>4</sup> Варамезов, Л. и др. Аутсорсингът в българските предприятия (приложение, рискове, ефекти). – Алманах научни изследвания, том 13, 2010.

насочен към ключовите дейности на компанията възложител. Важен момент е да се оцени нивото на контрол, което фирмата иска да запази върху изпълнителя, защото в даден момент може да стане зависима от него. Тъй като успехът при аутсорсинга на бизнес процеси зависи в голяма степен от определяне на качеството на изпълнение на услугата, възложителят трябва ясно да определи правилата и да постави своите изисквания. Обикновено водеща роля имат качеството, намаляването на разходите и ускоряване на времето за осъществяване на процесите. При вземането на решение за аутсорсинг на бизнес процеси, ключовият момент е кои точно да се отдадат на изпълнител и върху кои компанията да съсредоточи своя потенциал. Възложителят трябва да определи не кои бизнес процеси може да отдаде на доставчик, а кои не може. Процесите, които са основни за компанията, не бива да се прехвърлят на външни изпълнители, тъй като:

Предаването на основни бизнес процеси за компанията възложител крие реален риск от изтичане на конфиденциална информация и появата на нов конкурент, използващ опита и знанията на поръчителя.

Загуба на контрол над собствените ресурси - частично изолиране на ръководството от дейностите на компанията, в следствие на което може да се стигне до вземане на неадекватни решения; вероятност от намаляване на производителността на собствените служители.

Фалиране на консултанта (изпълнителя).

Неспазване на договора и на взаимните права и задължения.

Неочакван отказ от страна на аутсорсинг компанията - риск, който винаги съществува. Появяването на подобен отказ води до спешно търсене на нови партньори или до самостоятелно изпълнение на функциите, които преди са били отдадени на аутсорсинг.

Непредвидени разходи.

Нарушаване на търговската тайна.

Нарушаване на осъществяването на останалите процеси в организацията.

**Изводи.** От всичко казано става ясно колко важен е изборът на аутсорсинг партньор, тъй като от него до голяма степен се предопределя крайният резултат от аутсорсинг проекта. Изборът на аутсорсингова компания изисква обективен и изчерпателен анализ. Това е необходимо, защото макар и все повече на аутсорсинга да се гледа като на дългосрочно партньорство, никоя фирма не може да допусне да изгуби контрола върху ключовите си дейности. Аутсорсингът на бизнес процеси води до редица положителни ефекти, но главно, което се цели чрез прилагането му, е изпълнението на стратегическите цели на компанията.

### Библиография

1. Аникин Б., Рудая И., Аутсорсинг и аутстаффинг: високи

Таблица 1

Рейтинг банків за активами станом на 1 квітня 2011 року

№	Назва	Активи, млн. грн.		Прибуток, млн. грн.
		Активи, млн. грн.	Власний капітал, млн. грн.	
1.	Приватбанк	128 360	12 326	434,65
2.	Укресимбанк	76 255	17 597	17,13
3.	Ощадбанк	68 081	16 838	126,61
4.	Райффайзен Банк Аваль	54 886	6 454	1,54
5.	УкрСиббанк	46 868	4 866	-170,60
6.	УніКредит	41 745	6 590	1,90
7.	Промінвестбанк	34 948	4 537	-48,67
8.	Банк ВТБ	33 589	3 597	117,49
9.	Альфа-Банк	28 473	3 135	2,43
10.	ОТП Банк	24 630	3 667	269,51

Як видно з таблиці, трійку лідерів за активами очолюють Приватбанк, Укресимбанк, Ощадбанк.

Що стосується рейтингу банків за вкладами фізичних та юридичних осіб, то перші три місця очолюють Приватбанк, Ощадбанк та Райффайзен Банк Аваль відповідно (див. табл. 1, 2).

Таблица 2

Рейтинг банків за вкладами фізичних і фізичних осіб

№	Назва	Кредити, млн. грн.		Кошти, млн. грн.	
		Фізичні особи	Юридичні особи	Фізичні особи	Юридичні особи
1.	Приватбанк	21 613	89 857	61 222	20 309
2.	Ощадбанк	4 844	51 266	20 722	18 164
3.	Райффайзен Банк Аваль	21 852	40 192	16 411	12 407
4.	Укресимбанк	1 091	21 898	13 291	11 738
5.	УкрСиббанк	23 784	13 150	12 663	7 966
6.	Промінвестбанк	1 131	26 248	10 798	7 951
7.	УніКредит	19 122	19 187	10 010	5 319
8.	Фінанси та Кредит	4 098	18 043	6 892	4 899
9.	Дельта Банк	5 406	-	6 549	-
10.	Брокбизнесбанк	2 896	-	6 523	-

Представимо рейтинг надійності українських банків за результатами першого півріччя 2011 року (табл.2). Банк Україна у загальному підсумку набрав 902 бали, тому очолює трійку лідерів, 2-ге місце зайняв Ощадбанк з кількістю балів - 840, закриває трійку лідерів Укресимбанк з кількістю балів - 807.

**Висновки.** Отже, поки що вітчизняна кредитно-банківська система не виконує ролі прискорювача розвитку національної економіки. Однею з

дискусійним. Поняття кредитно-фінансової політики трактується багатьма авторами такими як: Орлюк О.П., Адамик Б.П., Лютий І.О., І.О. Петровська та Д.В. Клиновий, Ф. Нітті та багатьма іншими.

**Мета дослідження.** Визначення сутності кредитно-фінансової політики, аналіз даної політики на прикладі банків України.

**Основна частина.** В Україні кредитна політика банків загалом і кредитна політика у сфері кредитування фізичних осіб, зокрема, залежить від двох груп чинників:

1) зовнішніх: загальний стан економіки країни, темпи інфляції; грошово-кредитна політика Національного банку України; рівень доходів населення, здатність споживати банківські послуги, наявність соціальних пільг; регіональна та галузева специфіка функціонування банку; рівень цін на банківські продукти та послуги;

2) внутрішніх: кредитний потенціал банку; ступінь ризику та придатності окремих видів споживчих позик; стабільність депозитів; спектр виконуваних операцій і послуг; забезпеченість позик;

Єдиної кредитної політики для всіх банків немає. Кожен банк визначає власну кредитну політику, беручи до уваги всю сукупність ризиків (внутрішніх і зовнішніх), які впливають на ефективність його діяльності, враховуючи також ставлення керівництва банку до ризику.

Що стосується фінансової політики, то фінансова політика – це сукупність державних заходів щодо використання фінансових відносин для виконання державою своїх функцій. Фінансова політика включає 3 основних елемента: розробка загальної концепції фінансової політики, визначення його основних напрямків, цілей, головних завдань; створення відповідного фінансового механізму; керування фінансовою діяльністю держави й інших суб'єктів економіки.

У процесі аналізу кредитної активності банків за перше півріччя 2011 року можна сказати, що найбільший вклад у зростання кредитної активності банків за результатами першого півріччя був зроблений Приватбанком, кредитний портфель якого за півроку зріс на 16,15 млрд. грн. Значний вклад у зростання загального обсягу кредитного портфеля банків було зроблено: Ощадбанком (+4,67 млрд. грн.), Укргазбанком (+1,92 млрд. грн.), ВТБ Банком (+1,74 млрд. грн.) та Альфа-банком (+1,52 млрд. грн.). Загалом вказані банки збільшили кредитний портфель за півроку на майже 10 млрд. грн.

Рейтинг банків за активами станом на 1 квітня 2011 року, подан у таблиці 1.

технологии менеджмента. Москва, ИНФРА-М, 2009.

2. Варамезов Л. и др. Аутсорсингът в българските предприятия (приложение, рискове, ефекти). – Алманах научни изследвания, том 13, 2010.

3. Календжян, С.О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний. Москва., Дело, 2003.

4. Хейвуд, Дж. Б. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ. Москва., Изд. дом. „Вильямс”, 2004.

5. Burkholder, N. Outsourcing. New Jersey. John Wiley & Sons, Inc., 2006.

6. <http://www.events.pari.bg/>.

7. <http://www.outsourcing.com/>.

BLAZHEVA V., PhD, Assoc. Prof.  
D.A. Tsenov Academy of Economics,  
Svishtov, Bulgaria

## REFORMS OF THE COMMON AGRICULTURAL POLICY THE EUROPEAN UNION

**Relevance.** The theme of the challenges facing European agriculture is particularly relevant at present in view of the ongoing cardinal changes in the economy, particularly in the agricultural sector, which require continuous reform of the Common Agricultural Policy (CAP) of the European Union (EU). This is particularly relevant in terms of its alignment with the higher demands of society for healthy foods, preservation of rural areas, ensuring the production of higher quality products and maintaining farmers' incomes.

Object of study is the Common Agricultural Policy of the European Union and in particular the reforms to the decision to apply it at a conference in Stresa in 1958 to the present.

This paper aims to study the instruments and mechanisms of the Common Agricultural Policy of the European Union and its application in the conduct of European agricultural policy.

**The aim of the study.** Common Agricultural Policy consists of European legislative acts and practices aimed at implementing a common (single) policy on agriculture. Conducting agricultural policy is regulated in Art. 32-38 of the Treaty establishing the European Community.

Practical Common Agricultural Policy in the European Union has existed since the early '60s, due to the presence of deficits in most markets for food products. This system quickly show its drawbacks in terms of surpluses of agricultural commodities. It marks, however, various stages of evolution.

**Classical Period (1962-1972)** The policy of the early '60s can be traced

in two respects: firstly it affected consumers who pay higher prices, and - very quickly overcame the shortfall after the Second World war. Used instruments of the common agricultural policy is reduced to a common mechanism consisting in the use of: guaranteed prices, import charges and compensatory export subsidies.

**Reform of the stabilizers (1985-1990)** - With the Green Paper - a consultation document, place the guidelines for future development of the Common Agricultural Policy. The mechanism of action of stabilizers consists in that when production exceeds predetermined by the European Commission (EC) number, the level of funds to support the sector is automatically reduced. A key element of EU policy for the period 1988/89 prices are restrictive.

The aim of the **reform Maksheri (1991-1997)** is to adapt the mechanisms of the CAP to the situation differs substantially from that in the '60s on through for the first time was reasonably recognized the inability of the system to maintain the prices of agricultural goods covered both in income support for farmers and lead to better balance the markets. Positive results achieved by introducing a complex system of administrative control are expressed as: reduction in intervention stocks, limiting the crop area, reducing guaranteed prices.

The reform of the CAP is associated with international trade in agricultural goods, conducted on the basis of **the Uruguay Round negotiations under the GATT** (General Agreement on Tariffs and Trade). The transition from a state of deficits to surpluses in many sectors of agriculture determined the increase in exports to third countries in order to stabilize the markets in Member States.

**Fischler reform ("Agenda 2000")** The objectives of reform are aimed at: promoting farmers (by increasing product quality, not quantity), production of organic products, developing farming, friendly environment. The main goal of reform is the transformation of farmers into entrepreneurs.

**The reform of the CAP 2003** is aimed at supporting the agricultural sector and rural development. The proposed system integrates all existing direct payments a producer receives from various projects in a single payment. The reform aims to strengthen the market orientation of farmers who are leading in demand and customer requirements.

With **"Health Check" of 2008** aimed at modernizing, simplifying and streamlining the CAP in terms of new challenges facing European agriculture: climate change, better water management and biodiversity protection.

In terms of the objectives of the **new Common Agricultural Policy of the European Union** and trends reformed CAP ("Europe 2020") [1] aims at restructuring its three aspects: ensuring food security; environmental protection; ensuring sustainable rural development.

Thus farmers will increase their competitiveness in terms of ensuring optimal use of resources from one country. On the other hand, this is a

стратегій підприємства, забезпечувати нарощування інтелектуального капіталу, забезпечувати соціальний розвиток працівників і підприємства в цілому, формувати здорові соціально-трудова відносини, підвищувати якість трудової культури працівників підприємства та забезпечувати основи гідного трудового життя працівників.

#### Бібліографічний список

1. Автоматизированные информационные управляющие системы: Монография  
[http://window.edu.ru/window\\_catalog/pdf2txt?p\\_id=30898&p\\_page=12](http://window.edu.ru/window_catalog/pdf2txt?p_id=30898&p_page=12).
2. Виноградский М.Д., Беляева С.В., Виноградская А.М., Шканова О.М. Управление персоналом: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 504 с.
3. Егоршин А.П. "Управление персоналом: Учебник для вузов – 6-е изд., доп и перераб. – Н.Новгород: НИМБ, 2007. - 1100 с.
4. Економіка підприємства: підручник. – за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С.С. Покропівного. – К.: КНЕУ, 2003.- 608с.
5. Жуковский М.О. Трудовые ресурсы как складовая конкурентоспособности предприятия// Актуальные проблемы экономики – 2007. - № 2 (68). - С 54-57.

САВЧИН О.С., ст.гр. МОс-11а  
Наук.керів.: Севрюкова С.В.  
ДВНЗ "ДонНТУ" Автомобільно-дорожній інститут,  
м. Горлівка

#### АНАЛІЗ КРЕДИТНО-ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ УКРАЇНИ

*Розглянуто особливості функціонування кредитно-фінансової політики банківських установ, визначено сучасний фінансово-економічний стан банківських установ в Україні.*

**Актуальність.** В сучасних умовах ринкової економіки роль банківської системи у механізмі розвитку національної економіки має велике значення. Україна вже багато років будує власну банківську систему, орієнтовану на обслуговування ринкової економіки. Проте сьогодні існує ще багато проблем у банківському секторі економіки, зокрема, забезпечення необхідної надійності, фінансової стійкості як самої системи, так і її безпосередніх учасників – комерційних банків.

Питання про поняття кредитно-фінансової політики має методологічне значення і в практиці та економічній науці є доволі



М. Долішній вважає, що поняття «кадровий потенціал» відображає ресурсний аспект соціально економічного розвитку. Економічний аспект, в свою чергу, розглядає кадровий потенціал, як результативність, ефективність діяльності самого підприємства та відповідний підхід з цих позицій до всіх якостей працівника.

Кадровий потенціал має структурні компоненти :

1. Психофізіологічні: професіоналізм, трудова дисципліна, освіта, трудова мотивація, творча активність, творчий потенціал, стаж роботи на підприємстві, загальний стаж роботи, досвід;

2. Соціально-демографічні: здоров'я, працездатність, психологічні особливості, фізіологічні особливості, стать, вік, конфліктність, комунікабельність, сімейний стан;

3. Особисті: аналітичний склад розуму, потреби, схильності, наполегливість, інтуїція, схильність до лідерства, спостережливість, відповідальність.

Для ефективного здійснення стратегічних та можливих цілей підприємств потрібні професійно-компетентні працівники відповідно до сучасних вимог праці.

Розвиток професійно можливостей повинно стояти на першому плані, для чого необхідно: підтримка здібних до навчання працівників; поширення знань і передового досвіду; навчання молодих кваліфікованих співробітників; усвідомлення управлінським персоналом важливості розвитку співробітників; зниження плинності кадрів.

При ринкових відносинах значення розвитку кадрового потенціалу буде незмінно рости.

На виході організації, як кадрової системи знаходяться процеси плинності і звільнення кадрів. Зворотній зв'язок в кадровому циклі полягає у формуванні нового кадрового резерву або корекції існуючого.

Планування кадрового резерву має на меті спрогнозувати персональні просування, їх послідовність і супутні їм заходи. Воно вимагає опрацювання всього ланцюжка просувань, переміщень, звільнення конкретних співробітників.

Можна виділити наступні основні етапи процесу формування резерву кадрів: складання прогнозу передбачуваних змін у складі керівних кадрів; попередній набір кандидатів у резерв; формування складу резерву кадрів.

**Висновки.** Отже, проведення моніторингу кадрового складу на підприємстві дозволяє забезпечити не тільки формування високої якості кадрового потенціалу підприємства і працівника, а й забезпечити ефективність його використання й реалізації в умовах конкурентних переваг. І тим самим - раціонально формувати й реалізовувати ефективну систему управління персоналом на підприємстві, створювати збалансований внутрішній ринок праці відносно спеціалізації і виробничо-маркетингових

prerequisite for obtaining high quality food at reasonable prices European consumers [3, 4].

After public consultation in 2010 on the future Common Agricultural Policy, participants are united around three main objectives [2]: viable food production; sustainable management of natural resources and action on climate; maintaining the territorial balance and diversity of rural areas.

**The main part.** That allows us to deduce the strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT analysis) of implementation of the CAP of the EU:

*Strengths* - to ensure the sustainability of food supply, production of high quality products, provide healthy food to the public and ensure farmers' incomes, encouraging the development and preservation of rural holding of free trade within the Community uniform prices; protection imports from third countries, the implementation of subsidized exports to third countries, making the farmers and other entrepreneurs.

*Weaknesses* - high costs of conducting the CAP of the EU support of farmers discourage them, high costs for food, does not provide income for small farmers; intensification of production, there are differences between the EU-12 and the EU-15 in implementation of the Common Agricultural Policy of the European Union need to modernize, simplify and streamline the CAP of the EU and others.

*Opportunities* - effective and sustainable agriculture, market-oriented agricultural sector, improving the competitiveness of agricultural production; acceptable standard of living for farmers; protection from fluctuations in world prices, the elimination of imbalances in supply and demand, attracting young farmers, stimulation employment and entrepreneurship in rural areas and other.

*Threats* - strong competitive pressure on the European market, continued reform of the CAP of the EU; adapt to changing international trade rules, to regulate the market of agricultural products, the difference in payments in the EU-12 and EU-15 is a prerequisite for uncompetitive; differences in economic and agro-climatic conditions of different regions and Member States, climate change and others.

Challenges to the Common Agricultural Policy of the European Union require it to be aimed at making European agriculture more dynamic and competitive sector. The global economic crisis requires a review of proposals for conducting future European agricultural policy. From this position may require application of existing mechanisms and instruments of the CAP of the EU.

## References

1. CAP 2020: preparing for future challenges in the field of food, natural resources and territorial, European Commission, Brussels, 2010.
2. Common Agricultural Policy after 2013 - Public Debate, Summary Report, 2010.

3. Three years of the Common Agricultural Policy of the European Union: conclusions, recommendations and new opportunities for Bulgarian agriculture", "Economedica" AD 2011.

4. <http://ec.europa.eu/news/agriculture>.

РЫБАЛКО Ю.Э., ст.гр. ЭПЭК-11

Науч. руков.: Ровт Э.П., ассист.

ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",

г. Донецк

### **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА НА КОММЕРЧЕСКИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ФИРМАХ**

*Изучена социально-экономическая проблема предприятий, на примере коммерческих строительных фирм, разработан мотивационный механизм управления персоналом для его применения в коммерческих фирмах строительного профиля.*

**Актуальность.** Немаловажную роль в переходе к рыночной экономике играет повышение трудовой активности работников, основанной на формировании действенной системы мотивов и стимулов, предполагающей прямую зависимость экономического развития не только от прямого действия органов управления, но и от активности отдельного работника.

Сегодня ведутся активные поиски новых форм и методов мотивации трудовой активности человека. Эти процессы, с одной стороны, основываются на анализе и переоценке сложившихся представлений о побуждениях к труду, а с другой в новых научных исследованиях отечественных и зарубежных специалистов в области мотивации труда социологов, психологов, педагогов.

**Цель исследования.** На основе анализа и обобщения имеющегося отечественного и зарубежного опыта, изучения путей повышения деятельности коммерческих организаций, разработан мотивационный механизм управления персоналом для его применения в коммерческих фирмах строительного профиля.

**Основная часть.** Мотивация персонала занимает одно из центральных мест в системе управления любым социально-экономическим объектом. Она является одной из функций управления наряду с планированием, организацией, контролем, принятием решений. Например, управление такими мотивами, как карьерный рост, статус, слава, оценка, ясность цели, может влиять на энтузиазм сотрудника не меньше, чем высокая зарплата и бонусы.

- формування корпоративних правил, корпоративної культури;
- повага до співробітників компанії, як обов'язкова складова успіху;
- проведення корпоративних тренінгів;
- проведення свят та неформальних зустрічей зі співробітниками.

### **Бібліографічний список**

1. Отченаш К.Г., Сокольвак Я.Ю., Свірідова Є.А. Деякі аспекти поліпшення соціально-психологічного клімату в колективі// [http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2011\\_3/Sokolvak\\_311.htm](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2011_3/Sokolvak_311.htm).

2. Андреева Г.М. Социальная психология и социальные изменения // Психологический журнал. – Том 26. – 2005. – №5. – С. 9-13.

3. Еникеев М.И. Общая и социальная психология: Учебник для вузов – М.: Норма, 2002. – 624 с.

4. Андреева Г.М. Социальная психология. М.: изд-во МГУ, 2002.– 431 с.  
Технології роботи організаційних психологів: Навчальний посібник / За наук. ред. Л.М. Карамушки – К.: Фірма «ІНКОС», 2005.- 366 с.

ГАЙДУКОВА О.С., ст.гр. МО–10с

Наук.керів.: Севрюкова С.В.

ДВНЗ "ДонНТУ" Автомобільно-дорожній інститут,

м. Горлівка

### **КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА, ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

*Розглянуто підходи щодо визначення сутності й структури соціально економічної категорії «кадровий потенціал» підприємства, визначено його роль у підвищенні конкурентоспроможності підприємства.*

**Актуальність.** У процесі переходу до нових соціально-економічних умов підприємства зіштовхнулися із однією з головних проблем функціонування та розвитку підприємства. Складна конкурентна обстановка практично в усіх галузях, зумовлює необхідність вирішення проблем кадрового потенціалу на підприємстві. Промислові підприємства відчують серйозний дефіцит кваліфікованих працівників, що змушує кадрові служби вести постійний пошук і додаткову підготовку кадрів.

**Мета дослідження.** Розкрити поняття кадрового потенціалу та обґрунтувати структуру та компоненти кадрового потенціалу.

**Основна частина.** Персонал розглядається як основний ресурс підприємства, що визначає, в першу чергу, її економічний потенціал і успіх діяльності всього підприємства.

відладженість трудового процесу, особисті якості працівників, корпоративна культура, груповий тиск, психологічна сумісність і спрацьованість людей в робочих групах, співвідношення чоловіків і жінок в колективі, розміри первинного колективу, вікова структура колективу.

Позитивний соціально-психологічний клімат не є продуктом спонтанного розвитку групи. Він є нагородою за завзяту, цілеспрямовану і тривалу працю всього колективу, результатом добре спланованої й організованої діяльності.

До суттєвих характеристик сприятливого, або здорового, соціально-психологічного клімату, як до певної міри «ідеального», на формування якого має орієнтуватися будь-яка організація, належать такі (табл. 1) [5].

Таблиця 1

Модель сприятливого соціально-психологічного клімату (СПК)

Основні параметри СПК	Основні характеристики СПК
Стосунки	Гуманні, ставлення з повагою до кожного члена колективу
Спілкування	Взаємодопомога, ввічливість
Ставлення до праці	Творча спрямованість на інноваційну діяльність
Переважаючі цінності	Особистість, духовні потреби, самоактуалізація
Рівень громадської думки	Принциповість, взаємовимогливість, дисциплінованість
Ставлення до мети спільної діяльності	Позитивне, згуртованість
Переважний емоційний настрій (модальність)	Оптимістичний, мажорний тон
Емоційне реагування на негативні явища	Переживання, співчуття, активний пошук резервів подолання негативних явищ
Загальне емоційно-особистісне відчуття кожного члена колективу	Почуття захищеності

**Висновки.** Останнім часом все більша кількість керівників приходять до висновку про те, що ефективно управління соціально-психологічним кліматом в колективі – це ключ до успіху і процвітання будь-якої організації, де важливу роль грає людський чинник.

З усього вищевказаного впливає необхідність усвідомленої активності, спрямованої на формування, підтримку та регулювання сприятливого соціально-психологічного клімату колективу.

Особливу роль серед усіх інших факторів формування соціально-психологічного клімату трудового колективу відіграють стосунки керівництва і підлеглих, весь комплекс функцій, що виконується керівником.

Керівнику будь-якого рівня управління необхідно серйозну увагу приділяти заходам, які дозволять поліпшити морально-психологічний клімат колективу, а саме:

- розробка місії та цінностей компанії;

Изучением и исследованием методов мотивации персонала занимается достаточно большое количество ученых, которые на основе анализа и обобщения имеющегося отечественного и зарубежного опыта, изучения путей повышения деятельности коммерческих предприятий, выдвинули главную цель исследования проблемы мотиваций на коммерческих строительных фирмах. В результате исследований ряда ученых разработаны мотивационные механизмы управления персоналом для его применения в коммерческих фирмах строительного профиля. Реализация этих исследований обуславливает:

а) необходимость решения разработки основ управления мотивационными факторами в коммерческих фирмах строительного профиля;

б) обоснование сущности мотивации труда и исследование элементов мотивационного процесса; нахождение оценки основным теоретическим концепциям мотивации труда;

в) определение понятия "качество трудовой жизни" как одного из важных аспектов мотивационного управления, а также особенности материального стимулирования в фирмах строительного профиля;

г) анализирование степени удовлетворенности работой в этих организациях;

д) нахождение путей улучшения мотивации труда работников фирмы и разработка моделей мотивационного механизма управления персоналом на коммерческой строительной фирме.

С развитием рынка труда важной функцией организации является повышение качества трудовой жизни - уровня удовлетворения личных потребностей работников через их деятельность в организации. Качество трудовой жизни можно повысить, изменив в лучшую сторону любые параметры, влияющие на жизнь людей. Это включает, например, участие работников в управлении, их обучение, подготовку руководящих кадров, реализацию программ продвижения по службе, обучение работников методам более эффективного общения и поведения в коллективе, совершенствование организации труда и др. В результате трудовой потенциал получает максимальное развитие, а организация - высокий уровень производительности труда и максимальную прибыль. Данная концепция является одной из наиболее значимых разработок в области управления персоналом в последние годы.

Были рассмотрены показатели управления мотивационными процессами в коммерческих фирмах, заключающиеся в том, что на мотивацию труда влияют как особенности организационной структуры, так и факторы экономического, социального и психологического характера. Наряду с этими показателями была выявлена и детально обследована группа коммерческих строительных фирм и получены всесторонние характеристики работников, характеризующие сущность

мотивации, приведены особенности управления персоналом в строительных фирмах и изучено понятие «качества трудовой жизни». В связи с особенностями материального стимулирования, разработана социальная технология проведения исследований по проблеме разработки мотивационного механизма в строительных фирмах. Также было установлено влияние внешней среды на внутрифирменное управление.

Практическая значимость результатов изучения заключается в корректировке концепции построения мотивационного механизма для организаций в экономических условиях переходного периода. В ней решены также задачи построения эффективной организационной структуры фирмы и повышения эффективности управления ее персоналом.

**Выводы.** Таким образом в результате изучения социально-экономических проблем мотивации персонала можно сформулировать следующие выводы:

1. Подбор кадров в строительные коммерческие фирмы должен осуществляться по принципу узкой специализации. При этом, хотя основную стимулирующую роль продолжает играть заработная плата, немаловажная роль остается за «стабильностью» фирмы, ее положением на рынке, конкурентоспособностью выпускаемой продукции.

2. Понятие «качество трудовой жизни» напрямую связано с корпоративной культурой фирмы, сложностью и технологическими особенностями выпускаемой продукции, организационной структурой фирмы, стилем руководства и т.д.

3. Значительное число работников коммерческих строительных фирм не чувствуют уверенности в завтрашнем дне. Такая зависимость прослеживается даже независимо от уровня заработной платы.

4. Необходимо применение методов стимулирования и регулирования труда работников этих фирм с целью их более продуктивной работы.

#### **Библиографический список**

1. Андреев В.Н., Саулин А.Д. Целеполагание и мотивация в управлении производством. Учебное пособие. Л.: изд. ЛФЭИ. 1988. - 80 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление. М.: Экономика, 1989. -370 с.
3. Баутин В.М. Задоркин В.И. Складов В.Ф. Организация труда руководителей: Учебное пособие. М.: Союз, 1994. -24 с.

**Мета дослідження.** Вивчення впливу психологічного клімату на продуктивність діяльності працівників підприємства.

**Основна частина.** Головна мета застосування соціально-психологічних методів – формування в колективі сприятливого соціально-психологічного клімату.

Соціально-психологічний клімат (від грецького слова klima (klimatos) - уклін) – є одним із аспектів міжособистісних відносин, що проявляється у виді сукупності психологічних умов, які сприяють або суперечать продуктивній суспільній діяльності і всебічному розвитку особистості в групі.

Одним з перших розкрив зміст соціально-психологічного клімату В.М. Шепель. На його думку, психологічний клімат – це емоційне забарвлення психологічного зв'язку членів колективу, що виникає на основі їх близькості, симпатії, збігу характерів, інтересів, схильності. Він вважав, що клімат відносин між людьми складається з трьох кліматичних зон. Перша кліматична зона – соціальний клімат, який визначається тим, наскільки в даному колективі усвідомлені мета і завдання суспільства, наскільки тут гарантовано дотримання всіх конституційних прав і обов'язки працівників як громадян. Друга кліматична зона – моральний клімат, який визначається тим, яка моральна цінність в даному колективі є прийнятною. Третя кліматична зона – психологічний клімат, ті неофіційні відносини, які складаються між працівниками, які знаходяться в безпосередньому контакті один з одним. Психологічний клімат – це клімат, зона дії якого є більш локальною, ніж соціальний і моральний клімат [2].

За визначенням М.І. Снікєєва, соціально-психологічний клімат – «це переважаючий в групі або колективі відносно стійкий психологічний настрій його членів, що виявляється у всіх багатообразних формах їх діяльності. Соціально-психологічний клімат визначає систему відносин членів колективу один до одного, до праці, до навколишніх подій і до організації в цілому на підставі індивідуальних, особових цінностей, орієнтацій» [3].

Соціально-психологічний клімат залежить від великого числа чинників, що позитивно або негативно впливають на нього. На деякі з них керівникові можна чинити вплив, а на деякі — ні. Ці чинники розділяють на зовнішні і внутрішні [4].

Зовнішні чинники породжуються подіями, що відбуваються за межами організації. До них відносять проблеми в сім'ях, соціальні проблеми регіону, катастрофи і так далі. Оскільки зовнішні чинники знаходяться за межами прямого контролю керівника, то він повинен бути дуже досвідченим і уважним, щоб за можливістю позбавитися від їх впливу.

До внутрішніх чинників відносяться: стиль керівництва,

несвоєчасні її виплати; відсутність ритмічності виробництва; нестабільність ситуації на підприємстві; невідповідність виконуваних робіт рівню кваліфікації та основній професії; важкі та шкідливі умови праці; некваліфікована праця та інші. Початковим етапом процесу формування стабільного трудового колективу саме і є виявлення причин плінності кадрів. Однак можна уже стверджувати, що рівень плінності кадрів із зростанням рівня безробіття в Україні знижується.

#### Бібліографічний список

1. Шульга В.Г. Формирование кадрового резерва на промышленных предприятиях Украины в кризисной экономике/В.Г. Шульга // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. Спецвыпуск, том 2, 2009.-247-252.
2. Програма підготовки і використання кадрів в економіці Донецької області. -Донецьк: Донецька державна обласна адміністрація, 2002. -346 с.
3. Аутплейсмент – услуга по консультированию и продвижению на рынок труда сокращаемого персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ancor.ru/services/outplacement/>.

ПСХ М.О., ОШОВСЬКА Т.М., ст. гр. 52

Наук. керів.: Пучкова С.І., к.е.н., доц.

ДВНЗ "Одеський національний економічний університет",  
м. Одеса

#### ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВОГО СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ В КОЛЕКТИВІ

*Проаналізовано поняття соціально-психологічного клімату (СПК) в колективі. Виділено чинники впливу на СПК. Зазначено основні характеристики сприятливого СПК.*

**Актуальність.** Одним з найважливіших напрямків підвищення ефективності ролі й значення людського фактора в умовах сучасного виробництва є оптимізація управління соціально-психологічним кліматом трудового колективу.

Соціально-психологічний клімат – один не тільки з найбільш рухливих, але й з найбільш значимих компонентів у структурі соціально-психологічних умов і найважливіших факторів усієї життєдіяльності трудового колективу [1].

Висока значимість соціально-психологічного клімату обумовлена, насамперед, тим, що він відтворює пануючий внутрішній стан трудового колективу, його психологічну атмосферу.

PETROVA S.P., PhD, Assoc. Prof.  
D.A. Tsenov Academy of Economics,  
Svishtov, Bulgaria

#### STUDY THE SOURCES OF MARKET POWER OF RETAIL CHAINS

*The main purpose of this report is to investigate the sources of market power of retail chains as well as to assess the extent to which these sources are defensible, taking into account the one hand, the competitive situation on the other hand, correlations between the current market forces and the positions of competitors.*

**Relevance.** The development of retail chains is determined by the competitive advantages they provide to consumers. Over the last decade there has been strong interest of foreign retailers in the local market. National chains, in turn, expand their network of stores in different cities across the country, some of them adopt a policy of expansion abroad.

In a market with strong competition, survival and development of retail chains is related to the identification and use of sources of competitive advantage but also a permanent evaluation and analysis of their competitiveness. On this basis, draw conclusions and formulate recommendations for enhancing the competitiveness of retail chains.

**The aim of the study.** Along with opportunities for identifying and assessing the strength of market position in retail chains, particularly important for this study are determining factors of the sources of that power. This requires to analyze and assess the degree of complexity of research strength that make up the marketing position.

In literature from the perspective of the theory of distribution stands the importance of the following major sources of power in the market position of retail chains, namely:

- back vertically integrated with manufacturers and wholesalers;
- using his trademark;
- possession of preponderant information and logistics base.

Possibility of a reverse vertical integration are expressed on the one hand, in making direct deliveries from manufacturers and purchase them in large batches of goods, on the other hand, recall some of the functions of the wholesalers [2, p. 28]. Retail chains exhibit their power position in the channels of conversion through the following important economic tools and mechanisms:

- increased gross revenues by reducing the supply cost of production and increasing the level of trade margins;
- implementation of effective low for manufacturers and wholesalers of ways and forms of payment to the value of commercial transactions;
- making excessive demands on manufacturers to maintain the personnel

performing the functions of the location and arrangement of the contract products of the shelves in chain retail stores;

- admission of incomplete discharge the responsibilities of retailers for determination of conditions for quantity of supply;
- set unreasonably high entrance fees for individual items of production of producers and requiring higher entrance fees for barcode;
- determination of inappropriate size penalties on manufacturers and wholesalers for minor deviations from contract terms, etc.

Imposed by retail chains contractual conditions create economic advantages for them as buyers, but do not protect equally the interests of producers, in their capacity as sellers [1, p. 6; 3, p. 17]. For these and other reasons, to create conditions for conflict and inconsistency in the positions at issue kanalovi partners.

Another significant source of strength in the market position of the retail chains have used their own brands [4, p. 38]. Trademarks as an object of intellectual property, creating additional economic effects in the value chain.

In this regard, recent empirical economic research among retail chains operating on the Bulgarian market, shows that over 92% of them offer products with its own trademark. From the survey results showed that the question "At what number of producers procure the production of products under your own brand?" The responses are distributed as follows: See Table 1.

Table 1

Retail chains in the procurement of producing under private brands

On how many manufacturers procure the production of products under your own brand?	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b> to 5	7,1	7,1
over 5 to 10	21,4	28,6
over 10 to 20	-	-
over 20 to 30	-	-
over 30	21,4	50,0
unspecified response	50,0	100,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	

Data from Table. 3.4.1. show the following:

- 21,4% of cases assigned to more than 5 to 10 orders manufacturers to produce products under private brands. In this group of retail chains include chain of supermarkets "Elemag."
- A similar proportion - 21.4 percent - of respondents indicated that the award of more than 30 manufacturers, separated on identified criteria. With the highest relative weight here are retailers "Billa", "Kaufland" and "Piccadilly".
- Relatively low share of the surveyed chains - 7.1 percent - reported that the award of less than 5 orders manufacturers to produce products under private brands. Among retailers belonging to this group are building hypermarket chain

4.Невідповідність виконуваних робіт рівню кваліфікації та основній професії.

5. Важкі та шкідливі умови праці.
6. Некваліфікована праці.
7. Незручний графік роботи.
8. Незручне розташування роботи та ін. [2].

Заходи, що спрямовані на нормалізацію процесу вивільнення робочої сили, удосконалення процедури звільнення, подолання зайвого рівня плінності, можна поділити на три основні групи:

1. Техніко-економічні (поліпшення умов праці, удосконалення системи матеріального стимулювання, організації й управління виробництвом й ін.)

2. Організаційні (удосконалення процедури прийому та звільнення працівників, системи професійного просування працівників й ін.)

3. Соціально-психологічні (удосконалення стилів і методів керівництва, взаємовідносин у колективі, системи морального заохочення).

Пропонується також виділити в якості заходу впровадження принципів аутплейсменту в роботу кадрових служб підприємств. Програма містить у собі набір професійних тренінгів і консультацій по ефективному пошуку роботи, орієнтації працівників на сучасному ринку праці, а також психологічну підтримку кандидатів. Сутність послуги полягає в тому, що кадрова компанія підбирає вакансії для працівників компанії або навіть, при їхній відсутності, просуває людину в певну організацію [3].

Це дозволить:

- знизити кількість претензій від звільнених співробітників;
- зменшити число компенсаційних виплат працівникам, що звільняються;
- зберегти позитивний імідж підприємства;
- залишитися в добрих стосунках зі співробітником, що звільняється.

Закріпленню кадрів на виробництві багато в чому також сприяє добре організована на підприємстві виховна робота серед молодих працівників.

Скорочення плінності кадрів є найважливішою економічною й соціальною проблемою. При розробці програми усунення зайвої плінності необхідно також провести порівняльний аналіз витрат на проведення названих заходів і витрат через зайвий рівень плінності. Керівництво підприємства в цьому випадку слід зробити так: якщо витрати на вирішення проблеми перевищать економічний ефект від зниження плінності, можливий пошук інших, більш «дешевих» варіантів удосконалення роботи з персоналом.

**Висновки.** Як свідчить практика останніх років, основними мотивами плінності кадрів з підприємств були: низька заробітна плата та

**Мета дослідження.** Метою роботи є дослідження стану плинності кадрів у сучасних умовах та визначення рекомендацій зі скорочення плинності кадрів на підприємствах.

**Основна частина.** Плинність кадрів – це одна з найважливіших проблем сучасних підприємств нашої країни. Плинність кадрів – це процес, що відображає процес звільнення працівників із організації за власним бажанням, за прогули та інші порушення трудової дисципліни [1].

Підприємство, прагнучи до найвищої продуктивності праці, зацікавлене в стабільному колективі і вживає з економічних міркувань заходів щодо обмеження числа небажаних звільнень.

Поетапне приведення рівня плинності до прийняттого значення можна представити зокрема через можливість планування майбутніх звільнень, ув'язування процесів звільнення з процесами найму, допомоги працівникам, що звільнюються (аутплейсменту).

Процес формування стабільного трудового колективу передбачає такі етапи:

1. Визначення рівня плинності кадрів. На цій стадії необхідно відповісти на головне запитання – чи є рівень плинності настільки високим, що приводить до необґрунтованих економічних витрат, неодержання прибутку підприємством.

2. Вивчення рівня економічних витрат, викликаних плинністю кадрів. Це дуже важливий етап, а також найбільш трудомісткий, оскільки для його приведення необхідні спеціальні дані.

3. Вивчення причин плинності кадрів.

Причини плинності кадрів за походження поділяються на три групи:

- пов'язані із сімейно-побутовими обставинами;
- пов'язані з незадоволеністю умовами праці і побуту;
- пов'язані з порушеннями трудової дисципліни.

Також, фактори які впливають на плинність кадрів, узагальнено можна поділити на три групи:

- такі, якими можна управляти (наприклад, матеріальні, фактори виробництва, побутові умови, організація праці та відпочинку, забезпеченість різними благами);

- частково керовані, тобто такі, що є суб'єктивними факторами виробництва (наприклад, задоволеність працею, різними сторонами життя колективу);

- некеровані, такі, що не піддаються керуванню (наприклад, природно-кліматичні, демографічні та інші.) [2].

З проведених досліджень були виявлені основні причини плинності кадрів:

1. Низька заробітна плата та несвоєчасні її виплати.
2. Відсутність ритмічності виробництва
3. Нестабільність ситуації на підприємстві.

"Praktis."

- Nearly half of surveyed retail chains do not mention the answer to the question.

In much more widespread use of own brands by retailers is conditioned by the action of these factors and conditions such as: generating additional kanalova force, a rise in gross income, building a distinctive competitive advantages, enhance the image of outlets.

**Conclusion.** Attempt to examine and interpret the nature of the complexity of the process management product range in retail trade and certain approaches related to its development, a basis for formulating the following major conclusions:

- Winning the market power of retailers position requires continuous improvement in the level of horizontal integration, greater concentration of commercial capital and the commercial sector, and growing share in total sales and service to end users.

- Retailers are becoming a strong market position in the distribution channels by establishing and maintaining a competitive advantage by determining the: back vertically integrated with manufacturers and wholesalers, using their own trademarks.

Superiority of retail chains in performance of their activities, they create lasting competitive advantages. It generates tangible and intangible assets in the form of controlled their relationships with partners kanalovite. The sustainability of this superiority makes retailers in moving targets, creating new advantages at least the same speed with which competitors copy the old.

## References

1. Кондалицев, В. Финансовый вес категории // Новости торговли. – 2003, № 12.
2. Портър, М. Конкурентното предимство на нациите., С., 2004.
3. Есютина, А., Е. Карповой. Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление. Москва, 2010.
4. Levi, M., B. Kahn. Why is Assortment Planning so Difficult for Retailers? A Framework and Research Agenda. – Journal of Retailing, № 85, 2009.

ГОРДИНСКИЙ С.П., ст.гр. МОП-11м  
 Науч. руков.: Гомаль И.И., к.т.н., доц.  
 ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",  
 г. Донецк

### ВЫБОР ОПТИМАЛЬНОГО ВАРИАНТА СТРАТЕГИИ ЛИЗИНГОВЫХ ВЫПЛАТ

*Исследованы возможные схемы и определены размеры лизинговых платежей, установлен наиболее выгодный вариант лизинговых платежей для конкретных условий*

**Актуальность.** Лизинг позволяет наиболее эффективно использовать ограниченные собственные финансовые ресурсы во времени и пространстве. Он позволяет обновить устаревшую производственную базу на основе более прогрессивных технологий производства, приобрести основные производственные фонды на выгодных для субъектов хозяйствования условиях.

**Цель исследования.** Выбор оптимального варианта схемы лизинговых платежей по годам для шахты «Южнодонбасская №1».

**Основная часть.** В соответствии с принципами организации финансирования лизинговых операций рассмотрим варианты распределения лизинговых платежей по годам: равными, возрастающими и убывающими долями. Необходимые данные: процентная ставка по кредиту — 22%; вознаграждение лизингодателя — 3% годовых; ставка НДС — 21%. Произведем расчет лизинговых платежей в общепринятом порядке. Результаты расчетов амортизационных отчислений методом равномерного начисления амортизации [1] представлены в табл. 1.

Таблица 1

Расчет амортизационных отчислений и среднегодовой стоимости оборудования, тыс. грн.

Годы	Стоимость имущества на начало года	Сумма амортизационных отчислений	Стоимость имущества на конец года	Среднегодовая стоимость имущества
2012	607,5	202,5	405	506,3
2013	405	202,5	202,5	303,8
2014	202,5	202,5	-	101,3

Общая сумма лизинговых платежей определяется по формуле

інформація є конфіденційною.

Однак, за лізингом персоналу в Україні добре майбутнє, оскільки він дозволить багатьом компаніям зважено підійти до вирішення питання про оптимальне використання персоналу в діяльності компанії у нестабільних економічних умовах.

### Бібліографічний список

1. Васина Д.В. Управление персоналом: Учеб. пособие. М.: Изд-во МАРТИТ, 2010. – 65 с.
2. Данюк В.М. Менеджмент персоналу: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / В. М. Данюк, В.М. Петюх, С.О. Цимбалюк. – К.: КНЕУ, 2004. – 398 с.
3. Кисільова Т. Про законодавче регулювання лізингу персоналу / Т. Кисільова // Праця і зарплата. – 2008. – №19 (599). – С. 4–5.
4. Чемяков В. Грейдинг и управление персоналом // Деловой журнал «Бизнес - Ключ», 2007. - №10. – С. 15-18.

АШУЙКО Ю.М., ст. гр. 42

Наук. керів.: Пучкова С.І., к.е.н., доц.

ДВНЗ "Одеський національний економічний університет",  
 м. Одеса

### УПРАВЛІННЯ ПЛИННІСТЮ КАДРІВ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОГО ТРУДОВОГО КОЛЕКТИВУ

*Розглянуто сутність та основні причини плинності кадрів на підприємствах України. Особливу увагу зосереджено на причинах плинності кадрів на підприємствах.*

**Актуальність.** У ринкових умовах господарювання підвищується соціально-економічне значення удосконалення системи управління плинністю кадрів на підприємстві.

Від забезпеченості підприємства достатньою кількістю працівників необхідного рівня кваліфікації та досвіду, залежить рівень продуктивної діяльності підприємства.

Плинність кадрів підприємства корелює з рівнем стабільності робочих місць та є необхідною умовою підвищення економічної ефективності господарської діяльності підприємства в цілому.

Вміле управління персоналом та забезпеченість підприємства кадрами є одна з найголовнішою метою існування організації. Зменшення рівня плинності кадрів одна зі сторін ефективного розвитку кадрової політики, тому цьому питанні треба приділяти якомога більше уваги при розробці стратегічного плану розвитку організації.



4. Бажання компанії мінімізувати податкові втрати при нарахуванні фонду оплати праці та спрощення схеми взаємовідносин між компанією та спеціалістами, яких привертають. Так, багато компаній не можуть використовувати класичні форми найму та мотивації працівників, тому що часто зустрічаються з наступними проблемами:

- ✓ політикою компанії, що направлена на призупинення розвитку нових пріоритетних напрямів;
- ✓ високою плинністю висококваліфікованих спеціалістів внаслідок зміни компенсаційної політики компанії;
- ✓ скороченням штату та бюджетних статей витрат на персонал головними офісами компанії при збереженні потреби в праці відповідних спеціалістів.

5. Іноземні компанії, які бажають швидко відкрити представництво в Україні, або вітчизняні компанії, які створюють регіональні філії, можуть звернутися до кадрового лізингу, беручи в оренду весь необхідний склад працівників.

В умовах кризи вартим уваги також є варіант лізингу персоналу, коли одна компанія-роботодавець надає свій тимчасово незайнятий персонал на контрактній основі іншій компанії для виконання окремих робіт чи проектів. Для потенційних замовників така форма співробітництва є навіть привабливішою порівняно з лізингом персоналу в кадрових агентствах, оскільки вона дає змогу скоротити ланцюжок посередників та знизити витрати, а також оперативно залучити спеціалістів у вузькій галузі. Крім того, це покращує матеріальне становище як самого працівника, який вимушений працювати неповний робочий день чи тиждень, так і компанії-роботодавця, яка має більші шанси зберегти кваліфікованих спеціалістів.

Вихід на український ринок великих кадрових агентств з представлення тимчасового персоналу дозволить розвивати цю в рівному ступені вигідну як для працівників так для замовників сферу в Україні. За словами експертів, тимчасова робота найбільш популярна серед молодих спеціалістів та студентів старших курсів, яким буває досить складно отримати посаду у великих компаніях, не маючи відповідного досвіду роботи.

**Висновки.** Розвиток кадрового лізингу в Україні не достатньо стрімкий внаслідок недосконалої законодавчої бази, а також, нестабільності попиту на висококваліфікованих спеціалістів за умови тимчасового їх отримання. Нажаль, сьогодні трудове законодавство України не передбачає лізингових операцій у сфері найму робочої сили. Таким чином, проблемами є врегулювання питань отримання виробничих травм лізинговими спеціалістами при виконанні службових обов'язків, а також, використання ними товарно-матеріальних цінностей. Розвитку кадрового лізингу заважає непрозорість більшості компаній, коли будь-яка

$$ЛП = АО + ПК + КВ + НДС,$$

где ЛП — общая сумма лизинговых платежей за год, грн.;

АО — величина амортизационных отчислений, причитающихся лизингодателю в текущем году, грн.;

ПК — плата за используемые лизингодателем кредитные ресурсы на приобретение имущества — объекта договора лизинга, грн.;

ВЛ — вознаграждение лизингодателя, грн.;

НДС — налог на добавленную стоимость, уплачиваемый лизингополучателем по услугам лизингодателя, грн.

Результаты расчетов лизинговых платежей по периодам представлены в табл. 2.

Таблица 2

Расчет лизинговых платежей, тыс. грн.

Годы	Аморт. отчисления	Плата за кредит	Вознаграждение лизингодателя	Выручка от сделки	НДС	Лизинг. платежи
2012	202,5	111,4	15,2	329,1	69,1	347,6
2013	202,5	66,8	9,1	278,4	58,5	336,9
2014	202,5	22,3	3	227,8	47,8	275,6
Всего	607,5	200,5	27,3	835,3	175,4	960,1
В % к ЛП	63	18	3	-	17	100

Согласно расчетов лизинговые платежи снижаются с 347,6 в 2012 г. до 275,6 тыс. грн. в 2014 г., т. е. на 72 тыс. грн., или более чем в 1,5 раза.

Схема лизинговых платежей может быть представлена тремя вариантами: ежегодно равными долями, начиная с первого года; понижающимися долями — в соответствии с приведенными расчетами и возрастающими долями [2]. Варианты лизинговых взносов в зависимости от распределения лизинговых платежей по годам представлены в табл. 3.

Таблица 3

Ежегодные выплаты по лизингу

Годы	Стратегии выплат				
	Равномерная, тыс. грн.	Убывающая		Возрастающая	
		тыс. грн.	%	тыс. грн.	%
2012	320	347,6	36	275,6	29
2013	320	336,9	35	336,9	35
2014	320	275,6	29	347,6	36
Итого	960,1	960,1	100	960,1	100

Размер ежегодных денежных выплат определяется по формуле

$$P = P^{K_0} = S^{\frac{1}{(1+r)^n}},$$

где  $P$  – размер ежегодных денежных выплат, грн.,

$S$  – общая сумма доходов (расходов, затрат), грн.,

$K_0$  – коэффициент дисконтирования, показывающий, чему равна одна денежная единица с позиции текущего момента, т.е. ее современная стоимость при заданной процентной ставке  $r$  и отсутствии каких-либо поступлений за период  $n$ .

Результаты расчета ежегодных дисконтированных выплат по лизингу представлены в табл. 4.

Таблица 4

Расчет дисконтированных выплат по лизингу, тыс. грн.

Годы	Стратегии выплат			$K_0$	Дисконтированные выплаты при различных стратегиях		
	равномерная	убывающая	возрастающая		равномерной	убывающей	возрастающей
	$A$	$B$	$B$		$(A*K_0)$	$(B*K_0)$	$(B*K_0)$
2012	320	347,6	275,6	0,8197	262,3	284,9	225,9
2013	320	336,9	336,9	0,6719	215	226,4	226,4
2014	320	275,6	347,6	0,5571	176,2	151,8	191,4
Итого	960,1	960,1	960,1	-	653	663,1	643,7

Зависимость дисконтированных выплат по лизингу от различных стратегий представлена на рисунке.

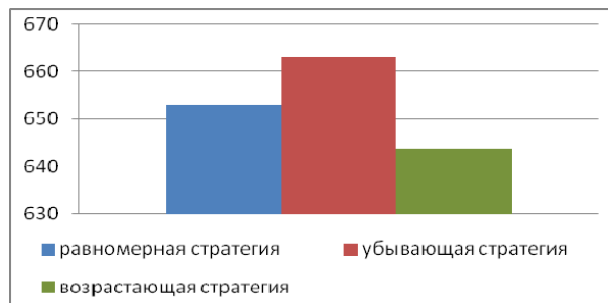


Рисунок. Результаты расчетов дисконтированных выплат при различных стратегиях

**Выводы.** Таким образом из полученных результатов видно, что в сравнении с другими схемами при возрастающей стратегии выплат достигается наименьшая текущая стоимость лизинга — 643,7 тыс. грн., а экономия при этом составит 19,4 тыс. грн. или 3%.

**Мета дослідження.** Аналіз сучасного стану лізингу персоналу в Україні, а також визначення основних причин звернення до лізингу персоналу в сфері управління персоналом.

**Основна частина.** Поняття лізингу персоналу знайшло своє відображення в працях багатьох вітчизняних та іноземних науковців.

Лізинг – це обумовлена короткостроковою потребою організації в певних кадрах, форма співробітництва з найманим працівником [1].

Лізинг персоналу є засобом збереження кваліфікованої робочої сили на період зниження економічної активності підприємства (з початком економічного підйому працівника повертають на свою фірму) або, навпаки, способом позбутися недбайливих чи недостатньо перспективних працівників [2].

Під кадровим лізингом розуміється деяка форма передачі робітників найманій праці для виконання професійних робіт. Іншими словами, кадровий лізинг – це інструмент найму кадрів, зміст якого полягає в компенсації потреб організації без створення виробничого резерву кадрів.

В Україні послугами лізингу персоналу почали користуватися після кризи 1998 року, коли більшість іноземних компаній, що залишилися працювати на місцевому ринку, була змушена частково скорочувати своїх співпрацівників, а частково виводити їх за штат з метою списання видатків щодо утримування персоналу на інші статті [3].

У першій половині 2003 року кількість заявок на підбір тимчасових співробітників виросла на 67% у порівнянні з тим же періодом 2002 року. Найбільша кількість заявок, як запевняють столичні кадрові агентства, доводиться на адміністративний персонал (46%) і на різні позиції у фінансових відділах (24%) фірм та банків. У той же час на сьогоднішній день в зв'язку з кризовим становищем України дуже швидкими темпами зростає попит на тимчасових співпрацівників з боку виробничих підприємств та банківських установ [4].

До лізингових відносин в сфері управління персоналом звертаються в таких випадках:

1. Необхідність привернення висококваліфікованих спеціалістів, потреба в яких не носить постійний характер, а сфера їх діяльності знаходиться в рамках бухгалтерського обліку, аудиту, юриспруденції та інших галузей знань, де існують спеціалізовані компанії, що надають такі послуги.

2. Необхідність привернення висококваліфікованого спеціаліста, аналогічні послуги якого не надаються на ринку компаніями. В такому випадку можна звернутися по допомогу до компаній-конкурентів і дійсно взяти в оренду так кваліфікованого спеціаліста.

3. Необхідність тимчасового привернення спеціалістів в період відпусток за умови, що цих спеціалістів компанії ніхто зі штатних працівників замінити не може.

4. Закон України "Про банки і банківську діяльність" від 07.12.2000 №212 із змінами і доповненнями, внесеними ЗУ від 22 вересня 2011 р. №3795-VI – [Електронний ресурс]: Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/T002121.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T002121.html).

5. Постанова № 516 «Про затвердження Положення про порядок здійснення банками України вкладних (депозитних) операцій з юридичними і фізичними особами» від 03.12.2003 – [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1256-03>.

6. Буруль О. Рейтинг екзотичних банківських вкладов /Буруль О.// Газета «Деньги» – [Електронний ресурс]: Режим доступу: [http://dengi.ua/clauses/28541\\_Rejting\\_ekzotichnyh\\_bankovskih\\_vkladov.htm](http://dengi.ua/clauses/28541_Rejting_ekzotichnyh_bankovskih_vkladov.htm)

7. Резніченко Є. Які банки наростили портфель вкладів фізичних осіб в 2011 році: огляд ринку депозитів на 08.02.2012. – [Електронний ресурс]: Режим доступу: [http://ua.prostobank.ua/depoziti/statti/yaki\\_banki\\_narostili\\_portfel\\_vkladiv\\_fizosib\\_v\\_2011\\_rotsi\\_oglyad\\_rinku\\_depozitiv\\_na\\_8\\_lyutogo\\_2012\\_roku](http://ua.prostobank.ua/depoziti/statti/yaki_banki_narostili_portfel_vkladiv_fizosib_v_2011_rotsi_oglyad_rinku_depozitiv_na_8_lyutogo_2012_roku).

8. Населення прикрилося долларом /Журнал «Дебет-Кредит» – [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://news.dtk.com.ua/show/ukr/article/16465.html>.

ДЯДЬКІНА А.Є., ст. гр. 42

Наук. керів.: Пучкова С.І., к.е.н., доц.

ДВНЗ "Одеський національний економічний університет",

м. Одеса

### **ЛІЗИНГ ПЕРСОНАЛУ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ**

*Розглянуто сутність та основні тенденції розвитку лізингу персоналу в Україні. Особливу увагу зосереджено на причинах використання лізингу персоналу на підприємствах.*

**Актуальність.** Багато українських компаній у своїй діяльності зустрічаються із ситуаціями, коли робота повинна бути виконана професійно й вчасно, а колектив перевантажений, приймати в штат нового співробітника є нерентабельним.

Безсумнівно, в умовах кризи бізнес-структури вживатимуть заходів до мінімізації своїх витрат на персонал. На ринку стають більш затребуваними послуги тимчасового залучення необхідного персоналу ззовні. Тому великого значення набувають така нова форми роботи з персоналом як «лізинг персоналу», яку можна використати з метою запобігання значним скороченням та оптимізації витрат на персонал .

### **Библиографический список**

1. Францева Е.Ф. Лизинг. Справочное пособие. — М.: Издательство «ПРИОР», 2004. — 208 с.

2. Прилуцкий Л.Н. Финансовый лизинг. Правовые основы, экономика, практика. — М.: Издательство «ОСЪ-89», 2007. — 272 с.

СГОРОВА К.І., гр. 51м

Наук. керів.: Кравченко В.А., к.е.н., проф.

ДВНЗ "Одеський національний економічний університет",

м. Одеса

### **РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА СУБ'ЄКТА ЗЕД**

*Рассмотрена целесообразность управления рисками деятельности предприятия. Проанализировано понятие риск-менеджмента, а также его основные функции, этапы и методы влияния на оптимизацию рисков.*

**Актуальність.** Діяльність фірм, компаній, підприємств у всіх її аспектах пов'язана з багатьма труднощами і критичними станами. Крім того, розвиток концепції ринкового господарювання пов'язан зі складнощами, які є специфічними для сучасного стану України. Значною мірою це відбувається через збої в економіці країни. Не визначені поки що до кінця навіть заходи і форми державного втручання в економіку. Самі принципи, що становлять основу підприємництва є причинами виникнення ризику при функціонуванні господарських суб'єктів. Цей ризик існує об'єктивно, не залежно від того, усвідомлюємо ми його чи ні, і виявляється у всіх видах діяльності підприємства. Не викликає сумніву, що всі ці ризики багаторазово посилюються і множаться при проведенні підприємством зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД), яка вбирає в себе не тільки внутрішні ризики, але і ризики, властиві світовим економічним системам. У зв'язку з цим існує необхідність запровадження комплексної системи управління ризиками.

**Мета дослідження.** Визначення теоретико-методичних засад створення ефективної системи ризик-менеджменту як інструменту управління ризиками діяльності підприємства.

**Основна частина.** Більшість вчених вважають, що ризик – це фінансова категорія. Тому на ступінь і величину ризику можна впливати через фінансовий механізм. Методи і способи щодо обмеження або мінімізації ризиків в системі економічних відносин називаються системою управління ризиками або ризик-менеджментом.

Кінцева мета ризик-менеджменту відповідає цільової функції

підприємництва – отримання найбільшого прибутку при оптимальному, прийнятному для підприємця співвідношенні прибутку і ризику.

Ризик-менеджмент базується на таких основних принципах: принцип масштабності (максимізації); принцип мінімізації; принцип адекватної реакції; принцип розумного прийняття.

Ризик-менеджмент виконує функції, притаманні будь-якій управлінській діяльності, але при цьому специфіка їх виконання визначається об'єктом управління. Це функції прогнозування (планування), організації, контролю, регулювання, координації та мотивації.

Поєднання виконання всіх функцій ризик-менеджменту дозволяє характеризувати ризик-менеджмент із позицій процесного підходу в менеджменті як ряд послідовних управлінських дій, які характеризуються наступними основними етапами реалізації: визначення мети ризикованих подій (цілі ризику); діагностика проблеми; визначення можливих ризиків; аналіз ризику; визначення методів впливу на ризик; вибір оптимального методу впливу за умов оцінки порівняльної ефективності; розробка управлінського рішення; ухвалення рішення; безпосередній вплив на ризик; контроль і коригування результатів процесу управління.

Важливу роль у системі управління ризиком відіграє правильний вибір заходів попередження і мінімізації ризику, які загалом визначають її ефективність. У світовій практиці напрацьована велика кількість різних і досить оригінальних шляхів та способів зниження ризику. Вибір інструментарію впливу на ступінь ризиків діяльності є важливим етапом процесу управління, проте єдиного підходу до вирішення цієї проблеми немає і не може бути, та знаючи основні методи, прийоми і способи, можна досягти відчутного успіху.

Так до основних ефективних напрямків регулювання ступеня ризику належать: уникнення, вирівнювання, збереження, зменшення та передача ризику. Ці методи не виключають один одного, тому можуть використовуватись одночасно. Коротко зупинимось на основних напрямках та методах впливу на ризик.

Уникнення ризику – це заходи, спрямовані на недопущення ризикованих ситуацій. Об'єктом превентивних заходів виступають ризикові ситуації. Превентивні заходи уникнення ризику поділяються на дві групи: універсальні (характерні для різних видів ризику і за суттю мають однаковий характер впливу) та спеціальні (спрямовані на недопущення окремих видів господарського ризику).

Вирівнювання ризику – це процес нейтралізації негативного впливу здійснення ризикових операцій за рахунок паралельного проведення операцій, які дають гарантовано позитивний результат або здійснення розподілу втрат серед суб'єктів, причетних до господарського ризику. Вирівнювання ризику потребує незначних витрат, він виступає

дана установа приєднала до себе Донгорбанк з його портфелем депозитів фізичних осіб, який за даними АУБ на 1.07.2011 р. становив близько 2,3 млрд. грн. Збільшення матеріальної бази банків надасть можливість останнім здійснювати прибуткові операції (кредитування, торгівля).

В 2011 р. в структурі коштів, залучених банками від населення, стала превалювати національна грошова одиниця. Так, якщо на початок 2010 р. банківські ресурси в національній валюті становили 46% портфеля коштів фізичних осіб, то на початок 2011-го - вже близько 51%. Станом на 11.02.2012 р. їх частка становить приблизно 58%. Така зростаюча тенденція свідчить про поступове укріплення національної валюти, що супроводжується помірним відтоком іноземного капіталу [7]. Середні депозитні ставки станом на 1 лютого 2012 р. становлять по найбільш популярному депозиту в національній валюті з терміном розміщення 12 місяців, можливістю поповнення і щомісячною виплатою відсотків на картку становить 12,5-15%. Вклад без поповнення і з виплатою відсотків в кінці терміну дозволить отримати максимальну ставку від 15 до 17% річних. По шестимісячному депозиту банки пропонують 14,6%, по тримісячному - близько 13%, покласти гривні на місяць можна під 8,5-10,5% [8].

**Висновки.** Поява на українському ринку банківських послуг нових продуктів, таких як депозити в рідкісній валюті, металеві рахунки тощо свідчить про розвиток банківського сектору. Слід зауважити про низькі відсоткові ставки за ними, причиною чого є нововведення послуг, які поки не набули широкого використання. Невисокий розмір середніх депозитних ставок пов'язаний з негативними наслідками фінансової кризи. Недовіра до банків, побоювання втрати своїх заощаджень, зниження рівня життя населення – є причинами зниження попиту на депозити серед населення. Це призводить відповідно і до зменшення пропозиції, у вигляді відсоткових ставок, по вкладам. Процес ефективного формування та використання залучених коштів необхідно розглядати як базовий об'єкт регулювання банківської діяльності.

#### Бібліографічний список

1. Постановою НБУ №492 «Про затвердження Інструкції про порядок відкриття, використання і закриття рахунків у національній та іноземній валютах» від 12.11.2003 за №1172/8493 – [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1172-03>.

2. Цивільний кодекс України №40-44 із змінами і доповненнями, внесеними ЗУ №4416-VI від 21.02.2012– [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.

3. Закон України “Про платіжні системи та переказ коштів в Україні” від 05.04.2001 №2346 із змінами і доповненнями, внесеними ЗУ №3610-VI від 07.07.2011 – [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>.

підтверджує внесення грошової суми або банківських металів і відповідає вимогам, установленим законом [1].

Законодавче регулювання депозитних операцій забезпечується: Цивільним кодексом України [2]; Законом України (ЗУ) № 2346 “Про платіжні системи та переказ коштів в Україні” [3]; ЗУ № 2121 “Про банки і банківську діяльність” [4]; Постановою НБУ № 492 «Про затвердження Інструкції про порядок відкриття, використання і закриття рахунків у національній та іноземній валютах»[1]; Постановою № 516 «Про затвердження Положення про порядок здійснення банками України вкладних (депозитних) операцій з юридичними і фізичними особами» [5].

Відсоткові ставки за вкладними операціями встановлюються банками самостійно, проте НБУ регулює їх шляхом визначення індикативного розміру відсоткових ставок. Особливість депозиту полягає в його двоїстій природі. Для вкладника депозит є потенційними грошима, які він може надати в обіг. Водночас «банківські гроші» дають змогу отримати дохід у вигляді відсотків. Тобто, з одного боку, це грошові ресурси, а з іншого – це капітал, що приносить прибуток.

Зазначимо, що журнал «Деньги» виділив 4 групи альтернативних депозитів – металеві рахунки, депозити в рідкісній валюті, мультивалютні вклади і депозити з авансовою виплатою відсотків. Неодноразово наголошувалося на високій прибутковості інвестицій у золото. З огляду зазначеного, пропонується розглянути дані для порівняння – вартість золота зросла в цьому році на 27%, і одночасно відсотки по металевому депозиту збільшилися на 1-2%. Депозити в рідкісній валюті пропонують лише кілька банків в Україні. Вклади в швейцарських франках приймають «Укрексімбанк» і «ОТР банк» під 4,5% річних. Рублевий вклад – «Форум» і «Ощадбанк» під 3% річних. Мультивалютні вклади – це ті, які в рамках дії договору дозволяють переводити суму вкладу з однієї валюти в іншу. Такі депозити пропонують Правекс-банк, банк "Форум" и Индекс-банк. Авансові депозити характеризуються виплатою відсотків під час відкриття депозитного рахунку [6].

За 2011 р. 102 банки зі 127-ми, які входять до Асоціації Українських Банків (АУБ), збільшили свій портфель депозитів фізичних осіб. Двадцять банків з найбільшим, за даними АУБ, приростом залучили від населення понад 35,5 млрд. грн., коли загальний приріст коштів становив 314,7 млрд. грн. Перше місце зайняв ПриватБанк з приростом в більш ніж 12,5 млрд. грн., для порівняння в 2010 р. цей показник збільшився на 17,89 млрд. грн. Другу позицію займає державний Ощадбанк. Він вагомо збільшив свій депозитний портфель за рахунок переказу у цей банк вкладів Родовід Банку, сума яких становила більше трьох млрд. грн, і багато з яких вкладники так і залишили на строкових депозитах в Ощадбанку. Третє місце рейтингу зайняв Перший Український Міжнародний Банк, нарощення депозитного капіталу якого за 2011р. в сумі склало 2,4 млрд. грн. У липні цього ж року

невід’ємним складовим елементом підприємницьких дій, свідченням високої економічної культури працівників.

Збереження ризику на існуючому рівні може відбуватися за рахунок створення резервних фондів, самострахування, отримання кредитів, позик або державних дотацій для компенсування збитків та відновлення виробництва.

Зниження ризику має на увазі зменшення або розмірів можливого збитку, або імовірності настання несприятливих подій. Найчастіше воно досягається за допомогою здійснення попереджувальних організаційно-технічних заходів, оптимізації товарно-матеріальних запасів, зменшення простоїв обладнання, лімітування.

До методів передачі ризику третім особам при збереженні існуючого рівня ризику відносяться: страхування, хеджування, фінансові гарантії, доручення та інші.

Найкращим варіантом вибору напряму оптимізації ризику є обґрунтована комбінація декількох методів, а основним критерієм вибору виступає наявність оптимального співвідношення між досягнутим ступенем зниження ризику та необхідними для цього витратами.

У випадках, коли розрахувати та обрати метод впливу на ризик неможливо, прийняття ризикових рішень відбувається за допомогою евристики. Ризик-менеджмент має свою систему евристичних правил, вироблених багаторічною практикою геніїв бізнесу:

- не можна ризикувати більше, ніж може дозволити власний капітал;
- треба завжди думати про наслідки ризику;
- позитивне рішення приймається лише при відсутності сумнівів;
- не можна ризикувати багатьом заради малого;
- при наявності сумнівів приймається негативне рішення;
- не можна думати, що існує тільки одне рішення проблеми, можливо, є й інші варіанти.

**Висновки.** Таким чином, ризик-менеджмент – одна з найважливіших галузей сучасного управління. Цілі, які ставить суб’єкт підприємництва, так чи інакше входять у протиріччя з можливим ризиком, який буде супроводжувати його при проведенні будь-якого виду діяльності. Розв’язати це протиріччя можливо лише за умови професійного управління ризиком.

Наявність ризику неминуче в ринкових умовах господарювання, причому, чим вище ризик, тим більше можливий прибуток. В даний час як світовий, так і локальний ринки стають все більш нестабільними. У цих умовах менеджер, який уникає ризикованих рішень, стає небезпечним для підприємства, прирікає його на застій і втрату конкурентоспроможності. З розширенням зони ризикованих ситуацій ризик-менеджмент стає об’єктивно необхідним і дуже значущим елементом управління.

### Бібліографічний список

1. Бочарников В.П. Риски во внешнеэкономической деятельности предприятий / В.П. Бочарников, С.М. Репецкий и др. – К.: ООО «ИнтерПед», 2007. – 124 с.
2. Вітлінський В.В., Наконечний С.І. Ризик у менеджменті. – К.: ТОВ «Борисфен-М», 2006. – 336 с.
3. Черкасов В.В. Деловой риск в предпринимательской деятельности. – К.: ООО «Издательство Либра», 2006. – 160 с.

ФЕДОТОВА В.О., ст. гр. 43 МА

Наук. керів.: Рюміна Є.Л., асист.

ДВНЗ "Бердянський університет менеджменту і бізнесу",

м. Бердянськ

### ПРОБЛЕМИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Проведен анализ услуг курортно-рекреационного предприятия "Бриз", определены проблемы связанные с качеством предоставления услуг проживающим и предложены пути улучшения развития предприятия.*

**Актуальність.** В умовах інтеграційних процесів у світову економічну систему в Україні виникла потреба, пов'язана із необхідністю підвищення якості та конкурентоспроможності в сфері послуг, вивчення та задоволення вимог і потреб споживачів. У зв'язку з цим перед підприємствами готельного господарства постає завдання щодо застосування законодавчо-правових, нормативно-технічних та економічних механізмів удосконалення управління якістю, які б забезпечували ринковий попит на послуги і створювали умови для зацікавленості інвесторів у капіталовкладеннях в інфраструктуру туризму та розвитку партнерства на користь сфери послуг.

**Мета дослідження.** Проаналізувати послуги готельного підприємства "Бриз" та розробити пропозиції щодо підвищення якості цих послуг.

**Основна частина.** У сучасних умовах готельне господарство динамічно розвивається та інвестується як важлива галузь національної економіки, що здатна приносити високий прибуток та активно сприяти економічному розвитку суспільства. Зростання кількості туристів та посилення конкуренції загострили проблеми якості готельних послуг, які надають вітчизняні виробники послуг.

Сучасне готельне підприємство надає споживачам не тільки послуги

стійкості залучається дуже багато показників, які є взаємооберненими, взаємопов'язаними та дублюючими, що значно ускладнює їхню інтерпретацію та оцінку; не враховується критеріально-нормативна база зазначених показників з урахуванням реалій національної економіки та галузевої специфіки. Якісно проведений аналіз фінансової стійкості та платоспроможності дозволяє виявити проблемні зони у фінансово-економічній діяльності промислових підприємств.

### Бібліографічний список

1. Крамаренко Г.О. Фінансовий аналіз /Крамаренко Г.О., Чорна О.Є.- К.:Центр учбової літератури, 2008. – 392 с.
2. Крейніна М.Н. Фінансова стійкість підприємства: оцінка й прийняття рішень // Фінансовий менеджмент, 2001. - №2. – С. 3-5.
3. Савицька Г.В. Аналіз господарської діяльності підприємства. – Мінськ: Нове знання, 2002. – 704 с.

ЗАПОРОЖЧЕНКО К.О., ст. гр. 504-ОАм,

Наук. керів.: Андрос С.В., к.е.н., доц.

Інститут магістерської та післядипломної освіти Університету банківської справи Національного банку України (УБС НБУ),  
м. Київ

### АНАЛІЗ ДЕПОЗИТНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКІВ

*Розглянуто особливості здійснення депозитних операцій комерційними банками України. Проаналізовано існуючі відсоткові ставки за депозитами. Визначено рейтинг банків по залученню коштів населення.*

**Актуальність.** Банки є ключовою ланкою економічної системи країни, оскільки саме вони виконують одну з найважливіших економічних функцій з акумуляції тимчасово вільних коштів підприємств та населення з їх подальшим спрямуванням на забезпечення виробництва, розвитку як окремого суб'єкта господарської діяльності, так і економічної системи.

**Мета дослідження.** Полягає в обґрунтуванні теоретичних положень та здійсненні аналізу депозитної бази комерційних банків України.

**Основна частина.** Депозит (вклад) – кошти, внесені в банк клієнтами – фізичними чи юридичними особами, які зберігаються на їх рахунках та використовуються відповідно до режиму рахунку і банківського законодавства. Сума, строки та умови приймання вкладів визначаються між банком та вкладником на договірних засадах. Залучення банком депозитів підтверджується: договором банківського рахунку; договором банківського вкладу з видачею ощадної книжки, сертифіката чи іншого документа, що

співвідношення не існує, так як воно може бути різним при різній оборотності та структурі активів підприємства й залежить також від кон'юнктури товарного і фінансового ринку, рентабельності основної діяльності, фінансової стратегії підприємства [3]. Для аналізу фінансової стійкості важливим є не тільки загальна кількість позикових коштів, а й їх структура, тобто питома вага довгострокових зобов'язань. Це пов'язано з тим, що залежність від довгострокових позикових джерел - не те ж саме, що залежність від короткострокових зобов'язань, неогрунтовано великі суми яких можуть привести до неплатоспроможності підприємства. Довгострокові позикові кошти за своєю суттю можна прирівняти до власного капіталу. На це більш точно вказує Крейніна М.Н. [1]. Саме тому для аналізу фінансової стійкості найбільш інформативним буде коефіцієнт фінансової стійкості.

Для оцінки платоспроможності промислових підприємств на практиці використовують наступні коефіцієнти: коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт швидкої (критичної) ліквідності, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт співвідношення кредиторської та дебіторської заборгованості.

При аналізі платоспроможності найбільш інформативним є показник швидкої (критичної) ліквідності, оскільки він дозволяє врахувати тільки ті елементи оборотних активів, що є достатньо ліквідними. Такі елементи як незавершене виробництво та запаси є найменш ліквідними активами, що збільшує період оборотності, але тим не менш коефіцієнт критичної ліквідності найбільш об'єктивно відображає платоспроможність промислового підприємства.

**Висновки.** Оцінка ефективності фінансового стану підприємства проводиться, в першу чергу, за допомогою аналізу коефіцієнтів фінансової стійкості та платоспроможності. Найбільш інформативними при аналізі фінансової стійкості є коефіцієнт фінансової стійкості (стабільності), коефіцієнт автономії, коефіцієнт маневреності робочого та власного капіталу, коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів, величина чистих оборотних активів та коефіцієнт фінансового левериджу. При оцінці платоспроможності найбільш інформативним є коефіцієнт критичної ліквідності, що характеризує спроможність підприємства покрити короткострокові зобов'язання за рахунок грошових коштів та за умов повернення дебіторської заборгованості.

Необхідно зазначити, що у багатьох підходах до оцінки фінансової стійкості, фігурують показники фінансової стабільності, що характеризують структуру капіталу та залежність від зовнішніх джерел фінансування. Ці показники доцільно назвати показниками фінансової незалежності з огляду на те, що поняття «фінансова стійкість» є значно ширшим і характеризується всіма параметрами фінансового стану в цілому, відображаючи умови фінансової рівноваги. При аналізі фінансової

проживання і харчування, але і широкий спектр послуг транспорту, зв'язку, розваг, екскурсійне обслуговування, медичні, спортивні послуги, послуги салонів краси й ін. Фактично готельні підприємства в структурі індустрії туризму і гостинності виконують ключові функції, тому що формують і пропонують споживачам комплексний готельний продукт, у формуванні і просуванні якого беруть участь усі сектори й елементи індустрії туризму і гостинності. Виходячи з цього, правомірно виділити готельний бізнес як найбільшу комплексну складову туристичної сфери.

Готельне господарство потрібно розглядати не тільки на загальному, національному або на регіональному рівнях, а й на місцевому рівні також. Розглянемо готельний бізнес міста Бердянська на прикладі бази відпочинку «Бриз».

База відпочинку «Бриз» знаходиться у місті Бердянську. Складається з двох чотирьохповерхових корпусів та двадцяти домиків. База відпочинку спеціалізується на наданні трьох основних послуг: проживання, харчування та проживання з харчуванням. Також є й додаткові послуги такі як: автостоянка, дитячий майданчик, кафе на пляжі, лоточок роздрібною торгівлі, медичний кабінет, масажний кабінет, кімната відпочинку, екскурсійні послуги, трансфер.

Залишаючись основною, послуга розміщення сприймається гостями як сама собою зрозуміла, а підвищений інтерес викликають саме додаткові послуги, що виділяють дану базу відпочинку з ряду інших.

До додаткових послуг відносяться пропозиція басейну, спортивного, конференц-залів, залів для переговорів, прокат автомобілів, послуги хімчистки, пральні, перукарні, масажного кабінету і ряд інших. Додаткові послуги набувають усе більше значення у формуванні ринкової привабливості готельного підприємства.

Процес управління і виконання робіт в індустрії гостинності відбувається в рамках організаційної структури бази відпочинку.

Організаційна структура компаній індустрії гостинності визначає не тільки її економічну ефективність, а й моральну і трудову задоволеність персоналу.

База відпочинку «Бриз» має лінійно-функціональну організаційну структуру. Така організаційна структура забезпечує відносно швидке здійснення управлінських рішень завдяки своїй ієрархічності та дозволяє краще проконтролювати процес виконання завдань. Також лінійно-функціональна оргструктура застосовується при вирішенні задач, які постійно повторюються, забезпечуючи максимальну стабільність організації.

В сучасних умовах зростання конкурентного середовища на ринку рекреаційних послуг для підприємства вкрай необхідно впроваджувати напрямки підвищення розвитку підприємства.

Першою пропозицією щодо покращення розвитку бази відпочинку є:

звертати особову увагу на кваліфікацію персоналу. Чим вища кваліфікація, тим якісніші послуги може надавати підприємство. Пропонується всім робітникам, обов'язково мати освіту за спеціальністю, що відповідає посаді, яку займає працівник. Робота у готельно-туристичній сфері вимагає відповідної освіти, яку можна здобути і у нашому місті. Наприклад у Бердянському коледжі Таврійського Державного Агротехнологічного Університету можна здобути освіту покоївки та організатора з обслуговування в готелях та туристичних комплексах. Навчання на базі 9 класів складає 4 роки, а на базі 11 класів - 3 роки. Навчання на денному відділенні коштує 2500 грн., а на заочному - 1250 грн. на рік. Також можна здобути вищу освіту у Бердянському Університеті Менеджменту і Бізнесу. На базі 11 класів навчання складає 4 роки, на денному відділенні навчання коштує 3520 грн., а на заочному - 3080 грн. за рік. Туристам набагато приємніше отримувати інформацію від кваліфікованого робітника, ніж від робітника який не має належної освіти, і туристи намагатимуться їхати туди, де їм надали вичерпну інформацію, і обслужили належним чином. Тому підприємство отримує збільшення потоку туристів і відповідно збільшення коштів, тому вклад у підвищення кваліфікації буде не тільки окуплений, але й приноситиме прибуток.

Також для покращення розвитку бази відпочинку пропонуємо відкрити дитячу ігрову кімнату. Це дуже ефективний метод покращення розвитку підприємства, тому що 70% туристів приїздять на відпочинок з дітьми. У полудневу спеку, коли на пляжі довго знаходиться небезпечно, діти мають змогу пограти у ігровій кімнаті, під наглядом дитячого аніматора, поки їх батьки можуть приділити увагу собі, поїхати у місто за покупками, або відвідати екскурсію.

Також для покращення розвитку підприємства пропонуємо зробити власний сайт в Інтернеті, тому що близько 70% туристів шукають місця відпочинку через Інтернет. На сайті надати повну характеристику бази відпочинку, основні й додаткові послуги, ціни, контактні телефони, фотографії номерів і прилеглої території. Також пропонується зробити форум для того, щоб ті туристи які вже побували на базі відпочинку могли поділитися враженнями з тими хто там ще не відпочивав. Також пропонуємо надати можливість туристам бронювати номери на цьому сайті, це також приверне увагу, та надасть можливість збільшити потік туристів.

Дивлячись на балансовий прибуток 2011 року, який складає 46500 грн., можна спрогнозувати збільшення його на 2012 рік, за рахунок збільшення туристів, які користуються Інтернетом для пошуку місця відпочинку, і які можуть дізнатися про базу відпочинку «Бриз» на сайті, та забронювати собі місця. Навіть якщо кількість туристів збільшиться на 20%, то і прибуток збільшиться на 20%. Можна зробити прогноз, що прибуток у 2012 році складе 55800 грн.

виділити найбільш змістовні з них.

**Основна частина.** Аналіз фінансової стійкості підприємства є найважливішим етапом оцінки його діяльності і фінансово-економічного благополуччя. Він відображає результати його поточного, інвестиційного і фінансового розвитку, а також характеризує здатність підприємства відповідати за своїми боргами і зобов'язаннями й нарощувати свій економічний потенціал. Платоспроможність відображає здатність підприємства платити за своїми боргами і зобов'язаннями в конкретний період часу. Умова достатності витримується тоді, коли підприємство платоспроможне в часі, тобто має стійку здатність відповідати за своїми боргами у будь-який момент часу.

На практиці існує безліч коефіцієнтів, що характеризують фінансову стійкість та платоспроможність у цілому. Велика кількість безуспішних спроб була зроблена для розширення методів аналізу фінансової звітності, але й донині його основу становить доволі стандартний набір так званих вертикальних та горизонтальних коефіцієнтів [2]. Тому доцільно обрати невелику кількість показників, які будуть найбільш змістовні для аналізу.

У світовій та вітчизняній практиці для оцінки фінансової стійкості промислових підприємств найчастіше застосовують 11 наступних показників: коефіцієнт автономії, коефіцієнт співвідношення позикових і власних коштів, коефіцієнт концентрації позикового капіталу, коефіцієнт забезпеченості запасів і витрат, коефіцієнт фінансової незалежності, коефіцієнт маневреності власного та робочого капіталу, величина чистих оборотних активів, коефіцієнт фінансового левериджу, коефіцієнт фінансування, коефіцієнт фінансової стійкості (стабільності).

Зазначимо, що коефіцієнт маневреності робочого капіталу та забезпеченості запасів і витрат є оберненими показниками. Рекомендується зменшення першого, оскільки надмірна величина запасів призводить до уповільнення оборотності обігових коштів, а в умовах інфляції – до залучення дорогих кредитів, що призведе до зниження платоспроможності підприємства в цілому. Коефіцієнт автономії є зворотним до коефіцієнта фінансової залежності, а також взаємопов'язаний з коефіцієнтом концентрації позикового капіталу та коефіцієнтом фінансування. Таким чином, із перелічених вище 11 показників фінансової стійкості 4 коефіцієнти є взаємооберненими, а 3 взаємопов'язаними.

Важливим показником при аналізі фінансової стійкості виступає коефіцієнт фінансової стійкості (стабільності), що показує частку стабільних джерел фінансування активів у загальному їх обсязі. Аналіз саме цього коефіцієнта дозволяє отримати найбільш об'єктивну інформацію про пасиви балансу. Г.В. Савицька в якості найбільш узагальнюючого показника в групі показників, що аналізують структуру капіталу, пропонує використовувати коефіцієнт фінансового ризику (плече фінансового важеля). Вона зазначає, що нормативного значення даного



Автореф. дис. канд. економ. наук: 08.00.01, 08.00.05/ ГОУ ВПО «Ивановский государственный университет». – Иваново, 2008. – 203 с.

3. Ивашенко Н.П. Роль коммерческих банков в социально-экономическом развитии региона: Дис. канд. экон. наук: 08.00.10: Новосибирск, 2002. - 235 с.

4. Євтух О. Кредит як соціально-економічне явище / О.Євтух // Вісник НБУ. – 2006. - №4. – С.48.

5. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні», №280-97-ВР від 21.05.1997 р., із змін та допов. – [Електронний ресурс.] – Режим доступу: [www.liga.kiev.ua](http://www.liga.kiev.ua).

6. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2015 року: Постанова № 1001 КМУ від 21.07.2006 р. – [Електронний ресурс.] – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

7. Степаненко А.І. Управління банківською системою України у стратегії економічного зростання: Монографія / А.І. Степаненко. Київ: УБС НБУ, 2010. – 319 с.

ЗАПОРОЖАН Н.В., ст. гр. МО-11м

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

ДВНЗ "ДонНТУ" Автомобільно-дорожній інститут,  
м. Горлівка

## МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Изучены методические подходы к оценке финансовой устойчивости и платежеспособности, определены наиболее емкие показатели финансовой устойчивости и платежеспособности.*

**Актуальність.** Фінансова стійкість, оцінена за допомогою фінансових індикаторів, особливо в нестабільних економічних умовах, є основним показником ефективної діяльності промислових підприємств, яких відрізняє ряд особливостей: великий обсяг товарно-матеріальних запасів, велика частка основних засобів в активах підприємства, тривалий виробничий цикл. Варто зауважити, що на сьогодні науковці та практики налічують декілька сотень фінансових індикаторів – від вузькоспеціалізованих до інтегральних. Наявність зручних та легко застосовуваних на практиці показників фінансової стійкості та платоспроможності дозволило би більш ефективно організувати фінансову діяльність промислових підприємств.

**Мета дослідження.** Проаналізувати основні показники для оцінки фінансової стійкості та платоспроможності промислових підприємств,

Також можна взяти до уваги і те, що пошук відпочинку через Інтернет з кожним роком набуває все більшої популярності, тому з кожним роком прибуток буде тільки зростати.

**Висновки.** Отже, можна зробити висновок, що розгляд проблем якості готельних послуг спрямовано на підвищення рівня обслуговування й ефективності виробництва готельних послуг. Дуже важливе розуміння керівників готелів постійно поліпшувати якість обслуговування, приділяти увагу його розширенню, реконструкції приміщень, упровадженню новітніх технологій тощо.

## Бібліографічний список

1. Александров Г.И. Менеджмент в сфере услуг/ Г.И. Александров. – М.: ВНИИЭТТИ: экспресс-информ, 2005. - 168 с.

2. Боголюбов В.С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве / В.С. Боголюбов. - М.: "Дело", 2002. – 253 с.

КАРА Ю.Ю., магістр

Наук. керів.: Кравченко В.О., к.е.н., проф.

ДВНЗ "Одеський державний економічний університет",  
м. Одеса

## РОЗРОБКА ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

*Рассмотрена проблематика формирования инновационной стратегии предприятия, проанализированы основные вопросы, возникающие при формировании инновационной стратегии развития, сделаны выводы по реализации стратегии.*

**Актуальність.** У сучасній економіці інновації стають найважливішим фактором перспективного зростання і розвитку підприємств. Нові продукти, прогресивні технології багато в чому визначають лідерство, забезпечують ефективне довгострокове функціонування та конкурентоспроможність підприємств. Разом з тим, інноваційна спрямованість діяльності підприємств викликає необхідність удосконалення механізмів управління їх розвитком.

**Мета дослідження.** Теоретичне обґрунтування та аналіз засад інноваційної стратегії, вдосконалення процесу формування інноваційних стратегій.

**Основна частина.** В економічній літературі недостатньо повно висвітлено питання формування інноваційних стратегій підприємств. Інноваційний розвиток керівники підприємств найчастіше ототожнюють з виробничо-господарським характером їх діяльності, а не з корпоративним рівнем прийняття рішень. На практиці у більшості підприємств стратегії

інноваційного розвитку не вважаються пріоритетними. В результаті на освоєння інновацій виділяється недостатня кількість ресурсів, а потенціал нових технологій використовується неповноцінно.

Інноваційна стратегія являє собою один із засобів досягнення місії та цілей підприємства, що відрізняється від інших своєю новизною, перш за все для підприємства і, можливо, для галузі, ринку, споживачів [1, с. 10].

Інноваційна стратегія підпорядкована загальній стратегії підприємства. Вона визначає цілі інноваційної діяльності, вибір засобів їх досягнення та джерела залучення цих коштів.

Вибір інноваційної стратегії розвитку підприємства здійснюється керівництвом на основі аналізу ключових факторів, що характеризують стан підприємства, з урахуванням результатів аналізу бізнесу, а також характеру і сутності реалізованих стратегій. Обрана інноваційна стратегія розвитку повинна відповідати цілям підприємства, складатися відповідно з альтернативними стратегіями, технологією і попитом.

Щоб зробити ефективний стратегічний вибір, керівники вищої ланки повинні мати чітку, поділовану усіма концепцію розвитку підприємства і його майбутнього. Вибір інноваційної стратегії має бути певним і однозначним, рішення має підлягати ретельному дослідженню й оцінці [2, с. 110].

Реалізація інноваційної стратегії передбачає трансформацію стратегічного плану підприємства в дії, а потім в результати. Для успішної реалізації стратегії необхідно, щоб:

інноваційні цілі, стратегії і плани були доведені до працівників з тим, щоб домогтися з їхнього боку не тільки розуміння того, що робить підприємство, а й неформального залучення в процес виконання інноваційної стратегії, зокрема вироблення у співробітників зобов'язань перед підприємством щодо реалізації інноваційної стратегії;

керівництво не тільки своєчасно забезпечувало надходження всіх необхідних для реалізації інноваційної стратегії ресурсів, але й мало план реалізації стратегії у вигляді цільвих установок і фіксувало досягнення кожної мети.

Оцінка стратегії проводиться шляхом порівняння результатів роботи з цілями. Процес оцінки використовується як механізму зворотного зв'язку для коригування інноваційної стратегії розвитку. Щоб бути ефективною, оцінка повинна проводитися системно і безперервно.

Якщо інноваційна стратегія відповідає цілям підприємства, то її подальша оцінка проводиться за такими напрямками:

- відповідність стану і вимогам оточення;
- відповідність потенціалу і можливостям підприємства;
- прийнятність ризику, закладеного в інноваційній стратегії.

Реалізація інноваційної стратегії вважається успішною в тому випадку, коли фактичні результати відповідають цілям або перевершують

своєрідних йому функцій в обществe [4].

Необходима рационализация существующей модели финансового рынка на региональном уровне, в основе которой – эффективное использование местных финансовых ресурсов, содействие процессу регионализации финансовых отношений с целью реализации программ социально-экономического развития региона. То есть существует необходимость создания на региональном уровне местного банка регионального развития (МБРР), подконтрольного органам местного самоуправления, для аккумулирования и рационального использования местных кредитных ресурсов и недопущения их массового оттока за пределы региона. Создание такого банка возможно согласно статье 70 Закона Украины «О местном самоуправлении» [5]. Деятельность МБРР будет осуществляться в соответствии с основополагающими принципами «Государственной стратегии регионального развития на период до 2015 года» [6] и программ социально-экономического развития региона. Доступ субъектов хозяйствования к кредитным ресурсам банка должен быть обязательно равноправным.

Ресурсы МБРР могут формироваться из таких источников:

1. Капитал (ассигнования местного бюджета, средства местных предприятий и организаций, которые принадлежат к коммунальной собственности и финансируются из местного бюджета, благотворительные взносы предприятий, граждан, общественных организаций).

2. Обязательства (долговые ценные бумаги, выпущенные местными органами власти, средства субъектов хозяйствования региона и населения на текущих и депозитных счетах, иностранные инвестиции) [7].

**Выводы.** Региональная экономика нуждается в адекватной системе финансового обеспечения, которое без участия банков сталкивается с серьезными проблемами. Существует необходимость разработки методического подхода к совершенствованию механизма взаимодействия предприятий и регионального коммерческого банка, основанного на развитии организационно-экономических отношений и соответствующих управленческих структур. Перспективным является создание МБРР, приоритетными направлениями которого будут финансирование реального сектора экономики региона, кредитование малых и средних предприятий, участие в реализации программ социально-экономического и культурного развития региона, финансирование рискованных, но социально рентабельных проектов.

#### Библиографический список

1. Егорова Н.Е., Смулов А.М. Предприятия и банки. Взаимодействие, экономический анализ, моделирование. М.: Дело. - 2002. - 456 с.
2. Шевченко А.В. Региональное воспроизводство: место и роль коммерческого банка: институционально-функциональный аспект. –

Егоровой Н., Краскова В., Лепетикова Д., Масленникова В., Смулова А., Соколова Ю., Солнцева О., Четверикова В. При этом в экономической литературе не представлены организационно-экономические аспекты взаимодействия предприятий и банков, отражающие специфику их отношений как субъектов хозяйствования региона.

**Цель исследования.** Изучить организационно-экономическое взаимодействие предприятий и коммерческих банков и на базе этого разработать основные направления повышения его эффективности.

**Основная часть.** В современных условиях возрастает зависимость экономики от финансово-кредитного обеспечения. Сбои в работе коммерческих банков приводят к остановке производства и банкротствам. При этом возникают проблемы с созданием новых рабочих мест, затруднено развитие инфраструктуры, прекращается производство новых видов продукции, не оказываются в полном объеме необходимые населению услуги, снижаются темпы экономического роста и расширенного воспроизводства [1]. Банк может выступать для региона в роли стабилизатора или дестабилизатора в зависимости от выбранной линии экономического поведения руководством банка. К сожалению, линии поведения банков нередко носят пассивный характер (банки занимают позицию сторонних наблюдателей). Но бывает, что направление региональной экономической политики является настолько «узким», что объективно банки не могут принять в ней активной участие.

Понятие «региональный банк» не является устоявшимся в Украине, но, по мнению Шевченко А.В. [2], именно данный тип коммерческих банков должен быть опорой кредитной системы региона (банки развития).

Установлена специфика взаимодействия предприятий и кредитных организаций, которая проявляется в их взаимопроникновении, означая не только взаимное влияние определенной направленности на внутреннюю и внешнюю их среду, но и участие в формировании стратегий друг друга. Механизм взаимодействия коммерческого банка и предприятий региона - это система взаимоотношений, созданная для повышения эффективности деятельности субъектов взаимодействия, представляющая собой их единство, определяющая взаимные права и обязанности, процедуры взаимодействия, направление вектора взаимодействия, характер многочисленных связей между ними, их организационную структуру [3].

Важность создания регионального коммерческого банка объясняется также значительными диспропорциями в концентрации финансово-кредитных (банковских) учреждений в регионах Украины, а также существованием угрожающих тенденций сосредоточения кредитных ресурсов в центральных регионах и их «вымывание» из других регионов страны. Это приводит к тому, что экономика последних не получает соответствующего объема кредитных вложений, а кредит не выполняет

цели, визначені стратегічним планом.

В умовах жорсткої конкурентної боротьби і швидко мінливої ситуації на ринках підприємства повинні не тільки концентрувати увагу на внутрішньому стані справ, а й виробляти довгострокову інноваційну стратегію поведінки, уважно стежити за появою нових технологій і планувати їх впровадження, щоб не відстати від конкурентів [2, с. 15].

В даний час успіх перспективного розвитку підприємства визначається, насамперед, реалізацією різного роду інновацій. Вони дають найбільший ефект, коли стратегії інноваційного розвитку включають в число загальних корпоративних стратегій підприємства. Це дозволяє вивести інноваційний процес з функціонального рівня в сферу корпоративних інтересів і здійснювати дану діяльність на принципах стратегічного управління. Можливість ефективного здійснення стратегій інноваційного розвитку визначається потенціалом підприємства і станом ресурсів, що використовуються в інноваційній діяльності [3, с. 56].

Процес формування інноваційної стратегії має представляти собою інтеграцію стратегічного та інноваційного менеджменту. Він об'єднує в собі основні етапи формування корпоративних стратегій підприємства з принципами розробки та реалізації інновацій. При такому методі стратегічного управління в основу кожного перспективного плану підприємства включається мета інноваційного розвитку.

**Висновки.** В даний час успіх перспективного розвитку підприємства визначається, насамперед, реалізацією різного роду інновацій. Вони дають найбільший ефект, коли стратегії інноваційного розвитку включають в число загальних корпоративних стратегій підприємства. Це дозволяє вивести інноваційний процес з функціонального рівня в сферу корпоративних інтересів і здійснювати дану діяльність на принципах стратегічного управління. Можливість ефективного здійснення стратегій інноваційного розвитку визначається потенціалом підприємства і станом ресурсів, що використовуються в інноваційній діяльності.

Кращим є поділ інноваційних стратегій на наступальну і оборонну. Вони розрізняються різним типом і масштабом впроваджуваної інновації, характером управління процесами, складом і характером учасників, а також обсягом ресурсів, необхідним для реалізації відповідної стратегії. Облік цих факторів дозволяє керівництву підприємства на ранньому етапі визначити, яку стратегію інноваційного розвитку вибрати.

Процес формування інноваційної стратегії має представляти собою інтеграцію стратегічного та інноваційного менеджменту. Він об'єднує в собі основні етапи формування корпоративних стратегій підприємства з принципами розробки та реалізації інновацій. При такому методі стратегічного управління в основу кожного перспективного плану підприємства включається мета інноваційного розвитку

Стійка інноваційна стратегія підприємства, це не тільки результат

безперервного процесу оцінки виконання основних нормативних коефіцієнтів фінансової стійкості, порівняння розрахункових і фактичних показників фінансово-економічної діяльності, але і можливість сформулювати свою конкурентну позицію в ринковій ситуації.

#### Бібліографічний список

1. Шамов А.А. Разработка стратегии организации: Учебно-методическое пособие / А.А. Шамов. – М.: Дело, 2010. – 103 с.
2. Шмельков А.О. Инновационное прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие / А.О. Шмельков. – М.: АРТ-М, 2010. – 147 с.
3. Водачек Л. Стратегия управления инновациями на предприятии / Л. Водачек, О. Водачкова. – М.: Экономика, 1999. 167 с.

МІНОЧКІН Д.М., асп.

Наук. керів.: Вишневецький В.П., д.е.н., проф.

ДВНЗ "Донецький національний технічний університет",

м. Донецьк

### ОБЧИСЛЕННЯ ВІДСОТКОВОЇ СТАВКИ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ ЗА РОЗРОБЛЕНОЮ МЕТОДИКОЮ

*Применение методики определения процентной ставки банковского кредитования инвестиционных проектов, учитывающей стоимость ресурсной базы банковского учреждения и риски, связанные с заемщиком и инвестиционным проектом.*

**Актуальність.** Однією з актуальних проблем у роботі банківських установ на сучасному етапі розвитку кредитно-банківської системи України є визначення відсоткової ставки кредитування інвестиційних проектів, зокрема ризикової складової ціни банківського продукту. Для вирішення зазначеної проблеми була запропонована послідовність дій [1, с. 187-195], результатом впровадження яких стає отримання ставки за кредитом з урахуванням вартості ресурсної бази кредитної установи та ризиків, пов'язаних як з позичальником, так і з його інвестиційним проектом.

**Мета дослідження.** З метою перевірки практичної цінності розроблених методичних рекомендацій їх було запропоновано до застосування в умовах ПАТ «Райффайзен Банк Аваль», для отримання коштів на реалізацію інвестиційного проекту в який звернулося ТОВ «Крон».

#### Бібліографічний список

1. Садеков А.А. Механизмы эколого-экономического управления предприятием: [монография]/А.А. Садеков. – Донецк: ДонГУЭТ им. Туган-Барановского, 2002. – 311 с.
2. Балакай О.Б. Концепция стійкого розвитку та ринкова економіка / О.Б. Балакай//Схід. – 2004. - №2(60). – С. 58-62.
3. Данилов-Данильян В.И. Экологический вызов и устойчивое развитие: [учеб. пособие]/ В.И. Данилов-Данильян, К.С. Лосев. – М.: Прогресс-Традиция, 2005. – 416 с.
4. Угольницкий Г.А. Устойчивое развитие организаций. Системный анализ, математические модели и информационные технологии управления: [монография] /Г.А. Угольницкий. – Москва: Издательство физико-математической литературы, 2011. – 320 с.
5. Буркинский Б.В. Природопользование: основы экономико-экологической теории/ Б.В. Буркинский, В.Н. Степанов, С.К. Харичков. – Одесса: ИПРЭАН НАН Украины, 2000. – 350 с.

ТОКАРЕВА А.В., ст.гр. МО-11м

Науч. руков.: Деречинский Ю.Н., к.э.н., доц.,

ДВНЗ "ДонНТУ" Автомобільно-дорожній інститут,

г. Горловка

### ВАЖНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА ДЛЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

*На основе анализа особенностей функционирования выявлены направления совершенствования регионального взаимодействия промышленных предприятий и населения с коммерческими банками на уровне региона.*

**Актуальность.** В современных условиях, когда основной предпосылкой социально-экономического развития региона является обеспечение его устойчивого роста, особую актуальность приобретает повышение эффективности функционирования всех участников регионального бизнеса. Поскольку их деятельность осуществляется в рамках сложной структурированной хозяйственной системы, особо значимой становится результативность взаимодействия предприятий реального сектора экономики и финансово-кредитной системы. Основные направления и проблемы совершенствования производства на основе привлечения банковских ресурсов представлены в работах Ивантера А., Макаревича Л., Маковской Е., Молякова Д. Вопросы интеграции банковского и промышленного капитала нашли отражение в трудах

– соціальна стійкість (забезпечення можливості реалізації прав людини, високої якості життя; гарантія безпеки та справедливості; рівність можливостей; гарантія соціального захисту; інвестиції в освіту майбутніх поколінь та ін.).

При цьому істотними умовами стійкого розвитку є [1; 2; 4]: виконання як вимог економічного розвитку, так і вимог екологічної рівноваги; дотримання цих вимог на нескінченному або дуже тривалому інтервалі часу; необхідність узгодження різних інтересів при неодмінному виконанні ключових вимог.

Слід зазначити, що більшість вчених в даний час використовують саме триєдиний підхід до стійкого розвитку.

На нашу думку, перехід до стійкого розвитку через збалансоване і взаємозалежне вирішення екологічних, економічних та соціальних проблем передбачає:

– поєднання і взаємозв'язок соціально-економічної та екологічної політики через розробку довгострокових прогнозів наслідків соціально-економічного розвитку для навколишнього середовища;

– розробку та реалізацію цільових державних програм економічної, соціальної та екологічної безпеки;

– забезпечення пріоритетного напрямку вирішення соціальних проблем та розвитку людського капіталу для досягнення високого рівня добробуту населення в гармонії з природним середовищем;

– збереження природного потенціалу для нинішнього і майбутнього поколінь шляхом забезпечення оптимального рівня економічного зростання;

– формування відповідної законодавчої бази та механізмів, забезпечують дотримання екологічних вимог в соціально-економічному розвитку, в тому числі введення жорстких санкцій за нераціональне природокористування.

Рішення поставлених задач вимагає розробки конкретних механізмів їх здійснення. Важливим питанням у реалізації концепції стійкого розвитку є розробка індикаторів його вимірювання. У цьому напрямку зараз працюють як міжнародні організації, так і наукові кола. Виходячи з вищевказаної тріади, такі індикатори повинні пов'язувати екологічні, економічні та соціальні аспекти.

**Висновки.** Викладене вище дозволяє розглядати стійкий розвиток як якісну зміну стану соціально-економічної системи на основі гармонізації економічної, екологічної, соціальної сфер та задоволення потреб нинішніх та майбутніх поколінь. Слід зазначити, що перехід до моделі стійкого розвитку передбачає істотні зміни в економічній підсистемі суспільства, в стратегії розвитку економіки. Основне в цих змінах – це орієнтація на збалансований розвиток, а не на максимізацію зростання споживання.

**Основна частина.** Вищезгадане підприємство займається виробництвом гірничо-шахтного обладнання та його подальшим продажем. Для збільшення масштабів виробництва товариство має намір купити сучасне устаткування з виготовлення продукції (а саме двох видів різців), на що й сподівається отримати інвестиційний кредит у розмірі 7,5 тис. грн. на 5 років. У бізнес-плані, наданому підприємством до банківської установи, наведені розрахункові показники реалізації проекту. Крім того, були отримані всі відповідні документи стосовно господарської діяльності ТОВ «Крон», які необхідні для його аналізу.

Обчислення відсоткової ставки кредитування інвестиційного проекту почнемо з визначення рівня базової процентної ставки  $S_{баз}$ . Згідно запропонованих рекомендацій [1, с. 196], приймемо значення  $C_1$  (середня реальна ціна всіх кредитних ресурсів на планований період) для ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» рівним 16,9% річних [2];  $C_2$  (відношення планованих витрат по забезпеченню функціонування банку до очікуваного об'єму продуктивно розміщених засобів) та  $P_M$  (планований рівень прибутковості позикових операцій банку) візьмемо рівними по 1% кожен. Таким чином, базова ставка дорівнюватиме

$$S_{баз} = C_1 + C_2 + P_M = 16,9 + 1 + 1 = 18,9\%$$

Загальна відсоткова ставка має вигляд (формула 3 [1, с. 188]):

$$S_B^{KR} = S_{баз} + R = 18,9\% + R$$

Середньозважена процентна ставка за довгостроковими кредитами, наданими суб'єктам господарювання на ринку в національній валюті в березні 2012 року, становила  $S_R^{KR} = 21,4\%$  [2]. Отже, розмір меж частини відсоткової ставки, яка залежить від ризику конкретної інвестиційної пропозиції, дорівнює:

$$R \leq S_R^{KR} - S_B^{KR} \leq 21,4\% - 18,9\% \leq 2,5\%$$

Наступним етапом є аналіз інвестиційної привабливості підприємства-позичальника, який здійснюється по запропонованій методиці [1, с. 189-193]. Кількість балів, набраних позичальником, склала 82,74.

Оцінка якості інвестиційного проекту здійснюється за допомогою імітаційного моделювання показника  $NPV$ . Практика застосування цього методу потребує ряду експертних оцінок та розрахунків, а саме створення декількох сценаріїв розвитку подій та розподілу вірогідностей між ними. В якості норми дисконту приймемо рівень середньозваженої депозитної процентної ставки у національній валюті, розрахованої за березень

2012 року (13,8% [2]). Виходячи з досвіду реалізації інвестиційних проектів ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» та посилаючись на рекомендації джерел [3;4], за найкращий (оптимістичний) сценарій було взято дані бізнес-плану, наданого ТОВ «Крон»; для отримання найбільш вірогідного та найгіршого (песимістичного) сценаріїв показники ціни та обсягу реалізації були знижені на 15 і 30% відповідно, а показники собівартості та норми дисконту навпаки збільшено на 15 та 30%. Кожному зі сценаріїв присвоєно рівну вірогідність здійснення.

Імітаційне моделювання було реалізоване в середовищі Microsoft Excel, у результаті якого була вирахована вірогідність отримання від'ємних значень  $NPV$  проекту, що склала 0,3. Таким чином, стійкість розглянутого інвестиційного проекту дорівнює [1, с. 194]

$$p=1-p(E \leq 0) = 1 - 0,3 = 0,7.$$

В якості майнового забезпечення кредиту в заставу банку передається нерухомість (6 тис. грн.) та майбутня лінія з виробництва (7,5 тис. грн.), що дає змогу вважати кредит забезпеченим. Інвестиційна привабливість підприємства-позичальника дорівнює

$$IKP = KB_{II} \times KC_{III} \times K_{M3} = 82,74 \times 0,7 \times 1 = 57,9 \text{ балів.}$$

Зважаючи на досвід кредитування ПАТ «Райффайзен Банк Аваль», був встановлений мінімальний рівень інвестиційної привабливості, який склав  $IKP_{\min} = 40$  балів. Отриманий  $IKP' = 57,9$  балів свідчить про достатній його рівень для прийняття й практичного фінансування. Користуючись формулами 10 та 11 [1, с. 194-195], розраховуємо долю ризикової складової відсоткової ставки та її фактичне значення

$$dR = \frac{IKP_{\max} - IKP'}{IKP_{\max} - IKP_{\min}} = \frac{100 - 57,9}{100 - 40} = \frac{100 - 57,9}{100 - 40} = 0,7;$$

$$R^{KR} = R \times dR = 2,5 \times 0,7 = 1,75\%$$

Відсоткова ставка кредитування інвестиційного проекту, запропонованого ТОВ «Крон», склала

$$S_B^{KR} = C_1 + C_2 + P_M + R^{KR} = 16,9 + 1 + 1 + 1,75 = 20,65\%$$

**Висновки.** Таким чином, розроблена методика була застосована в умовах ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» для визначення рівня ризику реального інвестиційного проекту та позикового відсотка для нього. У результаті отримана відсоткова ставка кредитування конкретної

рішень, єдність у трактуванні цього поняття відсутня.

**Мета дослідження.** Аналіз існуючих підходів до визначення стійкого розвитку соціально-економічних систем, визначення принципів та умов стійкого розвитку.

**Основна частина.** Поняття стійкого розвитку історично виникло стосовно відносин суспільства і природного середовища та отримало велику популярність у наукових, політичних і громадських колах після Конференції ООН з навколишнього середовища і розвитку 1992 року в Ріо-де-Жанейро [1]. Слід відмітити, що у науковому середовищі відсутнє точне визначення стійкого розвитку. Існує понад 60 визначень цього поняття, однак всі вони представляють варіації класичного визначення Комісії ООН.

За визначенням Світової комісії ООН з розвитку і навколишнього середовища (Комісія Г.Х. Брундтланд), стійкий розвиток (анг. sustainable development) – це такий розвиток, який забезпечує потреби теперішнього покоління без завдання шкоди можливості майбутнього покоління забезпечити свої власні потреби [1].

Подібні підходи до визначення поняття «стійкий розвиток» передбачають єдність економічного, екологічного та соціального розвитку. При цьому об'єктом розвитку виступає соціально-економічна система.

Економічно стійкий розвиток передбачає підтримку створеного людиною капіталу (матеріального), людського капіталу (у т.ч. інформаційного та культурного) та природного капіталу. При цьому витрати на охорону навколишнього середовища розглядаються як внутрішньо властиві економічній системі [1; 2; 3].

Екологічно стійкий розвиток – це розвиток, при якому благополуччя людей забезпечується збереженням навколишнього середовища. Швидкість використання невідтворюваних ресурсів повинна відповідати їхньому відшкодуванню за рахунок заміни відтворюваними [1; 3].

При соціально стійкому розвитку використання ресурсів повинно бути направлено на забезпечення рівноправ'я людей та соціальну справедливість. Основною задачею повинний стати пріоритет якісного вдосконалення у порівнянні з кількісним зростанням [1; 3; 4].

Аналіз досліджень та публікацій дозволяє визначити основні принципи стійкого розвитку [1; 2; 3; 5]:

- екологічна стійкість (значне обмеження використання невідновлювальних ресурсів; обмеження у використанні відновлювальних ресурсів; обмеження викидів у навколишнє середовище; врахування фактору відновлювальності навколишнього середовища);

- економічна стійкість (орієнтація економіки на перспективу; збереження матеріальних і нематеріальних активів; стабілізація грошового обігу; недопущення або обмеження «нових» боргів; ефективне використання ресурсів; гарантія «прозорості» витрат);

структуру товарного портфелю підприємств; приймати стратегічні рішення в розрізі елементів комплексу маркетингу; інтегрувати діяльність усіх структурних підрозділів підприємства у сфері ефективного забезпечення конкурентоспроможності тощо.

#### **Бібліографічний список**

1. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. – 2-е изд., доп. и испр. – М.: Юрайт – М, 2001. – 224 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: Экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА – М. – 2000. – 312 с.
3. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
4. Шлесник Ю.Н. Исследование маркетинговых операций – К.: ЮНИТИ, 2000 – 268 с.

ЧСЧНСВА Е.Р., ст. гр. МО-11м

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

ДВНЗ "ДонНТУ" Автомобільно-дорожній інститут,

м. Горлівка

#### **СТІЙКИЙ РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

*Рассмотрены существующие подходы к определению устойчивого развития, проанализированы принципы и условия устойчивого развития социально-экономических систем.*

**Актуальність.** Проблема стійкого розвитку представляє собою одну з фундаментальних наукових проблем. Вчені різних галузей знань – економісти, екологи, філософи, біологи – проводять дослідження проблеми стійкого розвитку. Тому відношення до даного явища має багатоаспектний характер та різні оцінки. Ідеї стійкого розвитку стали важливою складовою політики, перш за все, високо розвинених країн, в яких створені та діють державні структури, які організують і координують діяльність щодо реалізації принципів стійкого розвитку.

Визначення, принципи, задачі та особливості стійкого розвитку досліджені в роботах іноземних та вітчизняних вчених: Лейзеровіча А., Кейтса Р., Перріса Т., Хулса Дж., Буркінського Б., Угольницького Г., Волошина В., Данилов-Данільяна В., Садекова О., Степанова В., Лосева К., Горленко О., Рюміної О., Гриніва Л. та ін. Незважаючи на активне обговорення концепції стійкого розвитку та ряд прийнятих офіційних

інвестиційної пропозиції, яка є меншою за середньоринкову, але водночас враховує ризики, пов'язані з позичальником, його інвестиційним проектом та забезпечує плановий рівень прибутковості кредитного портфеля банку.

#### **Бібліографічний список**

1. Папаїка О.О., Міночкін Д.М. Методика визначення відсоткової ставки кредитування інвестиційних проектів. Науково-практичний журнал «Економіка промисловості», Інститут економіки промисловості НАН України: №3(46) 2009 року. – С. 187-200.
2. Національний банк України (офіційний сайт), розділ «Статистика» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.
3. Дмитриев, М. Н. Количественный анализ риска инвестиционных проектов / М.Н. Дмитриев, С.А. Кошечкин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/finanalysis/invest>.
4. Лукасевич И.Я. Анализ финансовых операций. Методы, модели, техника вычислений / И.Я. Лукасевич. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1998. – 400 с.

ЯНЧУК О.Ю., ст. гр. УС-81

Наук. керів.: Сакалош Т.В., к.е.н., ст. викл.

НТУУ «Київський політехнічний інститут»,

м. Київ

#### **МІЖНАРОДНА КООПЕРАЦІЯ ЯК ШЛЯХ ДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*Рассмотрена необходимость использования международной кооперации для развития отрасли энергетического машиностроения Украины и различные подходы при выборе партнеров по кооперации.*

**Актуальність.** Питання якісного перетворення енергетичних ресурсів для генерування енергії в умовах їх дефіциту у світі є однією з основних проблем сьогодення. Якісні характеристики енергетичного обладнання визначають енергомісткість національної економіки. Високий рівень конкурентоспроможності продукції енергетичного машинобудування може бути досягнутий шляхом міжнародної виробничої кооперації з провідними світовими виробниками та розробниками відповідних технологій.

**Мета дослідження.** Теоретичне обґрунтування доцільності міжнародного виробничого співробітництва для вітчизняного енергетичного машинобудування.

**Основна частина.** Енергетичне машинобудування – стратегічна галузь промислового комплексу країни. Основним споживачем продукції галузі є паливно-енергетичний комплекс, робота якого визначає стабільність національної економіки й економічну безпеку країни в цілому. Від техніко-економічних показників, якісних та вартісних характеристик енергетичного обладнання багато в чому залежить формування тарифів на енергію для споживачів, ефективність паливно-енергетичного комплексу в цілому і таким чином рівень витрат в промисловості, її конкуренто-спроможність.

У 2011 р. обсяг світового ринку енергетичного обладнання становив близько 95,6 млрд. дол. США. Дві третини світового ринку енергомашинобудування забезпечують 6 транснаціональних компаній: «Siemens» (S), «ABB», «Alstom» (A), «GE» (G), «Mitsubishi Heavy Industries» (M), «BHEL» (B) (рис. 1).

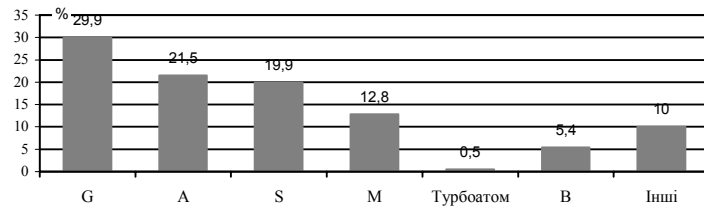


Рисунок 1. Частка світового ринку енергетичного машинобудування, %

Вітчизняні підприємства ще мають певний запас конкурентоспроможності (зокрема, ВАТ «Турбоатом» є четвертою компанією у світі в сегменті виробництва турбін для АЕС), проте з кожним роком конкурувати на світовому ринку стає все складніше (рис. 2). Причинами втрати конкурентних позицій є наступні:

1. В Україні після розпаду СРСР залишилась лише частина колишнього енергетичного машинобудівного комплексу. Підприємства, які доповнювали один одного за асортиментом продукції, а також профільні НДІ, опинилися в різних державах.

2. Відмова держави від приватизації енергомашинобудівних підприємств. Не маючи досвіду управління наукомісткими активами, державні відомства не вирішили найважливіших проблем підприємств, залишились старі методи управління.

3. Постійне звуження ринку за рахунок діяльності ТНК: процеси злиття та поглинання [3].

Дійсно, наявність потрібних ресурсів, які ефективно використовуються, є головною передумовою формування стратегічного потенціалу. Проте, для досягнення стійких конкурентних переваг на ринку недостатньо тільки ефективного використання перерахованих ресурсів. Для того, щоб вижити і стабільно працювати в сучасних складних умовах виробничим підприємствам необхідно забезпечити собі якомога більш довгострокові конкурентні переваги, які є перевагами над конкурентами на ринку, дозволяють підприємствам отримати бажаний прибуток та утримувати міцні позиції на ньому. Цього можна досягти шляхом стратегічної маркетингової спрямованості підприємства.

У складі забезпечення конкурентоспроможності підприємств в довгостроковому періоді стратегічний маркетинг має особливе значення на стадії стратегічного планування в аспекті постановки системи стратегічних конкурентних цілей, аналізу конкурентного маркетингового середовища і діагностики внутрішнього конкурентного потенціалу, розробки конкурентних маркетингових стратегій, а також адаптації стратегічних цілей, планів та механізму їхньої реалізації згідно зі змінами конкурентного середовища.

Важливість стратегічного планування як складової частини стратегічного маркетингу у сучасних умовах підвищується через динамічність зовнішнього конкурентного середовища. Вплив зовнішнього середовища спричиняє зростання потреби підприємств у стратегічному маркетингу, який дозволяє: діагностувати рівень стабільності конкурентного середовища підприємств; базувати свою діяльність на стратегічних конкурентних можливостях з урахуванням змін конкурентного середовища; підвищити здатність адаптації до змін у конкурентному середовищі; розробити систему стратегічного моніторингу чинників; діагностувати конкурентоспроможність підприємств; переглядати бізнес-портфель підприємств за допомогою матричних інструментів стратегічного аналізу тощо [2].

Конкурентоспроможність виробничих підприємств також залежить від визначення оптимального складу комплексу маркетингу та активності його реалізації як вирішального чинника в діяльності підприємств, особливо на ринках із загостреною конкуренцією.

**Висновки.** Таким чином, впровадження стратегічного маркетингу в діяльність виробничого підприємства дозволить вирішити такі задачі: систематизувати дані маркетингових досліджень, формувати і вдосконалювати бази даних у сфері дослідження конкурентного ринку; уточнювати місію підприємств, яка визначається їхньою економічною діяльністю і позицією на ринку, визначити стратегічні цілі; розробляти концепції ефективних товарів або послуг, які дозволяють підприємствам обслуговувати обрані групи споживачів краще, ніж конкуренти, і забезпечать їм стійкі конкурентні переваги; забезпечувати збалансованість



управлінських, показників виробництва, продажу та обслуговування покупців тощо.

Проведення досліджень дозволить порівняти виробниче підприємство з конкурентами за критеріями якості виробленої продукції та обслуговування, іміджу, асортиментної та цінової політики тощо. Отримана інформація окреслить як позитивні моменти, так і проблеми в роботі підприємства, які погіршують його позицію серед конкурентів з точки зору споживачів.

Такий підхід до визначення рівня конкурентоспроможності підприємства на основі двох систем оцінювання є більш точним та об'єктивним, оскільки враховує не тільки власне уявлення про досягнутий рівень конкурентоспроможності, а ще й реальне відображення всіх конкурентних зусиль підприємства на ринку, результатом якого є певне сприйняття споживачами.

Проте конкурентоспроможність підприємства на момент оцінювання не дає уявлення про подальше її підтримання. Введення показника конкурентоспроможності в довгостроковому періоді дозволить окреслити шляхи досягнення його високого рівня. Зростання цього рівня має бути стратегічною метою у розробці стратегії розвитку підприємства [3].

Висока довгострокова конкурентоспроможність обумовлюється набуттям конкурентних переваг на ринку у визначений час, які забезпечуються ефективним використанням ресурсів, стратегічною маркетинговою спрямованістю і високим стратегічним потенціалом підприємства. Причому ці складові обумовлюють одна одну (рисунк 1).

Під стратегічним потенціалом виробничого підприємства розуміють його потенційні можливості щодо досягнення стратегічних цілей за найбільш ефективного використання ресурсів. Серед основних видів ресурсів підприємства виділяють: фінансові; інформаційні; кадрові; технічні; просторові; організаційно-управлінські тощо.



Рисунок 1. Складові забезпечення високого рівня конкурентоспроможності виробничого підприємства в довгостроковому періоді

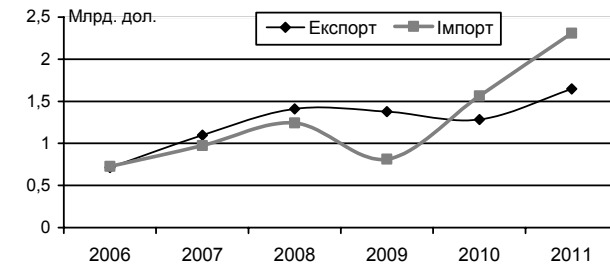


Рисунок 2. Міжнародна торгівля енергетичним Table 1обладнанням (за основними групами) в Україні

Основним фактором формування конкурентоспроможності підприємств на сучасному етапі стають інновації та інноваційна діяльність. Одним із можливих шляхів подолання технологічного відставання українських виробників та втрати ними конкурентних позицій є поглиблення міжнародної виробничої кооперації. Угоди про співробітництво укладаються з метою передачі або обміну технічними знаннями, створення кращих умов виробництва та використання робочої сили, зниження виробничих витрат, виходу на нові ринки тощо [1].

При прийнятті рішення про кооперацію необхідно вирішити низку питань: ключеві параметри при виборі партнера; тривалість взаємовідносин партнерів по кооперації; структура коопераційних відносин; принципи формування міжнародних стратегічних альянсів.

Підходи до формування коопераційних зв'язків різноманітні. Серед варіантів варто виділити технологічний підхід, згідно якого, об'єднання підприємств відбувається за технологічним ланцюжком (оцінюється технологічна сумісність, специфічність активів), а також ситуаційний підхід, за якого основною метою формування структури є збереження підприємств. С. Ульсенхаймер пропонує розглядати міжнародну кооперацію з позиції проектного підходу. Г.П. Віндаль розглядає процес кооперації на основі життєвого циклу підприємства. Т.М. Бабо робить акцент на вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. Поширеним також є вартісний підхід. Проте, відбір постачальників тільки за ознакою впливу змін вартості відповідних предметів постачання на сталість й результативність діяльності підприємства не дає змоги повністю охопити величезну кількість факторів, дія яких обумовлює вибір моделі формування комерційних та коопераційних зв'язків [4]. Від вибору партнера для кооперації залежить подальший процес управління діяльністю підприємства, чи буде досягнутий ефект синергії від співробітництва.

Незважаючи на прагнення підприємства зацікавити якомога більше іноземних партнерів, не слід забувати, що перш, ніж встановлювати або

вносити зміни в партнерські взаємини важливо ретельно проаналізувати всі можливі результати даної угоди, ґрунтовно зважити всі позитивні та негативні сторони співпраці, оцінити можливі ризики та потенціали сторін, що беруть участь в угоді.

**Висновки.** Енергетичне машинобудування залишається однією з стратегічно важливих галузей для вітчизняної економіки. Його подальший розвиток буде безпосередньо впливати на розвиток всіх інших галузей промисловості.

В сучасних умовах, підприємства енергетичного машинобудування не можуть розвиватись без підтримки та взаємодії з боку іноземних партнерів. Поглиблення міжнародного співробітництва є одним із важливих елементів підвищення конкурентоспроможності національних виробників.

Єдиного прийнятого алгоритму здійснення міжнародної кооперації не існує. Потребують подальшого вдосконалення існуючі методичні підходи до вибору пріоритетних форм коопераційних зв'язків та модифікації їх до особливостей діяльності енергетичного машинобудування.

#### **Бібліографічний список**

1. Погосян А.М. Создание конкурентоспособной наукоемкой продукции. Международное сотрудничество// Компетентность 4-5/85–86/2011. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://www.asms.ru/kompet/2011/june/pogosyan26.pdf>.
2. Кондратенко Ю.Н. Организационный механизм международной промышленной кооперации в условиях глобализации: дис. кандидата эконом. наук. – Е., 2010. – С. 63-75.
3. Продвигать интересы украинских энергомашиностроителей на внешних рынках будет государственная корпорация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://shophopfer.ru/5578308.php>.
4. Добринь С.В. Управление кооперационными зв'язками підприємства: дис. кандидата эконом. наук. – Х., 2008. – С. 106.

СТЕПАНОВА О.В., к.е.н., с.н.с.

ДУ «Институт экономики та прогнозування НАНУ»,  
м. Донецьк

#### **ДО ПИТАННЯ ПРО ВЗАЄМОДІЮ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ТА ОСВІТИ**

*Визначені основні механізми та напрямки взаємодії соціального капіталу та освіти.*

стратегічного маркетингу знижують конкурентоспроможність підприємств.

Проблема визначення ролі маркетингу і його складових для забезпечення та підвищення конкурентоспроможності підприємств набуло особливої актуальності в умовах становлення ринкових відносин в Україні та потребує наукового обґрунтування.

Досягнення підприємством переваг над конкурентами багато в чому залежить від ефективного застосування маркетингу. Використання комплексного підходу для вдосконалення системи оцінювання досягнутої конкурентоспроможності, а також визначення ролі та змісту стратегічного маркетингу в довгостроковому забезпеченні конкурентоспроможності підприємства є метою наукового дослідження.

Конкуренція між виробничими підприємствами має свої особливості: її об'єктом є не тільки вироблені товари, а й заходи, спрямовані на їхню реалізацію, ефективність яких безпосередньо впливає на конкурентоспроможність виробничих підприємств. До таких засобів належить: товарно-асортиментна політика, цінова політика, виробниче обладнання, комунікаційна політика тощо, які є складовими завданнями маркетингу, що в даному випадку розглядаються з точки зору конкуренції. А забезпечення довгострокового стійкого розвитку підприємства в конкурентному середовищі є головними завданнями стратегічного маркетингу.

Таким чином, конкурентоспроможність виробничого підприємства можна визначити як узагальнюючу порівняльну характеристику, яка відображає можливості підприємства щодо задоволення споживчого попиту при відповідному рівні використання ресурсів в умовах конкурентного ринку.

При визначенні конкурентоспроможності виробничого підприємства частіше використовують підхід на основі показників ефективності порівняно з основними конкурентами. Така оцінка може виявитися помилковою через її часткову суб'єктивність – вона здійснюється безпосередньо підприємством і не враховує становлення споживачів до нього. Комплексна оцінка сприйняття споживачами товарів, що виробляє підприємство за визначеними критеріями дозволяє виявити проблеми підприємства у задоволенні потреб потенційних та існуючих споживачів до підприємства, і, відповідно, підвищує ефективність його діяльності ті конкурентоспроможність [2].

Таким чином, рівень конкурентоспроможності виробничого підприємства можна розрахувати на основі комплексної оцінки системи показників використання ресурсів підприємства та сприйняття споживачами.

Ефективність використання різних видів ресурсів визначається оцінкою груп показників ефективності діяльності підприємства: фінансово-економічних, трудових, маркетингових, організаційно-

самостійними виробниками (продавцями) товарів і послуг. У міру прискорення процесу приватизації, що виражається в збільшенні частки приватного сектора, ефективність конкурентного ринкового механізму підвищується. У найзагальнішому вигляді ринковий механізм можна визначити як механізм адаптації підприємств до ринкових умов господарювання, а вироблювані ними товарів (пропозиції) - до вимог споживачів (попиту). Головною рушійною силою ринкової економіки є конкуренція товаровиробників. Ринкова конкуренція визначається як система відносин між самостійними господарюючими суб'єктами ринку - підприємствами, що випускають товари (послуги) [1].

Кінцева мета адаптації підприємства - перемога в конкурентній боротьбі за споживача, за ринки збуту як закономірний підсумок його інтегрованих зусиль по реалізації організаційно-економічної системи адаптації. "Конкуренція" в перекладі з латині означає зіткнення в результаті яких-небудь дій. Її визначають як економічне суперництво, змагання в боротьбі за споживача. Конкуренція - це форма взаємного суперництва господарюючих суб'єктів ринку. Предметом конкуренції є товари (послуги), а об'єктом - споживачі і покупці. Отже, різні як методи конкурентної боротьби, так і способи оцінки рівня конкуренції. Відношення конкурентів один до одного характеризує подвійність: це і постійне суперництво на ринках збуту, і необхідність конкуренції як основи розвитку економіки і демократії суспільства в цілому. Подвійна суть конкуренції знаходить свій прояв в найважливішій характеристиці — конкурентоспроможності.

Діяльність підприємства в умовах конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності. Досягнення високого рівня конкурентоспроможності забезпечується створенням і реалізацією комплексу конкурентних переваг, які є результатом кращого задоволення потреб споживачів, що визначає маркетингову орієнтацію підприємств.

Перші спроби впровадження маркетингу на вітчизняних підприємствах відображалися, в основному, в успішному збуті чи рекламі [4]. Зростання конкуренції і насичення ринку товарами сприяло усвідомленню підприємства важливості проведення маркетингових досліджень, маркетингового планування для досягнення конкурентних переваг на ринку. Разом з тим, нечітке розуміння цілей і завдань маркетингу, копіювання досвіду закордонних і процвітаючих вітчизняних компаній без врахування особливостей галузевого ринку і самого підприємства, відсутність бачення ролі маркетингу в майбутньому успіху компанії призвело до втрати взаємозв'язку між окремими функціями маркетингу як єдиної системи, спрямованої на реалізацію маркетингової стратегії [1].

Недоліки у визначенні оптимального складу комплексу маркетингу та його активної реалізації, відсутність практики використання

**Актуальність.** Соціальний капітал, як загальний ресурс, вартість якого залежить від рівня взаємодії між людьми на основі спільних норм, цінностей та сформованого рівня довіри, є вагомим фактором функціонування економічних механізмів. За останні десятиріччя в Україні спостерігається падіння як загального, так і міжособистісного рівня довіри та деградація основних соціальних норм та цінностей, які є традиційними для українського суспільства. Ці процеси обумовили руйнування соціального капіталу. В таких умовах, існує нагальна необхідність виявлення корінних причин такого руйнування, а також визначення нових факторів-стимуляторів накопичення соціального капіталу у сферах його генерування, зокрема у сфері освіти.

**Мета дослідження.** Визначення основних напрямків та механізмів взаємодії освіти та соціального капіталу в контексті підвищення потенціалу його накопичення в Україні.

**Основна частина.** Рівень освіченості суспільства є вагомим предиктором не лише рівня його економічного добробуту, а й рівня накопиченого в суспільстві соціального капіталу. Взаємодія соціального капіталу та освіти може відбуватися на різних ієрархічних рівнях, зокрема індивідуальному рівні, а також рівні груп та суспільства. Поряд з цим, слід зауважити, що існує взаємний прямий та опосередкований вплив соціальний капіталу та освіти. На нашу думку, соціальний капітал є сукупністю фактичних та потенційних ресурсів, які отримують економічні суб'єкти на різних ієрархічних рівнях управління зі сталого володіння мережею соціальних відносин та зв'язків, що створюють цінність, яка прямо чи опосередковано впливає на результативність функціонування економічного суб'єкта. Такі зв'язки можуть існувати не лише в практичному стані, а й у формі матеріального та інформаційного обміну, що спричиняють їх існування. Базовими детермінантами соціального капіталу суспільства є соціальні цінності, норми, зв'язки, інститути, довіра, соціальна солідарність та згуртованість та ін.

Багато учених-економістів досліджують освіту як частину людського капіталу. Однак, за останні десятиріччя вітчизняними та зарубіжними науковцями проведено багато досліджень, які встановили щільний взаємозв'язок між розвитком освіти та накопиченим соціальним капіталом. Так, Р Патнем та Дж. Холівел у своїх працях визначили наявність кумулятивного ефекту від освіти у багатьох видах соціальної взаємодії та соціальної активності, включаючи членство у різних громадських організаціях. Автори доводять, що зростання середнього рівня освіти не лише обумовлює перерозподіл соціального капіталу у відповідні групи, але і є фактором його накопичення. Особи з середньою та вищою освітою мають вищий рівень соціальної активності та частіше дотримуються соціальних норм та цінностей, ніж особи з початковою освітою [7]. Дж. Коулмен отримав перші емпіричні свідчення наявності зв'язку між соціальним капіталом (міцність родинних зв'язків, належність до груп, де освіта

визнається позитивною цінністю) та процесом припинення навчання у школі. Поряд з цим, він визначив, що релігійні, етнічні державні та приватні школи, будучи імплементаваними у відповідні релігійні та етнічні громади, мали значно нижчі показники припинення навчання порівняно з іншими школами, оскільки відповідали домінуючим нормам та цінностям цих громад та посилювали їх вплив [4].

Таблиця 1.

Потенціал накопичення соціального капіталу у сфері освіти

Вектор спрямування соціального капіталу	Когнітивний соціальний капітал	Структурний соціальний капітал
Фактори стимулятори накопичення соціального капіталу	<ul style="list-style-type: none"> <li>- підвищення рівня довіри до освіти як суспільного інституту;</li> <li>- підвищення рівня довіри у взаємозв'язку «вчитель – учень»;</li> <li>- збільшення рівня довіри між поколіннями суспільства;</li> <li>- поширення освітніх норм та цінностей в суспільстві;</li> <li>- пропаганда позитивних моделей поведінки та стилів життя;</li> <li>- підвищення престижності праці освітян та науковців.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- формування розгалуженої мережі закладів освіти та культури;</li> <li>- полегшення доступу до мережі інтернет, телебачення та радіо;</li> <li>- забезпечення інтеграції окремих груп та вразливих верств населення до освітнього простору суспільства;</li> <li>- розвиток громадських організацій та публічно-приватних партнерств у сфері освіти;</li> <li>- формування науково-технічних парків та кластерів.</li> </ul>
Фактори-дестимулятори накопичення соціального капіталу	<ul style="list-style-type: none"> <li>- збільшення рівня корупції у сфері освіти та науки;</li> <li>- поширення соціальних дисфункцій суспільства;</li> <li>- збільшення кількості груп населення у яких освітні норми та цінності не визнаються як важливі та необхідні для життя;</li> <li>- пропаганда в суспільстві через освітні заклади та ЗМІ девіантних моделей поведінки та способів життя.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- скорочення мережі закладів освіти та культури;</li> <li>- обмеження доступу до мережі інтернет;</li> <li>- підвищення оплати освітніх послуг;</li> <li>- створення бар'єрів для інтеграції окремих груп за етнічною, расовою, мовною та іншими ознаками у вертикальні та горизонтальні мережі освітнього простору;</li> <li>- диспаритет між рівнем освіти та тарифними ставками заробітної плати.</li> </ul>

Джерело: Сформовано автором

Позитивний взаємозв'язок між освітою та соціальним капіталом може бути також свідченням того, що між соціальним та людським капіталом існує тісна взаємодія: накопичення одного обумовлює збільшення іншого. Натхов Т.В. узагальнив ефекти, що визначають характер впливу освіти на соціальний капітал. За визначенням дослідника: абсолютний ефект спостерігається, в умовах коли ймовірність довіри залежить від рівня освіти індивіду і не залежить від середнього рівня його освіти у його оточенні; відносний ефект виникає за умови, якщо ймовірність довіри залежить тільки від середнього рівня освіти в оточенні індивіда; кумулятивний ефект виникає у тих випадках, коли вплив соціального оточення та освітні характеристики індивіда доповнюють один одного [5].

инновационной деятельности // Проблемы современной экономики. – №3(15) – 2007.

2. Григорьян О.С., Мингалев Ж.А. Формирование условий для активизации инновационной деятельности// Информация, Инновации, Инвестиции. Материалы конференции – Пермь: Пермский ЦНТИ, 2003. – с.187-189.

3. Инновационный менеджмент: Справ. пособие /под ред. П.Н. Завлина, А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. – СПб.: Наука, 1997.

АНТИПЕНКО К.А., ст. гр. МО-11с  
 Наук. керів.: Пехтерева В.В., асист.  
 ДВНЗ "ДонНТУ" Автомобільно-дорожній інститут,  
 м. Горлівка

**СТРАТЕГІЧНА МАРКЕТИНГОВА СПРЯМОВАНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОВГОСТРОКОВОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА**

*Вивчено основні аспекти використання стратегічної маркетингової діяльності з метою забезпечення довгострокової конкурентоспроможності виробничого підприємства.*

**Актуальність.** Ця проблема є дуже актуальною в наш час. Тому що зараз слово «конкуренція», як поштовх для покращення багатьох компаній, перегони на ринку, прагнення бути першою в якійсь галузі. Стратегічна маркетингова спрямованість одна із багатьох складових довгострокової конкурентоспроможності.

**Мета дослідження.** Метою дослідження є вивчення стратегічного маркетингу, який дозволяє навіть при динамічній зміні маркетингової середі зрозуміти характер і причини цих змін, виявити тенденції їх розвитку.

**Основна частина.** Різним аспектам проблеми конкурентоспроможності і міжнародної конкурентоспроможності, зокрема, присвячено праці вітчизняних і зарубіжних економістів, таких як Буркинський Б.В., Діленко В.А., Іспірян Г.І., Макогон Ю.В., Скударь Г.М., Чернега О.Б., Андріанов В.Д., Голубков Є.П., Горбашко О.А., Зав'ялов П.С., Портер М., Фатхутдинов Р.А., Юданов А.Ю. та інших. Однак в науковій економічній літературі все ще тривають активні дискусії з питань теоретичного і методичного забезпечення оцінки конкурентоспроможності різних об'єктів.

«Ринкова конкуренція» це система відносин між економічно

інноваційною діяльністю - своєрідне мистецтво, тому що не кожна ідея може стати джерелом доходу для підприємства.

Однією з найважливіших проблем в інноваційній діяльності є проблема організації цієї діяльності, тобто проблема управління. Аналіз діяльності ряду підприємств дозволяє зробити висновок про те, що все більшого значення набуває якість управління. Кваліфікація менеджера, керівника стає найважливішим фактором забезпечення ефективності інноваційного процесу, як і будь-якого іншого. У цій ситуації від менеджера вимагається віртуозне володіння всім набором інструментів управління.

Як правило, проблема якісного управління вирішується за рахунок залучення висококваліфікованих менеджерів з боку і постійного навчання персоналу. Однак тут виникають проблеми іншого плану - все більше відчувається брак управлінців високого рівня, до того ж вони досить дорогі. Навчання ж персоналу дуже часто виявляється недостатньо ефективним.

На результативність інноваційної діяльності підприємства істотний вплив також надають управління процесом функціонування та організаційна структура, в рамках якої цей процес здійснюється.

Таким чином, неминуче приходимо до необхідності більшої чи меншої реорганізації системи управління інноваційною діяльністю підприємства. Зараз менеджер змушений діяти в рамках організаційної структури, абсолютно не пристосованої до інноваційної діяльності. Керувати такою діяльністю значно складніше, ніж поточним, повторюваним виробництвом.

Отже, інновації - це не тільки використання високих технологій, а й інновації в сфері управлінських рішень. Для реалізації більшості завдань, які стоять перед підприємством необхідна реорганізація системи управління підприємством на основі нових управлінських технологій. Підприємство, що має намір працювати гнучко, неминуче приходиться до необхідності використання інноваційних підходів.

**Висновки.** На сьогоднішній день інноваційна діяльність відіграє важливу роль у розвитку та формуванні конкурентоспроможності підприємства. Однією з найважливіших проблем в інноваційній діяльності є проблема організації цієї діяльності. Інноваційний розвиток підприємства необхідно точно також проектувати, як і будь-яку систему. Необхідно не тільки визначити завдання, які стоять перед підприємством, а й створити систему, що забезпечує перехід підприємства в цей стан, визначити необхідні ресурси, розробити бізнес-процеси інноваційної діяльності. Тільки так можна розраховувати на успіх.

#### Бібліографічний список

1. Бекетов Н.В. Современные тенденции развития науки и

Сфера освіти в Україні володіє значним потенціалом для розвитку соціального капіталу. Зокрема, в Україні за останні десятиліття значно збільшився відсоток осіб, що отримали доступ до освітніх послуг у ВНЗ, збільшилась також кількість осіб на 1000 населення, що має середню та вищу освіту [2], зросли можливості доступу населення до мереж Інтернет. Навчання в освітніх закладах, зокрема у професійних та вищих, є не лише процесом передачі знань за певною спеціалізацією та інвестицій в людський капітал, а й процесом залучення осіб та груп населення до відповідних соціальних структур та мереж взаємодії, які формують можливість для соціальної згуртованості суспільства. За визначенням Ф.Фукуями, «навчання - це процес навчання певним моральним нормам, завдяки яким, професійні стандарти стають вищими за власні інтереси професіонала. Одну із переваг, яку дає навчання, полягає у тому, що воно культивує відповідні норми, які стають джерелом соціального капіталу» [6].

Завдяки тому, що освіта пропагує норми участі та взаємності, створює форуми для суспільної діяльності, формує передумови для громадянського виховання особи, вона, зазвичай, має більшу кількість соціальних контактів, тоді як недостатній рівень освіти обмежує коло міжособистісних зв'язків, що є передумовою для отримання роботи, підтримки у складних життєвих обставинах тощо. Е. Глейзер доводить, що індивідуальний соціальний капітал збільшується зі зростанням віддачі від професій, які вимагають соціальної взаємодії [8].

Крім того, за визначенням Ф. Фукуями освіта є середовищем для накопичення соціального капіталу шляхом підвищення єдності суспільства, розвитку різноманітних елементів громадянського суспільства. Внаслідок передачі демократичних цінностей та культурних норм вища школа сприяє вихованню у населення громадянської позиції, робить внесок в державне будівництво, сприяє соціальній солідарності. Ці фактори стають каркасом для формування соціального капіталу та суспільної довіри, яка формується в результаті впевненості населення у майбутньому, у гарантованій доступності для нього суспільних ресурсів та надійного захисту на випадок виникнення складної ситуації в житті або соціально-економічної кризи. Таким чином, на думку дослідника, університети та інші навчальні заклади стають центром тяжіння для соціальної взаємодії та співпраці, формують навколо себе атмосферу соціальної довіри [6]. Н. Ні у своїх працях розкриває вплив рівня освіти на такий індикатор соціального капіталу, як залучення рівень політичної та виборчої активності громадян [8].

За даними останньої доповіді ПРООН про розвиток людського потенціалу, Україна за рівнем розвитку освітнього потенціалу посідає високе 30 місце, з відповідним індексом 0,858 серед 187 країн світу, тоді як за загальним індексом розвитку людського потенціалу – наша країна посідає 76 місце і має значно нижчий індекс – 0,729 [1]. Обсяги фінансування освіти в Україні мають сталу тенденцію до зростання [3]. Проте, незважаючи на те, що в Україні

створена розгалужена мережа освітніх як середніх, так і вищих навчальних закладів, порівняно з іншими країнами, ефективного накопичення соціального капіталу у сфері освіти не відбувається. Основними факторами, що негативно впливають на рівень накопичення соціального капіталу у сфері освіти в Україні є виникнення останнім часом фінансових та територіальних бар'єрів доступу окремих верств населення до освітніх та культурних послуг, а також розвиток в суспільстві тенденцій зниження рівня довіри до освіти як суспільного інституту, зменшення поваги до освітніх норм та цінностей. Станом на 2010-2011 рік не навчалися 11 988 осіб віком від 6 до 17 років (за причинами не пов'язаними зі станом здоров'я), з них: 5375 – дівчат; у містах 9 731 осіб, селах – 2257 осіб [3]. Частково ці особи є виключеними із мереж подальшого генерування індивідуального, групового та суспільного соціального капіталу. В Україні також збільшилось ранжування між загальноосвітніми середніми школами за можливістю доступу до їх послуг за фінансовими та територіальними ознаками. Так, за опитуванням Держкомстату України, 62,2% респондентів визначили недостатність власного доходу для отримання бажаних освітніх послуг [2], що є свідченням значних фінансових бар'єрів у доступі до освіти.

Фактор, що є свідченням ерозії соціального капіталу в Україні та який за останні десятиліття отримав значне поширення у сфері освіти - це корупція. Поширеною є також ситуація за якої отримання професійної та вищої освіти в Україні не завжди створює можливість для отримання робочого місця, а також отримання відповідної більш високої заробітної плати.

Ціна, яку повинно суспільство сплачувати за соціальне роз'єднання та атомізацію суспільства, недовіру та корупцію, є дуже вагомою та не піддається виміру [6]. В таких умовах, накопичення соціального капіталу у сфері освіти в Україні значно ускладнюється, тоді як інші країни використовують наявні у цій сфері можливості та формують соціальний капітал як вагомий ресурс соціально-економічного розвитку.

**Висновки.** Відтак, соціальний капітал та освіта можуть ефективно функціонувати лише на основі взаємовигідного впливу. Потреба підвищення успішності діяльності системи освіти в Україні вимагає унікального структурного поєднання фінансового, людського та соціального капіталу, яке відповідатиме реальним потребам суспільства. З іншого боку, поширення освітніх норм та цінностей в суспільстві, розвиток довіри до освіти як суспільного інституту дозволить сформувавши потенціал для розвитку соціального капіталу як вагомий ресурс соціально-економічного розвитку в Україні.

#### Бібліографічний список

1. Доклад о человеческом развитии 2011. Устойчивое развитие и равенство возможностей: лучшее будущее для всех. / Пер. с англ.; ПРООН. – М. Издательство «Весь Мир», 2011. – 188 с.
2. Доповідь Державного комітету статистики України «Самооцінка домогосподарствами доступності окремих товарів та послуг» [Електронний

#### Бібліографічний список

1. Економіка підприємства/ [Грещак М.Г., Колот В.М., Наливайко П.]; під заг. ред. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2005.
- 2.Базілінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика навч. посіб. для студентів вищих навч. закладів. / О.Я. Базілінська – К.: Центр навчальної літератури, 2009. – 328 с.
- 3.Лемеш К.В. Фінансовий аналіз: навч. посібник. / К.В. Лемеш – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 264 с.
4. Фінансовий аналіз: навчальний посібник. / С.Я.Салига, Н.В.Дацій, С.О. Корецька та ін. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 210 с.

ГЛОТОВА О.В., ст. гр. МО-11м

Наук. керів.: Кулаков В.А., к.т.н., доц.

ДВНЗ "ДонНТУ" Автомобільно-дорожній інститут,

м. Горлівка

#### ДЕЯКІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

*Досліджено процес інноваційної розвитку та виявлені основні проблеми інноваційної діяльності підприємства.*

**Актуальність.** Більше десяти років тому в нашій країні почалися соціально-політичні та інституційно-економічні перетворення, Україна встала перед вибором найбільш перспективних стратегій і напрямків економічного розвитку. Рішення даної задачі має пріоритетне значення для підприємств як первинних ланок економічної системи. Для того, щоб українська економіка, а саме підприємства змогли скласти конкуренцію іноземним компаніям, необхідно мати конкурентоспроможне виробництво, супроводжуване високою якістю продукції і низькими витратами. Одним з чинників, здатних підвищити конкурентоспроможність підприємств, є фактор інноваційного розвитку.

При цьому необхідно мати інструменти визначення інноваційної конкурентоспроможності підприємств, вміти управляти показниками інноваційної діяльності. У статті розкриваються деякі аспекти управління інноваційною діяльністю.

**Мета дослідження.** Аналіз механізму управління інноваційною діяльністю та виявлення основних її проблем.

**Основна частина.** В даний час все більше і більше уваги приділяється інноваційної діяльності на промислових підприємствах.

Інноваційна діяльність - це комплекс заходів, які здатні перетворити якісь знання та вміння у фінансову вигоду для компанії. Управління

збільшується значення коефіцієнта рівня запасу зі 195 од. у 2008 році, до 1323 од. у 2010 році. Це може бути обумовлене можливістю коливання попиту, зниженням витрат на розміщення товару або спекуляцією на зростанні ціни. При чому, рівень запасу готової продукції має тенденцію до коливань, у 2009 році вони збільшуються на 180 од. у порівнянні з 2008 роком, а у 2010 році спостерігається різке зниження з 964 од. до 412 од. Рівень оплати праці має постійну тенденцію до збільшення: з 62,4% у 2008 р. до 66,9% у 2009 р., та до 135% у 2010 році. Коефіцієнти заборгованості по загальних активах становлять 0,66; 0,4 та 0,73 відповідно у 2008-2010 рр. Найбільш великий загальний ризик 0,52 спостерігається у 2009 р., надалі він зменшується.

**Висновки.** Таким чином, фінансовий аналіз, предметом якого є фінансово-економічні відносини, охоплює всі сторони та види ділової активності підприємств, посідаючи важливе місце у забезпеченні їх ефективної діяльності.

Динаміка основних фінансових показників на ДП «Артемвугілля» свідчить про його задовільний фінансовий стан, проте необхідно враховувати постійні коливання економічного стану країни. Для більш ефективного використання власних ресурсів підприємству слід врахувати наступні чинники: по перше, збільшити обсяги продажів вже освоєних видів продукції, робіт, послуг, за рахунок розширення існуючих і пошуку нових ринків збуту, здавання в оренду потужностей, які не використовуються; по-друге – проведення маркетингових досліджень з пошуку нових видів продукції, товарів, послуг, на основі існуючого матеріально-технічного потенціалу організації; по-третє – зниження собівартості виробленої продукції, робіт, послуг, за рахунок:

- підвищення ефективності використання ресурсів – зниження відходів, режим енергозбереження;

- поліпшення конструкцій виробів і вдосконалення технології виробництва, використання прогресивних видів матеріалів, впровадження технічно обґрунтованих норм витрат матеріальних цінностей;

- забезпечення надходження матеріалів від таких постачальників, які знаходяться на невеликій відстані від підприємства, а також перевозити вантажі найбільш дешевим видом транспорту. При укладенні договорів на поставку матеріальних ресурсів, замовляти такі матеріали, які за своєю якістю точно відповідають плановій специфікації на матеріали, використовувати дешевші матеріали, не знижуючи якості продукції.

Проведений аналіз основних фінансових показників підприємства дає змогу приймати такі управлінські рішення, які б найкращий чином підвищили його прибутковість та знизили ризики фінансової залежності від позикових коштів. чином вплинути на фінансову незалежність підприємства, керівництву

ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

3. Загальноосвітні навчальні заклади України на початок 2010/11 навчального року. Статистичний бюлетень / Державний комітет статистики України. – Київ, 2011. – 99 с.

4. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий //Общественные науки и современность. – 2001. - № 3. - С. 121-139.

5. Натхов Т.В. Образование, социальный капитал и экономическое развитие (обзор основных исследований)// Вопросы экономики. – 2010. - № 8. – С. 112 – 122.

6. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: Пер. с англ. / Ф. Фукуяма. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. — 730 с.

7. Putnam R., Helliwell J. Education and social capital// Eastern Economic Journal. – 2007.- Vol. 33. - No. 1. – P. 2- 19.

8. Social Capital and Education [електронний ресурс]. – Режим доступу: - <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTSOCIALDEVELOPMENT/EXTSOCIALCAPITAL/0,,contentMDK:20186584~isCURL:Y~menuPK:418214~>.

ДЕГТЯР Н.В., асп.

ДВНЗ "Сумський національний аграрний університет",  
м. Суми

## **ЕКОСИСТЕМНІ ПОСЛУГИ В УПРАВЛІННІ ЕКОНОМІЧНИМИ МЕХАНІЗМАМИ**

*Обґрунтовано роль та місце екосистемних послуг в механізмі прийняття управлінських рішень на різних ієрархічних рівнях господарювання.*

**Актуальність.** Природний капітал є одним із факторів економічного розвитку. Дослідження різних екосистемних послуг дозволяє переконалися в прямій та непрякій залежності соціально-економічного розвитку від обсягу природного капіталу, а також своєчасно отримати інформацію про проблеми, що дозволить попередити соціальні, економічні та екологічні кризові ситуації. Поряд з цим, послуги екосистем є найбільш надійним та дешевим джерелом задоволення людських потреб, а врахування екосистемних послуг при плануванні та прийнятті управлінських рішень дозволяє заощадити кошти, які довелось б витратити в майбутньому, дати поштовх для зростання місцевої економіки, підвищити якість життя та захистити здоров'я людей. Окрім цього постійна наявність екосистемних послуг невірно тлумачиться, як їх невичерпність. Саме тому багато економічних рішень приймаються без урахування їхніх наслідків для навколишнього природного середовища.

**Мета дослідження.** Обґрунтування потенційних напрямків включення

екосистемних послуг в управлінні економічними механізмами.

**Основна частина.** Економічний підхід до управління екосистемними послугами покликаний прояснити взаємозалежність між основними макроекономічними показниками (ВНП, НД, індекс розвитку людського потенціалу тощо) та станом екосистемних послуг [2]. Відтак, для успішної природоохоронної діяльності потрібен надійний економічний фундамент, в тому числі, явне визнання витрат і вигід від збереження та сталого довгострокового використання екосистемних послуг, їх ефективний і справедливий розподіл.

На сьогоднішній день існує значна кількість теоретичних підходів до визначення сутності та змісту екосистемних послуг. Разом з тим жодне з них поки не стало універсальним та широко використовуваним. Це пов'язано з багатовимірністю досліджуваного поняття, відсутністю єдиного підходу до розуміння його сутності, що обумовлює наявність відмінних теоретико-методичних підходів до економічної оцінки екосистемних послуг. На наш погляд, екосистемні послуги – це економічні вигоди, які отримують економічні суб'єкти від використання існуючих функцій екосистем, а також таких, що утворюються в результаті генерування, відновлення, підтримки, регулювання екосистемних процесів, які формуються в результаті цілеспрямованої діяльності тих або інших суб'єктів господарювання різних форм власності та рівнів ієрархічного управління.

Економічний аналіз екосистемних послуг дозволить позначити переваги й недоліки різних варіантів управлінських рішень та сформулювати найкращі стратегії розвитку на національному, регіональному та локальних рівнях управління, спрямовані на неухильний розвиток економіки та підвищення добробуту населення [3].

З огляду на вищезазначене, певні кроки, зроблені у сфері управління екосистемними послугами на шляху до сталого розвитку дозволять отримати значні вигоди (табл. 1).

Найважливішим моментом у прийнятті довгострокових рішень стає включення в процес оцінки управлінських альтернатив більш чіткого уявлення та чисельної оцінки вартості екосистемних послуг. Це, у свою чергу, вимагає удосконалення та систематичного використання науково-обґрунтованих показників виміру ступеня впливу та рівня досягнутого прогресу, а також попередження про наближення можливих «переломних точок» - раптових глибоких криз екосистемних послуг [4]. Врахування вартості екосистемних послуг на національному рівні через розширення системи національних рахунків та системи бухгалтерського обліку дозволяє відстежити динаміку знецінювання або збільшення вартості природного капіталу при здійсненні відповідних інвестицій. Нові підходи до виміру макроекономічних показників повинні включати в себе облік вартості екосистемних послуг, особливо тих, які надаються найбільш залежним від них верствам населення, - «ВВП бідноти» [2].

розрахунок показників, значення яких характеризують основні результати фінансово-господарської діяльності. Така методика оцінки фінансово-економічного стану підприємства була запропонована В.Г. Маргулісом. Вона включає одинадцять показників, комплексний аналіз яких дозволяє зробити висновок про фінансово-економічний стан підприємства. Розглянута методика складається з показників, які використовуються для зіставлення в практичних розрахунках, отримані за даними американських і європейських збірників, що випускаються щорічно виданнями «Лео Трой» і «Данненд Бренстед». Рекомендується проводити цей аналіз як мінімум за три попередні періоди для відстеження тенденції. Порядок одержання інформації наведений у таблиці 1 за кожним показником.

Порядок розрахунку показників і їх нормативних значень наведені в таблиці 1.

Таблиця 1  
Розрахунок показників фінансового стану підприємства

Показники	Нормативні значення	2008 р.	2009 р.	2010 р.
1. Структура активів	Немає	12,389	4,280	5,554
2. Оборотність активів	80%	0,386	0,485	0,211
3. Ефективність виробництва	Немає	1,910	1,727	4,196
4. Прибутковість	<=20%	0,025	-0,166	-0,083
5. Рівень запасу	80–90 днів	195,808	594,777	1323,098
6. Рівень запасу готової продукції	менш 7 днів	784,775	964,715	412,537
7. Рівень оплати праці	40–60%	0,624	0,669	1,353
8. Заборгованість по загальних активах	Немає	0,661	0,400	0,737
9. Загальний ризик	Немає	0,116	0,520	0,217
10. Критична оцінка	20–30%	-1,189	-1,648	-0,873
11. Адміністративне навантаження	1/5...1/7	0,181	0,189	0,177

На основні отриманих результатів можна зробити наступний висновок, що зменшення показника структури активів з 12,39 у 2008 р. до 5,554 у 2010 р., викликане в основному зменшенням витрат майбутніх періодів підприємства; спочатку спостерігається тенденція до зростання оборотності активів з 38,6 у 2008 р. до 48,5% у 2009 р., та зменшення до 21,1% у 2010 р., в цілому на підприємстві протягом аналізованого періоду оборотність активів значно менше нормативного значення, що свідчить про нерациональне використання оборотних активів підприємства. На підприємстві спостерігається швидке збільшення ефективності виробництва з 2008 р. до 2010 р. відповідно з 191 до 419%. Виходячи з отриманих даних підприємство у 2008 році є прибутковим. Але з 2009 року спостерігається зниження прибутковості. У 2009 році цей показник становить -16%, а у 2010 році – -8%. Зі зниженням прибутковості



і науки України. – Донецьк.: Норд-Прес, 2005.- 217 с.

3. Королькова Е.М. Организация маркетинга на предприятии: Учеб. пособие.- Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2001.-148 с.

ПЕРМІНОВА В.В., ст.гр. МО-086

Наук. керів.: Галушка В.В., асист.

ДВНЗ "ДонНТУ" Автомобільно-дорожній інститут,  
м. Горлівка

### АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗБЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВУГЛЕДОБУВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

*Отражена актуальность проведения финансово-экономического анализа как одного из способов поиска путей решения экономических проблем предприятия, проводится анализ финансового состояния государственного предприятия «Артемуголь» с помощью коэффициентного анализа для выявления слабых сторон в использовании активов предприятия.*

**Актуальність.** Ефективність господарської діяльності вугледобувних підприємств вугільної промисловості потребує виваженого оптимального співвідношення необхідних засобів і джерел їх формування. Забезпечення ефективного функціонування суб'єктів господарювання в сфері вугледобування безпосередньо пов'язане з аналізом фінансового стану. При цьому принципове значення має дослідження вихідної концепції його ролі при формуванні фінансової стратегії.

Питанням оцінки фінансового стану приділено багато уваги як з боку організацій, так і з боку вчених, таких як: Ковальов В.В., Коробов М.Я., Шеремет О.О, Грещак М.Г., Кириченко О.А. та ін.

Більшість підприємств державного сектору нехтують фінансовим аналізом, а саме розрахунком показників, значення яких характеризують основні результати фінансово-господарської діяльності, як однією з форм вдосконалення роботи підприємства, саме тому актуальне питання щодо дослідження і проведення такого аналізу на прикладі ДП «Артемвугілля».

**Мета дослідження.** Полягає в проведенні коефіцієнтного аналізу фінансового стану підприємства вугільної промисловості ДП «Артемвугілля» та запропонуванні можливих варіантів вирішенні проблем на підприємстві, які пов'язані зі зміною структури статей балансу чи зниженням основних показників прибутковості.

**Основна частина.** Система проведення фінансового аналізу стану підприємства включає декілька етапів, серед яких одним з важливих є

Таблиця 1

### Ініціативи та потенційні вигоди від раціонального управління екосистемними послугами (ЕП) на різних ієрархічних рівнях господарювання

Рівні ієрархії	Ініціативи у сфері управління ЕП	Потенційні вигоди від раціонального управління ЕП
Держава	Створення нової системи національних рахунків з урахуванням вартості зміни в запасах природного капіталу та ЕП; Постійний моніторинг зміни фізичного, людського, природного та соціального капіталів на основі розроблених індикаторів; Формування узгодженої системи рахунків для врахування лісових запасів і ЕП, які необхідні для розробки нових стимулів і механізмів з поглинання лісами вуглецю; Розробка методології, системи показників та стандартів довгострокового сталого управління та комплексного врахування ЕП; Реформування та переспрямування загрозливих для НС субсидій у таких сферах як сільське господарство, рибальство, транспорт, водозабезпечення; Система сертифікації, ліцензування та маркування товарів за ступенем впливу на ЕП; Збалансувати приватні, державні та суспільні права власності на природні блага та послуги, забезпечити їх справедливий розподіл; Врахування ЕП при здійсненні «державних закупівель»; Врахування ЕП у стратегії сільськогосподарської політики країни.	Покращення макроекономічних показників України; Покращення іміджу країни, як екологічно відповідальної; Зростання рівня та якості життя населення; Зменшення деградації та відновлення ЕП країни; Вигоди для державного бюджету; Забезпечення продовольчої безпеки країни.
Регіон	Створення природоохоронних територій з екосистемним управлінням; Створення регіональних компенсаційних механізмів платежів за ЕП.	Вигоди від надання ЕП у користування; Вигоди від користування ЕП високої якості.
Підприємство	Включення ЕП у ланцюги формування вартості продукту; Включення даних про всі основні зовнішні впливи на ЕП у щорічні звіти та систему рахунків підприємства (показники «відсутність сумарних втрат» та «позитивний загальний вплив»); Здійснення інвестицій у ЕП; Включення механізмів компенсації за користування та надання ЕП у користування у економічну політику підприємства.	Забезпечення суттєвої економії витратків на відшкодування збитків, задіяних ЕП; Забезпечення нових надходжень від участі у компенсаційних механізмах платежів за ЕП; Вигоди від спрощеної системи ліцензування діяльності; Вигоди від покращення ділової репутації підприємства як екологічно відповідального.

Джерело: Сформовано автором

Недооцінка екосистемних послуг в економічних прогнозах і моделях і може призвести до рішень у сфері державного управління та інвестиційної діяльності, які посилять деградацію ґрунту, повітря, води і

біологічних ресурсів і, таким чином, негативно вплинуть на досягнення ряду економічних і соціальних цілей. Навпаки, інвестування в екосистемні послуги може зберегти та створити робочі місця, підтримати економічний розвиток, а також дозволить отримати нові невикористані економічні можливості від екосистемних процесів і генетичних ресурсів. Наявність інформації про вартість екосистемних послуг дозволяє відповідальним особам приймати більш ефективні, економічні і справедливі рішення, а також обґрунтовувати вибір тих чи інших дій або варіантів. Отже, застосування екосистемного підходу, який в обов'язковому порядку передбачає оцінку вартості екосистемних послуг, є кроком до більшої прозорості процесу пошуку оптимального управлінського рішення. Якісне та кількісне визначення вартості екосистемних послуг повинне стати частиною процесу державного управління та враховуватися в цінових сигналах.

**Висновки.** Отже, збереження екосистемних послуг та довгострокове стійке управління екосистемами повинні стати ключовими елементами стратегії покращення соціально-економічного стану України й внеском у вирішенні узгоджених на міжнародному рівні завдань, таких як Цілі розвитку тисячоліття, а також метою політики скорочення бідності на державному та регіональному рівнях.

#### Бібліографічний список

1. Оценка экосистем на пороге тысячелетия. Экосистемы и благосостояние людей. Рамки оценки. Доклад концептуальной рабочей группы по «Оценке экосистем на пороге тысячелетия» Island Press Вашингтон, Ковело, Лондон, - 2005, - [електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.millenniumassessment.org/documents/document.786.aspx.pdf](http://www.millenniumassessment.org/documents/document.786.aspx.pdf).
2. Перелет Р.А. Экосистемные услуги в принятии управленческих решений. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.aef.kz/upload/iblock/c06/lmnoeyxpekavtm%20tijbmmwcv.ppt](http://www.aef.kz/upload/iblock/c06/lmnoeyxpekavtm%20tijbmmwcv.ppt).
3. Costanza R. The value of the world's ecosystem services and natural capital. //Nature, - 1997, - Vol. 387, P. 253-260, - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.esd.ornl.gov/benefits\\_conference/nature\\_paper.pdf](http://www.esd.ornl.gov/benefits_conference/nature_paper.pdf).
4. The Economics of Ecosystems and Biodiversity (TEEB) Interim report, - 2008, - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/environment/nature/biodiversity/economics/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/nature/biodiversity/economics/index_en.htm).

(директ - маркетинг), а не телефонувати для пропозиції продукції.

Зміст основних пропозицій щодо вдосконалення маркетингової діяльності наведено у таблиці 1.

Таблиця 1  
Пропозиції щодо вдосконалення маркетингової діяльності у процесі управління

№ п/п	Пропозиція	Зміст пропозиції
1	Вдосконалення інформаційного забезпечення управління	Координація підготовки допоміжного програмного забезпечення для підрозділів реалізації продукції, розробка допоміжного програмного забезпечення, застосування програм автоматизації
2	Комплексна оцінка системи управління маркетингом	Запропонована методика оцінки стану маркетингу дає змогу виконати аналіз та одержати кількісний оцінний вимірник стану маркетингової діяльності підприємства, що у свою чергу, зумовлює ранжування ЗАТ «ГМБ» за поданою характеристикою.
3	Пошукова оптимізація в середовищі системи електронної комерції	Для прискорення конверсії запропоновано використовувати аналітику сайту підприємства й інструменти пошукової оптимізації
4	Програми професійної підготовки «Маркетинг в управлінні»	Програма спрямована на навчання сучасним концепціям маркетингу на основі передових вітчизняних теорій, а також формування маркетингової компетенції, навичок та знань персоналу підприємства, навчання практичним підходам та методикам рішення завдань на основі маркетингу.
5	Вдосконалення організаційної структури відділу маркетингу і збуту	Розширення організаційної структури відділу маркетингу та збуту шляхом додання служби стратегічного розвитку, служби сервісу, бюро контролю, бюро маркетингу, єдиної довідкової служби, бюро реклами, бюро виставок та ярмарок, бюро публік рілейшен та розширення функціональних обов'язків бюро маркетингу.

**Висновки.** Підводячи підсумки, слід зазначити, що для вдосконалення маркетингової діяльності у процесі управління на ПАТ «Горлівський машинобудівник» було запропоновано окремі заходи: вдосконалення інформаційного забезпечення управління, комплексна оцінка системи управління маркетингом, пошукова оптимізація в середовищі системи електронної комерції, програми професійної підготовки «Маркетинг в управлінні», вдосконалення організаційної структури відділу маркетингу і збуту.

#### Бібліографічний список

1. Бурцева Т.А., Сизов В.С., Цень О.А. Управление маркетингом: Учебное пособие. – М.: Экономистъ, 2005.- 271 с.
2. Вісящев В.А. Маркетинг менеджмент: Навч. посіб. Рек. М-вом освіти

- забезпечення автоматизованої підготовки даних про стан складів постачання, що дозволить відмовитися від карток обліку, заповнюваних вручну, паперових форм, одержуваних з відділу інформатики, а також паперових прибуткових документів;

- розробку допоміжного програмного забезпечення для забезпечення контролю стану всіх видів складських запасів, поліпшення планування, відстеження виконання замовлень дозволить підвищити ефективність обліку закупівельних витрат.

- автоматизацію вимірювального встаткування;
- автоматизацію обліку малоцінних і швидкозношуваних предметів;
- автоматизацію обліку відсутності персоналу на робочих місцях і

розрахунку заробітної плати.

Застосування програм автоматизації дозволить перейти до безпаперової технології обробки даних. Крім того, у сфері автоматизації підсистеми виробництва передбачається здійснити також розробку програмного забезпечення, що дозволяє перейти до нового способу планування й калькуляції.

Основні дані, що вимагаються працівникам керування маркетингом, можна умовно розділити на кілька основних категорій:

- інформація про виробництво;
- інформація з договорів;
- фінансова інформація;
- інформація про наявність продукції на складах;
- інформація про збут продукції;
- додаткова інформація про заявки.

По всіх видах необхідно вести нагромадження інформації, що служить базою для наступного проведення аналізу й розробки різних видів прогнозів.

Також до даної конфігурації доцільно додати блок додаткової інформації, до якого можна віднести різні додаткові довідники, необхідні персоналу керування маркетингом, а також введення додаткового модуля для обробки заявок, що надходять від клієнтів.

Для прискорення конверсії на ПАТ «ГМБ» необхідно використовувати аналітику сайту. Насамперед, аналізувати відвідувачів сайту підприємства. Збір інформації про відвідувачів, їхні дії на сайті й тому подібне, стане для підприємства великим ресурсом інформації. Поки інформація про особистості користувачів недоступна (наприклад, поки вони не вибрали форму ідентифікації), можна по IP адресі одержати інформацію про назви компаній, у яких працюють відвідувачі й іншу корисну інформацію про їх. Якщо з одного й того ж підприємства приходять багато відвідувачів, це може означати, що воно зацікавлене в покупці продукції ПАТ «ГМБ». Оскільки відвідувачі цінують анонімність, то при вияві «зацікавлених» компаній слід включити їх у розсилання

ШТИЛЕЦЬ Т.С., гр. 42 МА

Наук. керів.: Рюміна Є.Л., асист.

ДВНЗ "Бердянський університет менеджменту і бізнесу",

м. Бердянськ

## РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ

*Проанализированы функции рекламы в маркетинге, рассмотрен механизм взаимодействия маркетинговой системы управления деятельностью фирмы и ее рекламной деятельностью, как составная часть обозначенной системы.*

**Актуальність.** Реклама — невіддільне явище сучасності, що зародилося ще на світанку цивілізації, пережило різні етапи становлення разом з еволюцією людини, її потреб і культурного розвитку. В умовах ринку цивілізована реклама є необхідною складовою системи комунікацій суб'єктів підприємницької діяльності. Вона не тільки інформує потенційних покупців і споживачів про можливості купівлі того чи іншого товару, а й дає змогу оптимального вибору, позаяк об'єктивно інформує про якість, ціну, способи використання й сервісне забезпечення — все, що покупцям необхідно знати для правильного вибору.

Характерною рисою сучасної реклами є придбання нею нової ролі в результаті залучення в процес управління виробничо-збутовою діяльністю промислових і сервісних фірм. Суть нової ролі реклами в тому, що вона стала невід'ємною і активною частиною комплексної системи маркетингу, рівень розвитку якої визначає якість і ефективність рекламно-інформаційної діяльності виробника і її відповідність новим вимогам світового ринку.

**Мета дослідження.** Проаналізувати функції реклами в маркетингу та розглянути механізм взаємодії маркетингової системи та рекламної діяльності.

**Основна частина.** Різке ускладнення збуту і загострення конкуренції відбулися в 70-х роках, призвели до того, що маркетинг став чинником конкурентної боротьби, не менш важливим, ніж досягнення переваги на ринку шляхом впровадження технічних нововведень або зниження собівартості продукції. Реклама виявилася практично єдиним інструментом впливу на ринок.

Формуючи попит, і стимулюючи збут, примушуючи споживачів купувати товари і прискорюючи процес "купівлі-продажу", а звідси оборотність капіталу, реклама виконує на ринку економічну функцію. Крім того, вона здійснює й інформаційну функцію. У цій ролі реклама забезпечує споживачів направленим потоком інформації про виробника і його товари, зокрема, їх споживчої вартості.

Разом з тим, очевидно, що, будучи частиною системи маркетингу, реклама переступає вузькі рамки інформаційної функції і бере на себе ще функцію комунікаційну. За допомогою застосовуються в процесі вивчення рекламної діяльності анкет, опитувань, збору думок, аналізу процесу реалізації товарів підтримується зворотний зв'язок з ринком і споживачем. Це дозволяє контролювати просування виробів на ринок, створювати і закріплювати у споживачів стійку систему переваг до них, у разі необхідності швидко коректувати процес збутової і рекламної діяльності. Таким чином, реалізуються контролююча і коректуюча функції реклами.

Практика західних країн показує, що на мікро рівні майже будь-який стан споживчого попиту може бути змінено маркетинговими діями, що включають цілеспрямовані рекламні заходи, до такої міри, щоб він відповідав реальним виробничим можливостям фірми або її збутової політиці.

Якщо попит негативний, то реклама створює його відповідно до принципів конверсійного маркетингу, відсутній попит стимулює (стимулюючий маркетинг), потенційний попит робить реальним (розвиваючий маркетинг), що знижує відновлює (ремаркетинг), коливаючий стабілізує (синхромаркетинг), оптимальний попит фіксує на заданому рівні (підтримуючий маркетинг), надмірний знижує (демаркетинг), ірраціональний попит зводить до нуля (протидіючий маркетинг).

Практика зарубіжних фірм показує, що в більшості випадків завдання, пов'язані зі збільшенням попиту і управлінням ним, вирішуються не відразу для всього ринку, а тільки для окремого його сегмента або сукупності сегментів. Сегментація в цьому випадку виступає як ефективний спосіб "омолодження" продукції, яка вступає в фазу зниження попиту, і надання їй нового життєвого імпульсу на ринку.

Очевидний перехід від маркетингу до таргетингу (target - ціль) - від оперативного реагування на сигнали ринку до активного впровадження на ринок програм з реалізації за допомогою реклами поставлених цілей.

Розглянемо, як працює механізм взаємодії маркетингової системи управління діяльністю фірми і її рекламною діяльністю, як складовою частиною зазначеної системи.

Процес у цілому легко уявити у вигляді замкнутої фігури, яку можна вважати першим, основним кільцем системи - каркасом, навколо якого будується вся діяльність фірми, у тому числі рекламна. Контролю і коригуванню в цій системі відводиться особлива керуюча роль. З їх допомогою виявляють і виправляють допущені помилки, дають можливість вчасно зреагувати на непередбачені або раптово виникли обставини. Саме в такій системі реклама виступає коригувальним інструментом і забезпечує можливість виконання контролюючих функцій.

Завдяки рекламі або використовується сприятлива обстановка в цих відносинах, або вона змінюється в напрямках, вигідних рекламодавцеві і

взаємозв'язків між окремими підрозділами відділу, розподіл між ними завдань, прав і відповідальності. Якщо всі взаємозв'язки, застосовані правильно, то вони ведуть до гармонічного співробітництва й загального прагнення виконати поставлені перед підприємством завдання. Разом з тим, при побудові організаційної структури необхідно враховувати специфіку, цілі й завдання підприємства.

Проблема вдосконалювання організаційної структури припускає уточнення функцій підрозділів, визначення прав і обов'язків кожного керівника й співробітника, усунення дублювання функцій і інформаційних потоків. Основним завданням тут є підвищення ефективності керування. Організаційна структура спрямована, насамперед, на встановлення чітких взаємозв'язків, розподіл між ними прав і відповідальності. У ній реалізуються різні вимоги до вдосконалювання систем керування, що виражаються в тих або інших принципах.

Розробка оптимальної організаційної структури керування є вирішальним моментом для підприємства, що прагне реалізувати поставлені цілі [1]. Відповідність структури керування поставленим цілям визначає ступінь успіху підприємства на ринку.

На мою думку, організаційна структура управління відділом маркетингу та збуту ПАТ «Горлівський машинобудівник» не є оптимальною. Тому що, незважаючи на його розміри та широкую номенклатуру, підприємство має досить просту систему керування маркетинговим відділом. Для ефективного функціонування ПАТ «ГМБ», яке обумовлюється маркетинговим підходом до керування підприємством, доцільно побудувати більш складну організаційну структуру відділу.

Недоліком у даній структурі є відсутність служби стратегічного розвитку, служба сервісу, а також бюро реклами й комунікацій та бюро контролю. При введенні нових служб необхідно, в першу чергу, детально описати їхні функції та коло питань, які вони будуть вирішувати.

Розширення організаційної структури управління відділом маркетингу та збуту дозволить чітко закріпити за кожним підрозділом відповідальність за певну сферу маркетингової діяльності підприємства. Відтак кожний підрозділ зможе зосередитися на виконанні власних функцій, що забезпечить швидку реакцію за зміни середовища та прями вказівки керівництва.

На даний момент на ПАТ «ГМБ» існує необхідність у модернізації інформаційного забезпечення управління. З цією метою необхідно здійснити:

- координацію підготовки допоміжного програмного забезпечення для підрозділів реалізації продукції, що передбачає розробку планів доставки готової продукції на склади, відстеження стану продукції на складах, зіставлення планів і фактичних показників реалізації й оплати продукції, а також подальша деталізація підготовки різних видів планів;

У цілому, можна констатувати, що існуюче інформаційне забезпечення підприємстві не є концептуально єдиним і має потребу в модернізації.

По-друге, з метою вдосконалення управління маркетинговою діяльністю ПАТ «ГМБ», одержання можливостей для залучення інвестицій необхідно оцінювати рівень і цілеспрямованість маркетингу та вчасно управляти ними. Незважаючи на важливість оцінок рівня маркетингу, його ефективності, підходи до цих оцінок на підприємстві мають загальний характер системного підходу, що дав би змогу оцінювати маркетинг і виконувати порівняльний аналіз не зроблено. Тому, для своєчасного виявлення недоліків в організації і функціонуванні маркетингової служби доцільно провадити комплексну оцінку системи управління маркетингом на ПАТ «Горлівський машинобудівник».

По-третє, вдосконаленню маркетингу на підприємстві сприятиме пошукова оптимізація в середовищі системи електронної комерції (Business-to-Business – B2B). Основним завданням пошукової оптимізації для B2B є досягнення високих рейтингів сайту в пошукових системах і збільшення відвідуваності ресурсу та перетворення відвідувача в споживача або клієнта. У світі B2B конверсія (перетворення відвідувача сайту в споживача) може зайняти місяці або навіть роки - і це не обов'язково відбувається в он-лайн режимі. Але пошукова оптимізація сайту може знизити видатки на залучення клієнта, середня вартість яких в середовищі бізнес-бізнесу досягає тисячі гривень.

У сучасних умовах, враховуючи маркетингову специфіку, підприємство повинне бути готове не тільки до зміни механізмів керування, але також до стрімкого покращення кваліфікації персоналу, в залежності від потреб ринку. Сучасним маркетинговим й управлінським інструментом, здатним вирішити проблему постійного підвищення кваліфікації персоналу з урахуванням змін зовнішніх маркетингових умов та внутрішніх потреб ПАТ «ГМБ», я вважаю, є впровадження програми професійної підготовки «Маркетинг в управлінні» на базі підприємства. Метою програми є навчання сучасним концепціям маркетингу на основі передових вітчизняних теорій, таких як: маркетинг взаємодії, системи «business to business», управлінського маркетингу, брендингу та інших. А також формування маркетингової компетенції, навичок та знань персоналу підприємства, навчання практичним підходам та методикам рішення завдань на основі маркетингу. Ця програма має сприяти маркетинговій орієнтації підприємства.

Для продуктивної роботи підприємства й своєчасного реагування на постійно змінюються зовнішні й внутрішні фактори йому необхідна ефективна організаційна структура управління відділу маркетингу й збуту, здатна згодом видозмінюватися й модернізуватися.

Головною метою даної структури є встановлення чітких

відповідають його промислово-збутовою або експортну політику. Це досягається впливом рекламної інформації на ринок, в процесі якого реклама, будучи єдино активною по відношенню до ринку складової маркетингу, набуває унікальну можливість вийти за рамки внутрішньофірмової діяльності. Всі інші маркетингові заходи виробника по суті справи не виходять за межі його власних структур.

Виходить, ринок реагує на дії виробника, а у випадку міжнародної діяльності - експортера, головним чином завдяки рекламі, і ця реакція - необхідна умова можливості контролю результатів таких дій. Очевидно, що в даному випадку реклама виконує функції не тільки регулятора, а й індикатора ходу збутової та експортної діяльності рекламодавця.

Щоб в умовах постійно мінливої кон'юнктури, коли навіть невеликі помилки призводять до великих втрат, виробнику необхідно ще й правильно використовувати отриману інформацію. Тому виникає необхідність в об'єктивній, систематизованій і досить повній інформації, що досягається за умови розвиненості рекламно-маркетингових і дослідницьких служб, доступності повноти і об'єктивності одержуваних даних - фактичних і статистичних.

**Висновки.** Отже, можна зробити висновок, що реклама відіграє дуже важливу роль на будь-якому підприємстві. Успіх підприємства невід'ємно залежить від правильних та ефективних рішень.

#### **Бібліографічний список**

1. Лук'янець Т.І. Рекламний менеджмент: [Навч. посібник] / Т.І. Лук'янець. – 2-ге вид., доп. – К.: КНЕУ, 2003. – 440 с.
2. Песоцкий Е. Современная реклама. Теория и практика / Е. Песоцкий. - Ростов-на-Дону: Фенкис, 2007. - 178 с.
3. Харламов А. Решить проблему поможет маркетинг / Маркетинг. - 2008. - №6. - С.48-59.

ЛИПКА Ю.О., ст. гр. 42 МА

Наук. керів.: Трикоз І.В., ст. викл.

ДВНЗ "Бердянський університет менеджменту і бізнесу",

м. Бердянськ

#### **ЦІНОУТВОРЕННЯ – ВАЖЛИВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА**

*Рассмотрены теоретические основы образования цены на продукцию предприятия и проанализированы факторы, которые влияют на процесс ценообразования.*

**Актуальність.** Проблема ціноутворення займає ключове місце в системі ринкових стосунків. Після проведення в Україні ринкових реформ підприємства в основному застосовують вільні (ринкові) ціни, величина яких визначається попитом і пропозицією. Вони можуть мінятися на одну і ту ж продукцію залежно від об'єму продажів або умов оплати. Як правило, чим більше об'єм продажів доводиться на одного споживача, тим нижче відпускна ціна одиниці продукції.

Одним з найбільш суттєвих факторів, які визначають ефективність діяльності підприємства є цінова політика на товарному ринку, в цьому полягає актуальність розгляду процесу ціноутворення. Ціни забезпечують підприємству запланований прибуток, конкурентоздатність продукції, попит на неї. Через ціни реалізуються комерційні цілі, визначається ефективність діяльності усіх ланок виробничо-збутової структури підприємства.

**Мета дослідження.** Розглянути процес ціноутворення на продукцію підприємства і проаналізувати фактори, які впливають на цей процес.

**Основна частина.** За ринкових умов господарювання ключовим економічним важелем, що активно впливає на розвиток суспільства та рівень життя населення, є ціна. Отже, ціна – це грошовий вираз вартості товару (продукції, послуги). Вона завжди коливається навколо ціни виробництва (перетвореної форми вартості одиниці товару, що дорівнює сумі витрат виробництва й середнього прибутку) та відображає рівень суспільно необхідних витрат праці.

Існують різні види цін. Так, залежно від характеру обслуговуваного обороту, ціни підрозділяють на оптові (відпускні), закупочні і роздрібні.

Оптові (відпускні) ціни встановлюються на промислову продукцію для виробників, тобто це ціни, за якими сільськогосподарські підприємства і організації продають державі отриману ними сільськогосподарську продукцію.

Роздрібна ціна – ціна, за якою продається товар населенню поштучно або дрібними партіями, у роздріб.

Також визначають ще договірні, державні і міжнародні ціни:

Договірні ціни – достовірно ринкові, вільні ціни, що утілюють свободу підприємництва. Вони встановлюються за угодою покупця і продавця, під впливом попиту і пропозиції, конкуренції, та інших ринкових умов. Вільні ціни можуть бути змінені за погодженням сторін залежно від зміни цін на сировину, матеріали та інших чинників витрат, що впливають на формування.

Державні ціни в ринковій економіці встановлюються зовсім не на продукцію державних підприємств, а на продукцію підприємств-монополістів, базові (для економіки даної країни) ресурси, а також на соціально значущі товари. Залежно від цього державні ціни можуть бути фіксовані, регульовані і граничні:

**Актуальність.** В умовах ринкової конкуренції підприємству необхідно вдосконалювати механізми управління маркетингом, для того, щоб не погіршувати свою конкурентну позицію. У зв'язку з цим актуальність обґрунтована необхідністю вирішення проблеми удосконалення маркетингової діяльності машинобудівного підприємства ПАТ «ГМБ».

**Мета дослідження.** Метою дослідження складається з теоретичного обґрунтування та методологічної розробці основних принципів вдосконалення маркетингової діяльності на даному підприємстві.

**Основна частина.** Одним з пріоритетних завдань ПАТ «ГМБ» сьогодні є зміцнення положення на ринку. Одним із засобів, що можуть цьому сприяти, є вдосконалення інформаційного забезпечення управління.

Більша частина інформації, використовувана для керування, фіксується в різних документах. Підприємство має внутрішні інформаційні зв'язки (взаємодія керівництва з виконавцями) і зовнішні інформаційні зв'язки (взаємодія з контролюючими суміжними підприємствами, споживачами, клієнтами й т.п.). Від вищих органів на підприємство надходить керівна інформація у вигляді законів, нормативів, рекомендацій, розпоряджень. У вищі органи надходять звіти й плани.

Проведений аналіз інформаційного забезпечення керування свідчить про надлишкову насиченість документованої інформації, частина якої дублюється іншими документами.

При великому інформаційному навантаженні частина інформації просто не сприймається. Слід зазначити, що в прагненні підвищити ефективність управління, керівники, особливо середньої ланки, піддаються надмірному інформаційному навантаженню, яке вимагає фільтрації даних фахівцем з метою прийняття своєчасних і ефективних рішень [2].

Оцінюючи стан інформаційного забезпечення, використовуваного в цей час на ПАТ «Горлівський машинобудівник», можна констатувати наступне:

- інформаційне забезпечення являє собою сукупність численних баз даних, що містять відомості про взаємозалежні сфери діяльності підприємства, але побудованих відповідно до різних принципів;

- численним базам даних, що перебувають в експлуатації, відповідають не менш численні системи довідників і класифікаторів, не об'єднаних єдиним стандартом;

- на підприємстві відсутня єдина база даних;

- система управлінської інформації в різних видах розрізнена, відсутня цілісність;

- недостатній рівень розвитку засобів зв'язку утрудняє впровадження розподілених мережних технологій зберігання й обробки даних, у результаті чого процес інформаційного обміну між структурними підрозділами підприємств є малоефективним.

формування плану організації просування матеріального потоку між ланками логістичного ланцюга в недосяжні. Тому за сучасних умов зростає роль функції регулювання, що забезпечує ліквідацію «вузьких» місць, які з'являються при організації руху матеріального потоку [6, с. 42].

**Висновки.** Таким чином, запропоновано доповнення системи управління, яка традиційно включає до свого складу чотири базові функції, до яких, як правило, відносять планування, організацію, мотивацію та контроль, обліком та регулюванням. Конкретизація їх змісту сприятиме гнучкому її реагуванню на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі за рахунок більш чіткого врахування в бухгалтерському обліку мінливих цін на сировину, матеріали та готову продукцію і проведення складних розрахунків з клієнтами, а також за рахунок можливості корегування планів діяльності суб'єкту господарювання.

#### **Бібліографічний список**

1. Бутрин А.Г. Управление материальными, финансовыми и информационными потоками на промышленном предприятии: [монография] / А.Г. Бутрин. – Челябинск: ЮУрГУ, 1999. – 108 с.
2. Смехов А.А. Введение в логистику / А.А. Смехов. – М.: Транспорт, 1993. – 112 с.
3. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе / В.И. Сергеев. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 608 с.
4. Мате Э. Логистика / Э. Мате, Д. Тискье; пер. с франц. под ред. Н.В. Куприенко. – СПб.: Нева, 2003. – 128 с.
5. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Фр. Хедоури; пер. с англ. – М.: Дело, 1997. – 486 с.
6. Хобта В.М. Управление инвестициями: [навчальний посібник] / В.М. Хобта - Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2009. – 448 с.

АНТИПЕНКО К.А., ст. гр. МО-11с  
Наук. керів.: Пехтерева В.В., асист.  
ДВНЗ "ДонНТУ" Автомобільно-дорожній інститут,  
м. Горлівка

#### **УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ НА ПРИВАТНОМУ АКЦІОНЕРНОМУ ТОВАРИСТВІ «ГОРЛІВСЬКИЙ МАШИНОБУДІВНИК»**

*Вивчені основні аспекти маркетингової діяльності управління на машинобудівному підприємстві ПАТ «ГМБ» та надані рекомендації щодо її вдосконалення*

1) фіксована ціна – це твердо встановлена державою ціна. Прикладом можуть служити тарифи на електричну енергію, що відпускається на комунально-побутові потреби для населення;

2) регульована ціна – це ціна, котру встановлюють органи державної влади і управління або органи виконавчої влади на місцях по відповідній номенклатурі продукції. Ціни встановлюються відповідно до методів, правилами і нормативами, визначуваними органами;

3) ціна гранична – державна ціна товару, обмежена розмірами, встановленими органами влади і управління, ціна реалізації може бути нижче за граничний рівень, але не вище за нього.

Ціна є одним з основних чинників, що впливають на розмір отриманого прибутку, а також на ряд інших кількісних і якісних показників роботи підприємства: рентабельність, оборот, конкурентоспроможність, частку ринку тощо. Більш того, встановлюючи той або інший рівень ціни, підприємство може досягти різних цілей залежно від ситуації, що склалася, на ринку: виживання фірми, максимізація темпів зростання, збільшення об'ємів продажу, стабілізація або зростання ринкової частки тощо.

**Висновки.** Підводячи висновки, слід мати на увазі, що уся сукупність чинників, що так чи інакше впливають на процес ціноутворення на різногалузеву продукцію (послуги), поділяється на дві групи: загальні та специфічні.

Отже, загальними чинниками, що визначають ціни на товари (продукцію, послуги), переважно є:

- гнучкість попиту: зростання цін зумовлює зменшення попиту і навпаки;
- високі технічні параметри та низька вартість експлуатації: вони важливі для потенційного покупця не менше, ніж ціна;
- орієнтація на одержання прибутку та оцінка потенційних покупок з огляду на їхню ефективність: чинники, що впливають на вибір товару покупцем, за ступенем їхньої важливості розміщуються в такій послідовності: якість, технічне обслуговування, ціна;
- можливість надати готовому виробу більшої привабливості для покупців: зрозуміло, що доступні ціни, узгоджені з показниками якості товару, є привабливішими для потенційних покупців.

Також об'єктивно діють і специфічні чинники ціноутворення на основні види продукції виробничо-технічного призначення (сировину, основні й допоміжні матеріали, вузли та агрегати, основне й допоміжне устаткування). Розглянемо їх детальніше.

• Сировина підлягає лише тій обробці, яка полегшує її використання чи транспортування або приводить її у відповідність із чинними стандартами. За реалізації сировинних товарів на ринку ціни на них встановлюються з урахуванням вимог стандартів, обсягу попиту та

продажу.

- Основні матеріали, як правило, купують відповідно до специфікації, опрацьованої на базі чинних стандартів. Саме наявність затверджених у встановленому порядку стандартів є головним чинником ціноутворення на основні матеріали.

- Допоміжні матеріали виконують на різногалузевих підприємствах майже однакові функції і у зв'язку з цим мають стійкий попит. Тому на встановлення ціни на такі матеріали впливають існуючий попит, їхні якісні показники та обсяги виробництва.

- У зв'язку з природним прагненням покупців максимально обмежити кількість постачальників вузлів та агрегатів, останні звичайно купують у виробників, які встановлюють ціну на них з урахуванням іміджу своєї продукції на ринку. Іноді деякі вузли та агрегати є досить помітними в готовому виробі, що дає змогу покупцям використовувати відомі на ринку марки таких виробів для стимулювання збуту власної продукції за вигідною для них ціною.

- У цінах на основне устаткування, враховується його універсальність або навпаки – спеціалізація. Що вища спеціалізація устаткування, то суворіші вимоги до експлуатаційних параметрів, так і до ціни.

#### Бібліографічний список

1. Денисова І.П. Управління витратами та ціноутворення / І.П. Денисова. – М.: 2006. – 286 с.
2. Дерябин А.А. Система ценообразования и финансов, пути совершенствования / А.А. Дерябин. – М.: Политиздат, 2007. – 265 с.

БИЧУН А.Н., ЛЕПЕШКЕВИЧ Ю.А., ст., гр. ДАЗ-1,  
Науч. руков.: Лисица Е.С., м.э.н., ассист.,  
ГВУЗ "Белорусский государственный экономический университет",  
г. Минск

### ОСОБЕННОСТИ НЕДРУЖЕСТВЕННЫХ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ

*Изучены особенности недружественных поглощений как формы слияний и поглощений компаний, проанализирована страновая специфика недружественных поглощений.*

**Актуальность.** Сегодня важнейшую роль в развитии мировой экономики играют крупнейшие ТНК. Основным механизмом образования ТНК являются слияния и поглощения.

**Цель исследований.** Изучение недружественных поглощения как

управління всіма фізичними операціями, які необхідно виконати при доставці товарів від постачальника до замовника.

Інший напрямок, на думку Є. Мате й Д. Тискє [4], характеризується більш широким підходом: крім управління товарорухом він включає аналіз ринку постачальників та замовників, координацію попиту та пропозиції на ринку товарів, а також здійснює гармонізацію інтересів учасників процесу товароруху.

На основі досліджень теорії менеджменту, зокрема праць Мескона М. [5] під управлінням розуміється процес планування, організації, мотивації та контролю, необхідний для того, щоб сформулювати та досягти поставлених цілей. Враховуючи все вище зазначене, можна виділити наступні основні функції управління, які найбільш властиві при організації просування матеріального потоку в межах логістичної системи:

- планування, яке передбачає ухвалення рішення про напрямок дії для досягнення бажаного результату і зосередження уваги на цілях і стандартах;

- організація, яка розкриває реалізацію відпрацьованих планів і програм, формування структури та системи управління фірми, забезпечення її діяльності необхідною документацією, тобто організація виробничого процесу;

- мотивація, завданням якої полягає в тому, щоб члени організації виконували роботу відповідно до делегованих обов'язків а керівництво повинно мотивувати своїх працівників за допомогою створення внутрішнього стимулу до дій;

- контроль, під яким розуміють вимір роботи і спостереження за нею, зіставлення отриманих результатів із запланованими і при необхідності вживання коригувальних заходів. Контроль необхідний для своєчасного визначення небезпеки, виявлення помилок, відхилень від існуючих стандартів і цим самим створення основи для процесу коригування діяльності фірми.

Враховуючи те, що управління рухом матеріального потоку безпосередньо пов'язано з розв'язанням інформаційних завдань, збором, обробкою, зберіганням та видачею інформації, веденням оперативного, статистичного, податкового обліку та складанням бухгалтерських звітів, і з огляду на те, що за сучасних умов господарювання ускладнюються розрахунки з замовниками готової продукції та постачальниками сировини і комплектуючих і, крім то, ціни постійно коливаються, що впливає і на показники собівартості та прибутку, доцільно доповнити вищевказані функції управління обліком.

Динамічність умов здійснення господарської діяльності обумовлює значний ступінь впливу фактора невизначеності. Поява різних незапланованих обставин може перетворити цілі реальні в момент



повинно відбуватися з використанням логістичного підходу. Однією з особливостей даного підходу є його застосування в межах сформованої логістичної системи. Але перед безпосереднім розглядом питання управління матеріальними потоками в межах логістичної системи доцільно провести дослідження функцій управління матеріальними потоками промислового підприємства в межах даної системи.

**Мета дослідження.** Теоретичне обґрунтування функцій управління матеріальними потоками промислового підприємства в межах логістичної системи.

**Основна частина.** Розглянемо управління матеріальними потоками промислового підприємства з точки зору теорії управління. Як відомо, управлінням об'єктом представляє собою зовнішні впливи на нього, спрямовані на зміну траєкторії його руху для досягнення поставленої мети і має на увазі використання загальних концептуальних принципів, що включають наявність інформації про кінцеву його мету, яка є відправною точкою для проектування процесу управління і визначає критерії функціонування; про початкові умови функціонування об'єкта, які описують координати його стану з врахуванням конкретних значень його параметрів в нульовий момент часу, обраний для цілей управління; про його внутрішню структуру, яка відбиває закономірності функціонування об'єкта і про стан зовнішнього середовища, яке характеризує умови, що оточують об'єкт, параметри та структуру зовнішніх об'єктів, які взаємодіють тим чи іншим чином з даним.

Перед безпосереднім розглядом та конкретизацією управлінських процедур, які використовує логістична служба як суб'єкт управління при організації просування матеріального потоку в межах логістичної системи, необхідно дослідити визначення поняття «управління матеріальним потоком».

Аналізуючи трактування даного поняття можна виділити ряд аспектів, через які можна розглядати особливості управління матеріальними потоками. Так, професор Г. Павеллек, В. Дж. Стивенсон, професор А.А. Смахов, А.Н. Родников [1, 2] визначаючи сутність поняття управління матеріальним потоком акцентують увагу на управлінському аспекті. З цієї точки зору управління матеріальними потоками представляє собою планування, контроль та регулювання матеріального потоку, що надходить на підприємство, обробляється та доставляється замовнику.

Професор Сергеев В.І. [3] розглядає управління матеріальними потоками з позиції бізнесу як інтегральний інструмент менеджменту, який сприяє досягненню стратегічних, тактичних та оперативних цілей організації бізнесу за рахунок ефективного управління матеріальними потоками та відповідними потоками інформації.

Розглянуті вище підходи відносяться до одного принципового напрямку, пов'язаному з функціональним підходом до товароруку, тобто

механізму централізації капітала. Выявление страновых особенностей недружественных поглощений.

**Основная часть.** Основным мотивом слияний и поглощений является достижение синергетического эффекта. Под синергией понимают некоторый результат от слияния, превосходящий по стоимости результаты компаний, участвующих в слиянии.

Как известно, существует несколько типов слияний: горизонтальный – между корпорациями, работающими на одном сегменте рынка (в одной отрасли). Так, в апреле 2007 «Nestlé» покупает производителя детского питания «Gerber» за 5,5 млрд. долл. США. Вертикальные — слияния компаний в рамках единой технологической цепочки. Здесь возможны два варианта: первый — вверх (слияние со сбытовой компанией или с конечным потребителем). Яркий пример - строительство ЛУКойлом сети бензоколонок в США. Второй — вниз (слияние с поставщиком сырья). Примером является металлический российский трейдер «МИКОМ», который включил в свой бизнес Кузнецкий металлургический комбинат. Третий вид слияний - конгломератный — объединение компаний из практически не связанных отраслей. Например, в 1970-е гг. «Nestlé» пришло к решению впервые выйти за рамки пищевой промышленности. В 1974 г. компания стала крупнейшим акционером мирового лидера в производстве косметики — компании «L'Oreal».

Слияния могут быть вызваны обоюдным желанием – их называют дружественное поглощение. С другой стороны, существуют особые махинации, которые ставят компании перед выбором: банкротство или продажа по минимальной цене. Эта и есть вторая форма слияний - недружественное, поглощение, или, другими словами, рейдерство, т.е. когда компании скупаются на не равнозначных условиях или под угрозой.

Существует несколько видов рейдерства, в диапазоне от легальной деятельности, до уголовного деяния, как правило, сопровождаемого целым комплексом преступлений (от коррупции до физического насилия). Среди них:

1. «Белое» рейдерство – отлично спланированное поглощение компании, происходящее хоть и против воли основного собственника, но в строгом соответствии с требованиями закона. Рейдер организывает скупку акций или долгов предприятия, пытается временно ухудшить его экономическое и финансовое положение, удешевив его акции, т.е. использует относительно законные инструменты захвата. Недружественное поглощение через скупку акций миноритарных акционеров по завышенной цене также считается рейдерством. Тем не менее, эта практика является абсолютно законной и приемлемой для общества, бизнеса и государства практически во всех развитых странах и не противоречит принятым в цивилизованном мире правилам игры. Например, в США правила Комиссии по ценным бумагам и биржам

требуют сообщать компании-объекту поглощения о намерении приобрести пакет акций в размере свыше 5%.

2. «Серое» рейдерство – поглощение компании, осуществляемое внешне законными средствами, но совокупность этих средств в целом составляет схему мошенничества, при котором рейдер переходит грань закона. Характерно использование фальсифицированных документов, двойного реестра, незаконного собрания акционеров.

3. «Черное» рейдерство – вид поглощения, при котором рейдер использует фальсифицированные документы и значительно больше внимания уделяет коррумпированию чиновников разного рода администраций, министерств, представителей правоохранительных органов и судей, и даже включает применение физического насилия.

Существуют следующие основные механизмы рейдерства:

- через акционерный капитал: рейдеры скупают миноритарный пакет акций для инициирования собрания собственников и принятия необходимого решения (смена руководства, продажа мажоритарных пакетов акций);

- через наемное руководство: менеджмент может просто «выводить» активы в подконтрольные рейдеру структуры или брать кредиты под залог собственности под нереальные проценты;

- путем оспаривания приватизации: условия для такого рейдерства создаются в тот момент, когда предприятие приватизируется незаконным путем;

- через кредиторскую задолженность: если у предприятия имеется несколько относительно мелких задолженностей, рейдер скупает их и предъявляет к единовременной оплате.

Как видите, методы рейдерства различны. Что интересно, у каждой страны есть свои особенности проведения таких «операций».

Рейдерство в США – сложный, высокоинтеллектуальный и высокодоходный, вполне законный бизнес. Современный рейдер в США представляет собой крупный хедж-фонд (в настоящее время их насчитывается более 8000), обладающий активами более 1 трлн. долл. США, а также квалифицированным менеджментом, который способен вступать в сговор с акционерами компании-жертвы. Также рейдерство поддерживается и крупными инвестиционными банками в США.

Пользуясь значительной величиной активов, хедж-фонды только фактом своего присутствия в уставном капитале и заявлением о намерении стратегического участия в обществе сосредоточивают в руках контрольный пакет акций. Затем, не приводя в действие внутренние механизмы защиты от рейдерства, распространенные среди американских корпораций, способствуют процессам слияния и поглощения, неплохо зарабатывая на продаже акций.

Эволюция рейдерства как бизнеса в США привела к появлению

виробництві товарів і послуг, що, у свою чергу, збільшує продуктивність і підвищує конкурентоспроможність всієї країни.

12. Інновації. У довгостроковій перспективі підвищення ефективності та рівня життя можливе лише завдяки технологічним інноваціям [4].

Перелічені складові не тільки взаємопов'язані, але й посилюють одна одну. Показники кожної з складових надають можливість провести аналіз сильних та слабких сторін конкурентоспроможності країн.

Отже розуміння теоретичних основ, джерел конкуренції та факторів конкурентоспроможності, змін, які відбуваються в національній економіці під впливом макроекономічних чинників, дозволить як уряду, так і керівникам підприємств приймати рішення щодо посилення ринкових позицій. Підвищення конкурентоспроможності вимагає впровадження широкомасштабних інституціональних реформ, формування об'єктів нового типу, стратегічно важливих комплексів, здатних опанувати сучасні інноваційні технології, які дають найбільшу економічну віддачу в контексті динамічних умов розвитку.

#### Бібліографічний список

1. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізми реалізації. Монографія. - К.: КНЕУ, 2004. -275 с.
2. Закон України "Про захист економічної конкуренції" від 11 січня 2001 року №2210- III // Відомості Верховної Ради України. -2001. -№ 12. -С. 64.
3. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник. -М.: АО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2000. -640 с.
4. Звіт про конкурентоспроможність України 2010.

КАЗАКОВА І.С., ст. гр. ОПУТ-11м  
Наук. керів.: Селезньова Н.О., к.е.н.  
ДВНЗ "ДонНТУ" Автомобільно-дорожній інститут,  
м. Горлівка

#### УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Изучены подходы к управлению материальными потоками промышленного предприятия. Дополнены функции управления материальными ресурсами учетом и регулированием.*

**Актуальність.** Для прискорення стабілізації фінансового стану та підвищення ефективності функціонування промислових підприємств за сучасних умов господарювання управління рухом їх матеріальних ресурсів

Таблиця 1

Погляди вчених-економістів на категорію  
«конкурентоспроможність»

Автор	Визначення терміну конкурентоспроможності
Грошев В.П.	Комплекс споживчих властивостей товару, що визначає його відмінність від інших аналогічних товарів по ступені й рівню задоволення потреб покупців і витратам на його купівлю й експлуатацію.
Кредісов А.И.	Характеристика товару, що відображає його відмінність від аналогічного конкурентного товару як по ступені відповідності конкретної потреби, так і по витратах на її задоволення.
Печінкин А. та Фомін В.	Складне багатоаспектне поняття, яке визначає здатність товару зайняти та вдержати позицію на конкурентному ринку в певний період за конкуренції з іншими аналогічними товарами.
Фатхутдинов Р.А.	Конкурентоспроможність — це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку [3].
Піддубний І.О., Піддубна А.І.	Потенціальна або реалізована здатність економічного суб'єкта до функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію відносно конкурентів.

5. Вища освіта та професійна підготовка – вирішальні для економік, які намагаються рухатися вперед ланцюгом створення додаткової вартості, не обмежуючись простими виробничими процесами та продукцією.

6. Ефективність ринку товарів. Країни з ефективними ринками виробляють необхідний асортимент товарів та послуг з урахуванням умов попиту-пропозиції.

7. Ефективність ринку праці – важлива для забезпечення швидкого переміщення працівників з одного сектора в інший, що стимулює найбільш ефективне їх використання в економіці.

8. Рівень розвитку фінансового ринку. Ефективний фінансовий сектор дає можливість розміщення ресурсів, зекономлених громадянами країни або інвестованих іншими країнами, там, де ці ресурси використовуються найбільш продуктивно.

9. Оснащення новітніми технологіями. У цій групі оцінюється швидкість, з якою економіка переймає і використовує новітні технології для підвищення продуктивності секторів своєї економіки.

10. Розмір ринку – впливає на продуктивність, оскільки великі ринки дозволяють компаніям використовувати переваги ефекту масштабу виробництва.

11. Рівень розвитку бізнесу – впливає на рівень ефективності при

такого поняття як финансируемый выкуп (англ. *Leveraged Buy-Out, LBO*) — вид деятельности компаний, при котором одна компания (кредитор) предоставляет другой компании (организатору выкупа) заемные средства для приобретения третьей компании (объекта) и появлению «мусорных облигаций» и появлению отдельного вида рейдерства такого, как гринмейл. Например, производитель косметики «Revlon», выстоявший не одну атаку до этого «Beatrice Companies», также стали целями LBO, финансирование для которых нашла «Drexel».

В США отношение к рейдерству неоднозначное. Одни специалисты смотрят на рейдеров как на волков, санитаров леса, которые оздоравливают ситуацию, освобождая компании от некавалифицированного менеджмента. Другие же считают, что рейдерство только лишь вредит экономике, нанося экономический урон предприятиям, подрывая социальную сферу, становятся угрозой безопасности государства, «портят» общий инвестиционный климат в стране.

Для Западной Европы традиционно характерно отношение к компании не только как к исключительной собственности акционеров, но и как к некоторому социальному институту, ответственному также перед своими сотрудниками и контрагентами. Европейской («рейнской») модели характерны «дружественные» поглощения, «недружественные» осуждаются обществом и бизнесом. Поэтому операции рейдеров по скупке и перепродаже с чисто спекулятивной целью значительно менее распространены, чем в США.

Особенностью японской модели является принцип исключительной добровольности объединения. Для недружественных поглощений существуют жесткие институциональные и социальные барьеры. Институциональные барьеры заключаются в том, что менеджмент компании обеспечивает себе «постоянных акционеров» — обычно это компании из той же холдинговой группы («кэйрецу») или дружественные банки. При этом широко распространено перекрестное владение акциями. «Постоянные акционеры», которым принадлежит 60–80% акций, защищают компании от поглощения путем скупки акций на рынке. Социальные барьеры означают, что культурные традиции японского бизнеса рассматривают предприятие, как сообщество пожизненно работающих на нем сотрудников с определенной неформальной иерархией и системой карьерного роста. Поэтому поглощение компании вместе с сотрудниками жестко осуждается, а их сопротивление является основным препятствием для западных компаний при попытке поглотить японские предприятия. Таким образом, если все-таки скупка акций произошла, ожидается, что будут предприняты меры по возвращению контроля над компанией, что дает возможность заработать на спекуляции ценами на акции. Такие действия называются «скупка по-японски».

В отличие от традиционных форм слияний и поглощений с

достаточно высокой долей добровольных, «дружественных» слияний, в России они практически всегда носят жесткий, вынужденный характер. Особенностью современного российского рейдерства являются активное использование административного ресурса и коррумпированных правоохранительных органов. Рейдерство в современной России в значительной степени связано с произвольными действиями чиновников, которые прикрываются выполнением ими своих должностных обязанностей.

Что касается Беларуси, белорусские слияния и поглощения не являются враждебными по определению. В большинстве случаев - этот тип слияний может быть охарактеризован как слияние "по распоряжению" собственника, участника, учредителя, а также государства, которому принадлежат порядка 70 % акционерных предприятий.

Как массовое явление рейдерство практически отсутствует в белорусском правовом пространстве. Имеют место отдельные проявления, выявляемые хозяйственными судами Беларуси при рассмотрении отдельных дел.

**Выводы.** Таким образом, в современном мире рейдерство играет не последнюю роль при централизации капитала. Принимая во внимание тот факт, что ТНК на современном этапе развития играют решающую роль в мировой экономике, компании и в дальнейшем будут стремиться к укрупнению. Сохранит ли при этом рейдерство свое значение как способ расширения компаний или появятся новые методы – остается загадкой.

НИЗОВЕЦЬ В.В., 41 гр., ФЕУВ

Наук. керів.: Кравченко В.О., к.е.н., проф.

ДВНЗ "Одеський національний економічний університет",

м. Одеса

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

*Проаналізовано основні тенденції інвестиційно-інноваційного розвитку України, рівень інноваційності вітчизняної економіки згідно з Міжнародними рейтингами. Досліджено основні проблеми інноваційної діяльності в Україні, виявлено недоліки інвестиційно-інноваційної політики та запропоновано способи її удосконалення.*

**Актуальність.** Інвестиційні ресурси - рушійний фактор розвитку будь-якого економічного процесу. Інвестиції у поєднанні з інноваціями дають мультиплікативний ефект, не лише збільшуючи кількість робочих місць і обсяги виробленої продукції, а й знижуючи вартість одиниці

**Мета дослідження.** Є комплексне дослідження суті та особливостей конкуренції та конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність виявляється лише в умовах конкуренції і через конкуренцію. У Законі України «Про захист економічної конкуренції» наводиться наступне визначення економічної конкуренції: змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання, мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [2].

Слід звернути увагу на багатозначність трактувань сутності поняття "конкурентоспроможність" сучасними вченими-економістами (табл.1).

На цій основі можна запропонувати наступне трактування: конкурентоспроможність – це багатоаспектна характеристика об'єкта (країни, продукту, підприємства), яка відображає його здатність задовольняти конкретні потреби краще, ніж аналогічні об'єкти, та забезпечує стабільне функціонування у динамічних ринкових умовах.

Враховуючи постійний прогрес економічних досліджень, методологія, яка використовується для оцінки конкурентоспроможності, з часом еволюціонує. Останнім кроком у цій еволюції став індекс глобальної конкурентоспроможності (ІГК), який був вперше представлений у 2004 році та став головним індексом для вимірювання національної конкурентоспроможності. ІГК увібрав у себе основні новітні економічні ідеї щодо конкурентоспроможності й бере до уваги зважене середнє значення великої кількості різних складників, кожний з яких відображає один з аспектів конкурентоспроможності:

1. Державні та приватні інституції – формують базу, у межах якої приватні підприємці, компанії та уряди взаємодіють один з одним з метою збагачення економіки, суттєво впливаючи на конкурентоспроможність.

2. Інфраструктура – визначає місце розташування економічної діяльності, а також види діяльності або сектори, що можуть набути високого рівня розвитку в економіці.

3. Макроекономічна стабільність – сама по собі не збільшує продуктивність країни. Однак, макроекономічний хаос шкодить економіці.

4. Охорона здоров'я та початкова освіта – має життєво важливе значення для конкурентоспроможності й продуктивності країни.

необхідність впровадження такого інструменту як стратегічне управління підприємством. В таких умовах актуальним є забезпечення стратегічної стійкості, що дозволяє набуті стійких конкурентних позицій підприємства. Стійкість і цілісність системи зберігаються в довгостроковому періоді за достатньої гнучкості суб'єкта управління та збалансованості його стратегічного розвитку.

#### Бібліографічний список

1. Шершньова З.Є., Стратегічне управління /Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління: Навч. Посібник. – К.: КНЕУ.
2. Ансофф И. Стратегическое управление [Электронный ресурс]. -М.: Экономика, 1989. - СПС «Гарант». - 2008.
3. Стратегический учет. // Под ред. В. Э. Керимова. - М.: Омега-Л, 2005.
4. Питер Ф. Друкер. Задачи менеджмента в XXI веке. – К.: Вильямс, - 2007.

ЩЕБЕЛЬСЬКА В.О., ст.гр. МО-08а

Наук.керівн.: Усова Г.В., асист.

ДВНЗ "ДонНТУ" Автомобільно-дорожній інститут,  
м. Горлівка

#### КОНКУРЕНЦІЯ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ

*Здійснено теоретичні дослідження наукових підходів щодо визначення сутності економічної категорії "конкурентоспроможність", та основних складових конкурентоспроможності. Надано авторське трактування поняття конкурентоспроможності як комплексної категорії.*

**Актуальність.** Розвиток ринкових відносин, зовнішньої торгівлі, процеси глобалізації, інтеграції та лібералізації є одними з найбільш актуальних у сучасному світі. Тому дедалі гостріше постає питання визначення та підвищення конкурентоспроможності економіки держави на міжнародному рівні. У підприємств також виникає необхідність свідомого управління змінами на основі науково обгрунтованої процедури їх передбачення, регуляції, пристосування до умов, що змінюються. Формування конкурентного середовища в економіці України відбувається без наявної необхідної бази її існування: інституціональної структури, інструментарію, спеціалістів, досвіду тощо [1]. Це обумовлює необхідність дослідження досвіду функціонування механізму конкуренції, накопиченого державами зі сталою ринковою економікою.

продукції, покращуючи її якість, підвищуючи рентабельність виробництва, умови праці та її продуктивність. Досліджуючи світовий досвід, можна з впевненістю зазначити, що активне залучення та раціональне використання інвестицій - найшвидший шлях до піднесення економічного розвитку держави на новий рівень, зокрема інноваційний. Продумана інвестиційно-інноваційна політика забезпечує її учасників сприятливими нормативно - правовими та економічними умовами для вкладення інвестицій в економіку держави, зосереджуючи їх інноваційну спрямованість. Створення та реалізація ефективної, адекватної сучасним вимогам інвестиційно-інноваційної політики в Україні досі залишається актуальним питанням.

**Мета дослідження.** Дослідження основних тенденцій інвестиційно-інноваційного розвитку України, рівня інноваційності вітчизняної економіки згідно з Міжнародними рейтингами, а також наявності адекватної сучасним умовам системи заходів держави щодо формування інноваційної моделі розвитку економіки України.

**Основна мета.** Відповідно до міжнародних рейтингів сприятливих умов для підприємницької діяльності Україна займає не найкращі позиції. Так, згідно з рейтингом ведення бізнесу (Doing Business Index) та Індексом економічної свободи (Index of Economic Freedom) Україна перебуває на 145 позиції з 181 можливої та на 152 з 179 позицій відповідно [5]. Такі умови ведення підприємницької діяльності в Україні, як: легкість відкриття компанії, найму працівників, реєстрація власності, отримання кредиту, захист інтересів інвесторів, ділова, фінансова, грошово - кредитна, інвестиційна, фінансова, свобода від Уряду, від корупції, захищеність прав власності не відповідають міжнародним стандартам ведення бізнесу, що створює перешкоди у залученні як зовнішніх, так і внутрішніх інвестицій в економіку країни.

Аналізуючи джерела фінансування технологічних інновацій, бачимо вплив світової кризи, коли обсяги іноземних інвестицій у 2010 р. різко скоротилися. Як наслідок, обсяги фінансування інновацій за рахунок іноземних інвестицій зменшилися більш ніж у 2,5 рази і становили лише 115,4 млн. грн. Держава є доволі пасивною у фінансуванні інноваційного розвитку протягом досліджуваного періоду, за рахунок держаних коштів фінансуються лише 1-2% інноваційних процесів в економіці.

Так, у Швеції на науку виділяють 3,7% ВВП, в Японії - 3,06%, в США - 2,84%. В Україні ж, відповідно до Закону про наукову діяльність, на наукові дослідження повинно виділятися 1,7% ВВП, реальне фінансування далеко не відповідає цим нормам. На фоні загального погіршення основних соціально-економічних показників перед інвестиційно-інноваційною сферою економіки України особливо важливими постають проблеми залучення та утримання вітчизняних та іноземних інвестицій у пріоритетних інноваційних сферах [4].

Фінансування інновацій в Україні здійснюється переважно за рахунок власних коштів підприємств. У часи кризи українські менеджери, щоб скоротити свої витрати, насамперед зменшують інвестиції в основний капітал. Відповідно, інвестування коштів в інноваційні проекти у 2010 р. практично припинилося. У 2010 р. ситуація виглядала так: обсяги іноземних інвестицій скоротились, власні кошти підприємств не інвестуються в інновації, а в бюджеті 2010 р. передбачалось кошторис Державного агентства України з інвестицій та інновацій у розмірі 29,7 млн. грн., що значно менше від показника 2009 р. - 329,4 млн. грн. [5]. За рейтингом Всесвітнього економічного форуму у 2010 р. у сфері формування факторів інноваційного розвитку Україна посіла 52-ге місце, а за оснащеністю сучасними технологіями - 65-те. Проблеми такого характеру у сфері інвестиційно-інноваційного розвитку ставлять під загрозу наявний інноваційний потенціал України та функціонування інноваційної інфраструктури. Зазначений стан був наслідком відсутності дієвої та адекватної стратегії переведення економіки України на інноваційний шлях розвитку, формування національної інноваційної системи яка забезпечувала б його реалізацію. Кабінет Міністрів України розпорядженням від 17 червня 2009 р. №680 схвалив Концепцію розвитку національної інноваційної системи, метою якої є визначення основних засад формування та реалізації збалансованої державної політики з питань розвитку національної інноваційної системи [1].

Своєчасно вітчизняні науковці та органи державної влади розробили Проект "Стратегії інноваційного розвитку України на 2010-2020 рр. в умовах глобалізаційних викликів" (далі - Стратегія) із врахуванням ключових положень, закладених в проекті "Стратегії інноваційного розвитку України на 2009-2018 роки та на період до 2039 року". Ця Стратегія являє собою комплексну модель інноваційного розвитку України на основі чітко визначених стратегічних пріоритетів та ключових заходів. Головна мета Стратегії має конкретне кількісне визначення: забезпечити в зазначений термін (до 2020 р.) підвищення впливу інновацій на економічне зростання України в 1,5-2 рази порівняно з теперішнім часом. У Стратегії закладені такі основні пріоритети [2]:

- адаптація інноваційної системи України до умов глобалізації та підвищення її конкурентоспроможності;
- переорієнтація системи продукування інновацій на ринковий попит і споживача;
- створення привабливих умов для творців інновацій, стимулювання інноваційної активності підприємництва;
- системний підхід в управлінні інноваційним розвитком, інформатизація суспільства.

**Висновки.** На сучасному етапі інвестиційно-інноваційний сектор України характеризується зниженням активності, дефіцитом фінансових

середовища - вихідний етап формування стратегічного управління, тому він забезпечує базу для визначення місії і цілей підприємства і для вироблення стратегій поведінки, що дозволяють підприємству виконати місію і досягти своїх цілей. Другий етап – визначення місії і цілей, що розглядається як один із процесів стратегічного управління. Третій етап - аналіз та вибір стратегії. Це головний процес стратегічного управління. За допомогою спеціальних прийомів організація визначає, як вона буде досягати своїх цілей і реалізовувати свою місію. Четвертим етапом є виконання стратегії – це критичний етап, тому що саме він у випадку успішного здійснення призводить підприємство до досягнення поставлених цілей. П'ятий етап – оцінка і контроль виконання стратегії є логічно останнім етапом, здійснюваним у стратегічному управлінні. Даний процес забезпечує стійкий зворотний зв'язок між тим, як йде процес досягнення цілей, і цілями організації. Основними завданнями контролю є визначення того, що і за якими показниками перевіряти; здійснення оцінки стану контрольованого об'єкта відповідно до прийнятих стандартів, нормативами або іншими еталонними показниками; з'ясування причин відхилень, якщо такі виявляються в результаті проведеної оцінки; здійснення коригування, якщо вона необхідна і можлива [3].

Основним завданням стратегічного управління на машинобудівних підприємствах є досягнення цілей підприємства шляхом оптимального використання внутрішніх змінних (потенціалу: майнового й виробничого) з урахуванням впливу факторів зовнішнього середовища підприємства й приведення майнового й виробничого потенціалу підприємства у відповідність до вимог зовнішнього середовища, що постійно змінюється. Мета – забезпечення конкурентоспроможності й ефективного функціонування підприємства у майбутньому. При цьому як підприємство так і зовнішнє середовище перебувають у постійній взаємозалежності: зовнішнє середовище впливає на підприємство й навпаки.

За умови високої якості стратегічного управління підприємство, яке проводитиме на регулярній основі стратегічний аналіз, заздалегідь передбачатиме можливі наслідки від дії несприятливих чинників функціонування. Керівництво підприємства в такому випадку має формувати відповідну обставинам стратегію нейтралізації несприятливих чинників і ухвалювати стратегічні рішення щодо подальшого розвитку. Проте, темпи зростання вартості підприємства через середній рівень управління тактичною діяльністю будуть невисокими, зокрема, через витрату значних ресурсів на внутрішню перебудову виробництва. Після закінчення перебудови прибуток відновиться, а при ефективному використанні ситуації – навіть збільшиться. Вартість підприємства знову стане зростати колишніми або, навіть, прискореними темпами [4].

**Висновки.** Таким чином, можна зробити висновок, що зростання динамічності та невизначеності зовнішнього середовища обумовлює

значною мірою обумовлює прояв різноманітних викликів і загроз, непрогнозований і збурювальний вплив яких на діяльність підприємств негативно позначається на показниках ефективності їхньої діяльності та призводить до зростання рівня ризику здійснення господарських операцій. У зв'язку з цим актуалізується потреба у впровадженні стратегічного управління підприємством в умовах нестабільності зовнішнього середовища.

Слід зазначити, що економічна криза народного господарства України зумовлюється багатьма факторами, серед яких важливе місце займає недосконалість системи управління. Турбулентний характер негативних змін в економіці (інфляція, ріст цін на сировину та матеріали, високі процентні ставки за кредит, зниження купівельної спроможності населення та ін.) і висока складність вирішуваних нині завдань посилюють роль наукового управління у стабілізації соціально – економічних процесів і забезпеченні високої ефективності усіх видів підприємницької діяльності [1].

Зміцнення конкурентоспроможності та підвищення ефективності діяльності підприємства є проблемою надзвичайно актуальною. Одним із шляхів вирішення означеної проблеми є розвиток теорії і практики стратегічного управління.

Під стратегією підприємства слід розуміти систематичний план його потенційної поведінки в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва, що включає формування місії, довгострокових цілей, а також шляхів і правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і можливостей, усунення слабких сторін та захист від загроз зовнішнього середовища задля майбутньої прибутковості [2]. Організація розробки стратегії на підприємстві передбачає відбір кадрів розробників, організацію їх роботи і контроль, зміну організаційної структури управління відповідно до потреб стратегічного менеджменту, розвитку в кадрів стратегічних здібностей та інформаційно-аналітичного забезпечення процесу розробки стратегії [1]. Існує багато шляхів конкуренції та стратегій підприємства: виробнича, товарна, цінова та ін. Але в основі будь-якої стратегії повинні лежати конкурентні переваги. Стратегічне управління можна визначити як управління конкурентними перевагами. Конкурентна перевага – це становище підприємства на ринку, яке дозволяє їй долати сили конкуренції та приваблювати покупців. Конкурентні переваги створюються унікальними матеріальними та нематеріальними активами, котрими володіє підприємство. Стратегічне управління можна розглядати як динамічну сукупність п'яти взаємопов'язаних етапів управлінських процесів. Ці процеси логічно впливають один з іншого. Це є важливою особливістю системи стратегічного управління.

Розглянемо етапи стратегічного управління. Першим етапом є аналіз

ресурсів, падінням платоспроможного попиту на науково-технічну продукцію, що спричинено значними недоліками під час розроблення та виконання державних цільових програм. Інвестиційно-інноваційна політика повинна бути збалансованою та спрямованою на гармонійне доповнення внутрішніх інвестицій зовнішніми, де визначальним фактором будуть національні інтереси держави, її інноваційний розвиток.

"Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 рр. в умовах глобалізаційних викликів" може і повинна бути затверджена і впроваджена у найкоротші терміни, що дозволить підвищити конкурентоспроможність національної економіки, досягнути пріоритетів розвитку науки і техніки.

Подальших досліджень потребує вивчення значення держави в управлінні інноваційними процесами на регіональному рівні, адже інноваційна активність регіонів є основою інноваційного розвитку країни.

#### Бібліографічний список

1. Розпорядження КМУ "Про схвалення Концепції розвитку національної інноваційної системи" від 17.06.2009 № 680-р.
2. Проект "Стратегії інноваційного розвитку України на 2010- 2020 роки в умовах глобалізаційних викликів" [Електронний ресурс] - Режим доступу :[www.pir.dp.ua/uploads/StrategizInnovRazvitiyaUkr.doc](http://www.pir.dp.ua/uploads/StrategizInnovRazvitiyaUkr.doc).
3. Борщ Л.М. Інновації та інвестиції в реальному секторі економіки: перспективи розвитку [текст] / Л.М. Борщ // Економіка ринкових відносин. - 2008. - №2. - С. 44-51.
4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Державне агентство України з інвестицій та інновацій [Електронний ресурс] - Режим доступу: [www.in.gov.ua](http://www.in.gov.ua).

МИКУЛИЧ А.А., СИТЬКО М.В., ст. гр. ДАЗ-1

Науч. руков.: Лисица Е.С., м.э.н., ассист.

ГВУЗ "Белорусский государственный экономический университет", г. Минск

#### FINANCIAL CRISIS IMPACTS ON FASHION INDUSTRY: STRATEGIES FOR SURVIVAL

*The consequences of the financial crisis in fashion industry have been studied, the strategies of business conduct in the sphere of fashion have been analyzed.*

**Relevance.** The financial crisis of 2008 had a great impact practically on

everyone. It brought changes in different spheres of our lives. Speaking about the economic side it is possible to say that most industries suffered due to the crisis and fashion industry wasn't an exception. In fact, it wasn't well covered in the mass media about what problems this industry faced.

**The aim of the study.** Is to consider and analyze the impact of the economic crisis on the world fashion industry. We will speak on the consequences of the global recession and the strategies of business conduct, chosen by world famous fashion designers to let their business stay afloat.

**Main part.** Today fashion industry is one of the most fast growing industries worldwide. This industry includes clothes, accessories and cosmetics production. Its rapid expansion is connected with the increasing level of people's welfare: people want to look good and more money allows them to purchase things of a higher price. Lately fashion industry mainly worked for women, but today's world of fashion also involves men and even kids.

During the economic downturn many people lost their jobs that resulted in problems with money. Such a thing has definitely changed the consumer's behavior. People started to consider their spending behavior and choose between the most necessary things and those that they could save on. What concerns clothes, we can assert that here are two tendencies: some people began to buy a cheaper attire or postpone such a purchase, the others continued to buy clothes of famous brands. But the first tendency has resulted in the decrease of the number of consumers and the fashion clothes stores became a lot less crowded. For some designers this has brought considerable losses. For example, in 2008 a well-known fashion house Christian Lacroix went bankrupt and its losses were 10 million euro. Its main consumers were the Americans and the failure resulted from a low demand on the American market. The similar situation is with Versace. The designer had to close its stores in Japan as the losses were around 30 million euro. Chanel, a brand at the forefront of the industry, had to cut 200 jobs despite being one of the most successful companies in its sector. Some designers didn't take part in fashion weeks as they weren't able to prepare and present their collections. Such a tendency took place especially in the autumn 2009. Designers Vera Wang and Betsey Johnson decided to unveil their latest runway collections in a way that coincides with the dire situation happening in the United States. Both designers have decided to pull out of showing their Fall/Winter 2009 collections in Bryant Park during New York Fashion Week, citing the recession in the economy as their major reason for doing so. The Florentine designer Roberto Cavalli couldn't present the JUST CAVALLI line, because the company ITTIERRE with whom he collaborated in the creation of this line, was facing some economic problems and was no longer able to guarantee him a collection that would live up to the brand image and its popularity around the world.

During our research we singled out the most negative consequences of global financial crisis on fashion industry:

України. – 2008. – Т. 1. – С. 107–116.

3. Доклад о развитии человека 2010. Реальное богатство народов: Пути к развитию человека / Опубликовано для Программы развития Организации Объединенных Наций (ПРООН), 2010. – С. 14–15.

4. Кирич Н. Роль людського фактора у підвищенні ефективності роботи підприємства / Н. Кирич // Україна: аспекти праці. – 2008. – №5. – с.46-50.

5. Український державний комітет статистики. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

КОВТУН Ю.О., ст. гр. МО-11м

Наук. керів.: Курган О.Г., ст. викл.

ДВНЗ "ДонНТУ" Автомобільно-дорожній інститут,

м. Горлівка

## СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОВГОСТРОКОВОГО УСПІХУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

*Изучены основные аспекты эффективности стратегического управления с целью обоснования возможности его внедрения на отечественных предприятиях машиностроения.*

**Актуальність.** Вітчизняні машинобудівні підприємства проводять діяльність в умовах посилення нестабільності зовнішнього середовища, що зумовлено непослідовністю реалізації економічної політики з боку держави, всебічними змінами технологій, що застосовуються на підприємствах, появою нових стратегічних цілей. У зв'язку з цим актуалізується потреба формування відповідних механізмів забезпечення стратегічного управління розвитком підприємств машинобудування.

**Мета дослідження.** Метою дослідження є розкриття сутності стратегічного управління підприємством як ефективного механізму для забезпечення довгострокового успіху в умовах нестабільного середовища.

**Основна частина.** Дослідженню стратегічного управління підприємством присвячені праці вітчизняних і зарубіжних учених, серед яких І. Ансофф, В.Е. Керімов, Д. Ісаєв, Т.М. Байбурін, С.В. Оборська, З.Є. Шершньова та ін.

Перехід економіки до ринкових відносин дещо ускладнив діяльність підприємств, незалежно від форм власності, галузевого спрямування, правового статусу тощо. Особливо це торкнулось підприємств промислового комплексу, зокрема підприємств машинобудування. Зростання соціально-економічної та політичної невизначеності в країні



склалося досить проблемне становище з кадрами. Згідно із дослідженнями фахівців Міністерства економіки України, близько 28% промислових підприємств та 60% підприємств агропромислового комплексу відчувають гостру нестачу у кваліфікованих працівниках. Тому відставання України від промислово розвинутих країн зберігається, а за багатьма позиціями – збільшується [2].

На сучасному етапі розвитку економіки України необхідним є створення ефективного ринку висококваліфікованих спеціалістів. Обмежене фінансування державою освіти не забезпечує якісної професійної підготовки робочої сили, тому можна спостерігати зниження якості загальної та професійної освіти у навчальних закладах України [4].

Проблемами нашої країни, що потребують рішення, є інфраструктура, витрати на освіту, рівень смертності, рівень підготовки кадрів, витік інтелектуального капіталу, витрати компаній на науково-технічні роботи, наявність новітніх технологій тощо. Все це пов'язано з відтворенням людського капіталу. Проте спостерігається наявність в нашій країні величезного потенціалу для будування інноваційної системи економіки. Отже, для того, щоб Україна стала більш конкурентоспроможною, необхідно розвивати людський капітал.

Інвестиції в людський капітал характеризуються значним розривом часу між вкладеннями та віддачею від цих вкладень, тому саме держава може виступати у якості каталізатора таких інвестицій.

**Висновки.** Отже, інвестування в людський капітал є надзвичайно необхідним для економічного зростання трудового потенціалу як окремого підприємства, так і держави в цілому.

На жаль, Україна значно поступається рівнем розвитку людського капіталу розвиненим країнам. Це проявляється у низькій якості життя, недостатньому фінансуванні людського розвитку за рахунок усіх джерел, втраті позицій у розвитку людського потенціалу країни.

Необхідними заходами для підвищення інвестування в людський капітал в Україні є забезпечення у першочерговому порядку державного фінансування пріоритетних стратегічних напрямів людського розвитку, стимулювання суттєвого збільшення витрат підприємства і приватних підприємців у розвиток людського капіталу своїх працівників.

#### Бібліографічний список

1. Андрианов В. Национальное богатство, природные и трудовые ресурсы России / В. Андрианов // Общество и экономика. – 2003. – №4-5. – С. 127.

2. Гайдук В.А. Сучасні проблеми гармонійної взаємодії держави та роботодавців у забезпеченні професійними кадрами промислового сектору економіки України / В.А. Гайдук // Проблема ефективного використання та професійно-технічної підготовки кадрів промислового сектору економіки

➤ many big names in the fashion industry are facing financial problems, many of whom have even declared their negative condition. Some of these companies are hoping for a take-over;

➤ a great deal of fashion companies have started to fall into credit problems. In the last few months, various companies worldwide have filed for bankruptcy;

➤ many companies are negotiating for a partnership deal with willing investors in order to help their finances;

➤ a lot of events, innovative plans are being canceled;

➤ considerable extension of mergers and acquisitions;

➤ many fashion labels in fashion hubs like Italy are holding emergency talks with the government and are appealing to support their industry or at least lessen the effects of their financial slowdown;

➤ a great number of fashion houses are not showing their collections for fall 2009 due in the season as the shows will cost them thousands of dollars with no guarantees of returns;

➤ many designers have set the trend of smaller or more reserved shows.

➤ designs also seem to be affected by the crisis as many shows featured only quiet colors and minimalist lines.

Due to the fact that the financial crisis has spread its influence on all spheres of life, it is of vital importance for fashion enterprises to invent new marketing strategies which will enable them to earn profit or at least stay in business. People handle their money differently which asks for new business approaches. The fashion industry needs to react in the right way to conquer this economic crisis in order to keep their valued customers.

At the end of 2008, when the crisis is gaining momentum, lavish spending habits have gone in the past. So far as consumers will think twice before spending their money on designer textiles and fabrics, fashion houses needed to come up with some fresh ideas and innovative strategies in order to save their business. Individuality and innovation have become the keywords for securing future of any brand. Consumers have to be given exactly what they need and in the way they desire.

So in the second part of our research we studied the strategies adhered by leading fashion houses and designers in crisis.

Consumer spending has got lower resulting in pressure on retailers' margins. Therefore, the business will have to focus on protecting gross margin by way of loss prevention, price optimization and efficient inventory management systems.

Consumers will have to be provided with consistent brand and service offering through multiple touch points-stores, online, social commerce sites, blogs, mobiles, etc. Value-added services such as "buy online, return at stores" etc. can only help establish brand loyalty among customers which is the success necessary for survival. Social media channels are increasingly being used and

are very effective means to reach consumers for promotion and brand loyalty.

Private labeling was the buzzword of 2009. Private labels provide higher margins, increased flexibility and the capability of responding fast to changes in fashion trends.

A strong brand identity will be crucial for international success as stronger brands will be able to take advantage of their brand strength for global expansion using alliances and franchise arrangements.

New technologies like kiosks, RFID, mobile devices, smart carts, wireless sensors, contact less payment solutions, magic mirrors and virtual closets etc. decide the shopping process of technology savvy consumers. Providing a variety of services such as mobile vouchers, coupons and loyalty cards, location based services, mobile purchasing and building mobile social networks is a strategy used by many companies of fashion industry.

Some designers attract buyers by creating short films and organizing online-webcasts, by which they can show new collections.

Sustainability, reduced carbon footprint, eco-friendly fashion and green supply chain will become more prevalent terms. Brands genuinely committed to environmental cause will get rewarded.

Today's consumers' demand customized fashion tailored to their individual lifestyle needs. So, those companies that provide online template to customize their shoes, bags, t-shirts etc. will get ahead.

**Conclusions.** Thus we can say that fashion industry, as well as many other industries, has suffered from the economic downturn of 2008. Low demand, debts, job cuts have found a place in this rapidly developing area. Fashion designers had to reconsider their activities and adjust to an unstable situation. They had to work out new strategies to survive in such hard times. Innovation and experiments became the most important points in this sphere. Such things helped most fashion houses to maintain or even to improve their positions.

## References

1. www.teonline.com.
2. www.economist.com.
3. www.fursik.ru.

підприємства в майбутньому.

Необхідність значних інвестицій у розвиток людського капіталу в сучасних умовах може бути обумовлена наступними факторами:

- в умовах постійних змін у ринковому середовищі, виходу на зовнішні ринки постає проблема пошуку додаткових джерел підвищення конкурентоспроможності;

- на ринку праці підприємства не завжди можуть задовольнити свої специфічні потреби у працівниках необхідної кваліфікації;

- застосування на підприємствах нових технологій, в тому числі інформаційних, вимагає від працівників специфічних знань, умінь і навичок, які можуть бути отримані в процесі навчання;

- дотримання принципів економічної ефективності витрат вимагає підвищення продуктивності праці за допомогою реалізації заходів з розвитку людського капіталу підприємств.

Розглянемо основні дані розвитку людського потенціалу України та порівняння його з іншими країнами.

За даними звітів ООН про розвиток людини індекс розвитку людського потенціалу (ІРЛП) України підвищився з 0,69 у 1990 році до 0,71 у 2010 році, помістивши нашу країну на 69 місце серед 169 країн, що дало їй змогу потрапити до групи країн із високим рівнем розвитку людського потенціалу [3].

Закордонна практика надає перевагу вкладенням саме в людський капітал, тому що це найголовніший фактор економічного зростання. Але в будь-якій діяльності повинна існувати відповідна віддача між обсягом вкладених та отриманих коштів. Лише у випадку ефективності буде здійснюватися інвестиційна політика щодо «розумового капіталу».

Компанії, які активно використовують інтелектуальний капітал, виходять на світовий ринок з інноваційним продуктом. Саме людський капітал є найвагомішим ресурсом інформаційної економіки, економіки знань. Так, згідно з дослідженнями вчених, на початку ХХІ ст. вартість сукупного національного багатства всіх країн світу складала 550 трлн. дол. США, з яких 365 трлн. дол. сформовані завдяки людському капіталу, а на природний та відтворювальний капітал припадало 90 та 95 трлн. дол. США відповідно [1].

Україна в цьому питанні набагато відстає від розвинутих країн. За даними Українського державного комітету статистики питома вага підприємств, що впроваджують інновації скоротилась з 14,8 до 10,7% з 2000 до 2009 року. А питома вага обсягу виконаних наукових та науково-технічних робіт у ВВП у період 1996-2009 знизилась з 1,36 до 0,95%. При цьому, за індексом глобальної конкурентоспроможності Україна у 2009-2010 році займає 82 місце із 133 країн, отримавши 4 бали з 7 за цілим комплексом факторів [5].

Нині у вітчизняній економіці практично в кожному її секторі

ресурс]. Режим доступу:  
<http://www.dspace.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/1492/1/21.pdf>.

2. Слав'юк Р.А. Фінанси підприємств: навч. посіб. / Р.А. Слав'юк. – К.: ЦУЛ, 2002. – 460 с.

3. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – 4-ге вид., стер. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2008. – 302 с.

4. Шпынова А.И. Кредитование малых и средних предприятий: зарубежный и российский опыт / А.И. Шпынова. – М.: ПОЛПРЕД Справочники, 2009. – 156 с.

АЛАКОЗ І.С., ст. гр. МО-11м

Наук. керів.: Гайдай І.Ю., к.е.н., доц.

ДВНЗ "ДонНТУ" Автомобільно-дорожній інститут,

м. Горлівка

### ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИВАННЯ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

*Обосновано необходимость инвестирования в человеческий капитал в современных условиях, приведены основные данные развития человеческого потенциала в Украине и за рубежом, обозначены основные существующие проблемы и намечены пути их решения.*

**Актуальність.** В умовах ринкових відносин важливо розуміти, що для того, щоб розвиватись, одержувати прибуток і зберегти конкурентоспроможність, організації повинні оптимізувати віддачу від вкладень будь-яких ресурсів: матеріальних, фінансових, людських. Актуальною проблемою сучасного менеджменту є активізація людських ресурсів для досягнення успіху організації.

**Мета дослідження.** розкриття основних питань та проблем інвестування в людський капітал в сучасних умовах.

**Основна частина.** Питання розвитку людського капіталу вивчалось такими вченими, як В. Андріанов, О. Головінов, О. Грیشнова, Н. Кирич, О. Косарєв, О. Рубан, І.Сай та інші.

Людський капітал є головною цінністю сучасного суспільства, а також основоположним фактором економічного зростання.

Інвестиції в людський капітал у загальному вигляді можна розглядати як сукупність всіх витрат, вкладених в людину в грошовій або іншій формі, які спрямовані на формування та розвиток інтелектуального людського капіталу. Такі витрати можна розглядати як поточні витрати, які мають впливати на зростання продуктивності праці та будуть багаторазово компенсовані значно більш високим потоком прибутків для

БЕСПОЯСНА М.В., ст.гр.41

Наук. керів.: Кравченко В.О., к.е.н., проф.

ДВНЗ "Одеський національний економічний університет",

м. Одеса

### АТЕСТАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В КОНТЕКСТІ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

*Розглянуто теоретико-методологічні аспекти атестації персоналу. Проаналізовано сучасний досвід оцінки персоналу та виявлено низку проблем, для розв'язання яких запропоновано заходи та засоби, які зрештою приведуть до піднесення індексу людського розвитку.*

**Актуальність.** У сучасних умовах розвитку ринку товарів і послуг з урахуванням кон'юнктури ринку праці найбільшого значення набуває безпосереднє поєднання робочої сили із засобами виробництва, а точніше оптимальне поєднання трьох елементів суспільного значення – техніки, людини та зовнішнього середовища. Слід зазначити, що вдосконалення засобів виробництва, зумовлене науково-технічним прогресом, потребує робочої сили, здатної забезпечувати роботу нової техніки за допомоги нових передових методів та прийомів праці. Отже, в основі вдосконалення – розвиток персоналу, який, на думку автора, має підлягати періодичній атестації працівників на відповідність своєму робочому місцю та використанню трудового потенціалу людини на повну потужність. Тож метою даної статті є показ того, як атестація робочих місць впливає на складові індексу людського розвитку – рівень освіти, доходів, валового внутрішнього продукту на душу населення, тривалість життя [1, с.11].

**Мета дослідження.** Якісні зрушення, які мають відбутися внаслідок нових підходів до атестації персоналу на підприємстві.

**Основна частина.** Нині в науці превалюють визначення атестації, які базуються на тому, що це систематичне оцінювання кадрів, що проводиться у певний час у встановленій формі за спеціально розробленою процедурою перед атестаційною комісією. Але досвід інших країн, а саме так званих «організацій, що безперервно навчаються», довів, що безперервне навчання неможливе без безперервного оцінювання кадрів, тобто тієї самої атестації, на основі якої коригуються «вимоги робочого місця» до рівня розвитку робочої сили [2, с.34].

Тож, на думку автора, атестація персоналу – це безперервне та безпосереднє формалізоване оцінювання поточної трудової діяльності кадрів підприємства його керівником, що проводиться постійно в довільній формі за спеціально розробленою процедурою, за результатами якої приймаються рішення щодо професійно-кваліфікаційного просування працівників, зарахування їх до резерву на керівні посади, професійного

навчання чи звільнення. А атестація перед атестаційною комісією є формальним явищем, яке має на меті оцінку відповідності працівника посаді, яку він обіймає. На практиці найбільшого поширення набула атестація керівників і фахівців. Але не слід забувати й про інших працівників, які також прагнуть професійного розвитку та підвищення своєї конкурентоспроможності на ринку праці.

Значення атестації персоналу організації підвищуються тоді, коли у суспільстві посилюються контроль за дотриманням прав людини, соціальних гарантій у сфері трудових відносин, і, навпаки, зменшується в разі послаблення соціальних гарантій у сфері трудових відносин, порушень трудового законодавства, як це відбувається, зокрема, в сучасному українському малому бізнесі. Також великим є значення атестації для системи мотивації праці. Об'єктивна оцінка підлеглого його керівником моральним стимулом до вдосконалення, збагачення знань, умінь і навичок та підвищує зацікавленість у працівника в досягненні кінцевих результатів праці [3, с.892].

**Висновки.** Сучасна система атестації кадрів має недоліки. По-перше, в будь-якій організації є суб'єктивізм оцінки та централізація всього процесу атестації, дуже малий ступінь демократизму. Зрештою це призводить до низького рівня мотивації працівника до праці, наслідком чого є отримання низької заробітної плати. З метою зменшення суб'єктивності пропонується запровадити систему оцінювання керівника його підлеглими, що дасть змогу оцінити керівника всебічно, і буде дотримано правил колективізму. У результаті поліпшиться соціально-психологічний клімат у колективі, й у всіх працівників буде взаєморозуміння і взаємодопомога у процесі роботи, що змусить кожного розвивати свої професійні здібності та якості, а також вдосконалювати свої психологічні характеристики. Слід зазначити, що цей процес має відбуватися протягом усього між атестаційного періоду, коли підлеглі складають характеристику свого керівника та подають її до атестаційної комісії. Це допомагає ставитися до підлеглих об'єктивно в питаннях заохочень і стягнень, без будь-яких особистих симпатій-антипатій або родинних впливів. Такий метод також сприяє не тільки розвитку підлеглих, а й розвитку особистості керівника, який повинен підготуватися до співбесіди, тобто ознайомитися з результатами трудової діяльності підлеглих та оцінити свої внески до спільного результату.

По-друге, необхідно також позбавитися суб'єктивності щодо оцінки керівником підлеглих. Пропонується проводити співбесіду з підлеглим раз на місяць перед отриманням заробітної плати та складати план удосконалення професійних якостей підлеглого на наступний місяць у разі певних недоліків у поточному місяці. Підвищення рівня самовпевненості і розкутості досягається за рахунок проведення співбесіди не тільки протягом між атестаційного періоду, а й на самій атестації завдяки

постачальників фінансових послуг. Цей сектор використовує близько 60% робочої сили країни і забезпечує 50% загального приросту економіки. Найбільший інтерес до ринку кредитування малого бізнесу тут проявляють великі банки [1].

Заслуговує на увагу досвід США, що стосується розвитку малого бізнесу за рахунок системи державних контрактів, які дають можливість отримати гарантований ринок збуту продукції, прискорити нагромадження приватного капіталу, збільшити виробничі потужності. Органи державної влади затверджують перелік робіт і послуг, замовлення на який надають тільки малим підприємствам. При державному замовленні компанії-монополісти часто змушені частину замовлення (близько 10%) передавати в субпідряд малим підприємствам [4].

В Японії для прискорення якісного розвитку підприємства практикується компенсування всіх витрат малих підприємств, пов'язаних з підготовкою кадрів, і 2/3 витрат на підвищення кваліфікації робітників [1].

Що ж стосується України, то слід відмітити, що підтримка малого бізнесу з боку держави є недостатньою та знаходиться на низькому рівні. Це підтверджує той факт, що у розвинутих країнах світу на малі підприємства припадає більше 50% ВВП, в той час як в Україні цей показник в середньому дорівнює близько 9% [3].

Проаналізувавши зарубіжний досвід інвестування в малі підприємства, можна сформулювати наступні пропозиції щодо його застосування у вітчизняній практиці:

- створення державної системи забезпечення позик, яка б гарантувала повернення інвестованих коштів у разі неплатоспроможності малого підприємства;

- залучення банків до кредитування малих підприємств та спрощення процедури отримання позики;

- розробка програм кредитування малого підприємництва окремо для кожного регіону України, враховуючи їх специфіку та умови розвитку;

- повне або часткове звільнення від податків для певних напрямків малого підприємництва;

- компенсація науково-дослідних витрат та витрат, пов'язаних із підготовкою кадрів;

- рекомендаційно-роз'яснювальна робота з потенційними підприємцями із питань розвитку малого бізнесу.

**Висновки.** Таким чином, можна зробити висновок, що для успішного розвитку малого бізнесу необхідна суттєва та всебічна підтримка держави, про що свідчить зарубіжний досвід таких країн як США, Японія, Німеччина, Канада, Франція, Італія, Чехія та інші.

#### Бібліографічний список

1. Кривень Н.В. Зарубіжний досвід мікrokредитування. [Електронний

О.М. Селінкова, Н.В. Кривень, З.С. Варналій та інші.

Малий бізнес є основою економіки розвинутих країн світу. Так, наприклад, у Японії, США та Німеччині найбільшу частку у створенні ВВП займає малий бізнес, в цій сфері зайнята переважна більшість працюючого населення. Маючи більше можливостей для оновлення інфраструктури та асортименту товарів, малий бізнес є головним інвестором у створенні й впровадженні інноваційних технологій [1]. Таким чином, саме малий бізнес є рушійною силою соціально-економічного розвитку цих країн.

Світовий досвід свідчить, що кращому виконанню малим підприємством своєї суттєвої економічної та соціальної ролі сприяє раціональна та всебічна державна підтримка цього сектору економіки.

Більшість іноземних держав для сприяння розвитку малого бізнесу прагнуть повернути засоби не ззовні, а за рахунок мобілізації на внутрішньому ринку, використовуючи системи пільг та державної допомоги [2].

Фінансова стабільність країни безпосередньо залежить від реалізації економічного потенціалу малих підприємств, можливостей та умов їх фінансового забезпечення. Сприяння та підтримка малого підприємництва є самостійною складовою державної економічної політики в багатьох країнах. Це обумовлює існування спеціальних державних (урядових) органів управління та підтримки малого бізнесу. Наприклад, у Канаді ці функції покладено на Міністерство у справах малого бізнесу; в Японії – Національну адміністрацію малого бізнесу; в Росії – Державний комітет Російської Федерації з підтримки та розвитку малого підприємництва; у США – Адміністрацію малого бізнесу; в Бельгії, Люксембурзі – Міністерство середнього класу; у ФРН, Франції, Італії – департаменти міністерств економіки, промисловості або торгівлі тощо. Поряд із центральними органами місцеві органи влади надають всебічну підтримку малим підприємствам [3].

Дуже цікавим для вивчення є досвід розвитку малого підприємництва в Німеччині. Тут за рахунок коштів Банку кредитних гарантій малі підприємства мають можливість отримати комерційний кредит, скласти лізинговий договір. Також в Німеччині застосовується система пільгового кредитування при освоєнні високотехнологічних виробництв, створенні малих сімейних підприємств. У цьому випадку плата за користування кредитними ресурсами, як правило не перевищує 6% річних, а термін надання кредиту 10-15 років [4].

В Італії практикують надання пільгових довгострокових кредитів. Наприклад, під 3-5% річних при ринковій процентній ставці близько 15%. Підприємства можуть отримати додаткову пільгу в 20-30% компенсації вартості позики при достроковому поверненні кредиту [3].

В Чехії малий бізнес став найпривабливішим ринком для

прямого контакту «віч-на-віч» підлеглого і керівника, що змусить обох співрозмовників серйозно та ретельно підготуватися до атестації.

По-третє, пропонується ввести загальну систему атестації та оцінки кадрів. А для цього розробити зразки комп'ютерної програми на 15 питань (бо за висновками психологів найкраще число питань, яке сприймається та ефективно діє, є число 15). Така атестація має проводитися раз на рік і постійно вдосконалюватися відповідно до потреб ринкового середовища. Також необхідно залучати до процесу атестації й молодих спеціалістів, що змусить їх усебічно розвивати свої знання, вміння та навички. Але це слід здійснювати за допомогою досвідчених співробітників, які допоможуть порадою та приймуть швидкій адаптації на робочому місці.

По-четверте, пропонується розробити психологічні та професійні вимоги до керівників. Тобто розробити психологічні тести на професійну придатність або проводити співбесіду у присутності психолога. На другому етапі пропонується провести ділову гру, створивши умови, максимально наближені до умов роботи на конкретній керівній посаді. На третьому етапі необхідно провести співбесіду особи, яка атестується, з експертом атестаційної комісії і бажано, щоб враховувалась і характеристика, подана підлеглими на керівника. Для розвитку персоналу у між атестаційний період також необхідно проводити з ним різного роду тренінги, залучаючи спеціалістів з різних підрозділів та інших підприємств. Це дасть високий річний економічний ефект та сприятиме ефективності взаємодій у трудовому колективі, що в кінцевому результаті призведе до розв'язання наявних проблем на підприємстві.

Призначення керівника організації чи структурного підрозділу, просування фахівця на керівну посаду на основі атестації мають здійснюватися не спонтанно, у зв'язку з несподіваною вакансією, що з'явилася в організації, а планомірно, на основі плавного заміщення звільненої посади керівника.

#### Бібліографічний список

1. Грішнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки. – К.: «Знання», КОО, 2001. – 254 с.
2. Борисова Е.А. Оценка и атестация персонала. – СПб.: Питер, 2003. – 288 с.
3. Фіненко О.Ю. атестація персоналу на підприємстві в контексті оцінки персоналу та її вплив на людський розвиток// Формування ринкової економіки: Зб. наук. праць. Спец. Вип.. управління людськими ресурсами: проблеми теорії та практики. – Т.І.Ч.П. – К.: КНЕУ, 2007. – с. 521-1013.

СОКОЛ І.В.

Наук. керів.: Надтока Т.Б., к.е.н., проф.

ДВНЗ "Донецький національний технічний університет",

м. Донецьк

### АНАЛІЗ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ТА СТАН ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ В УКРАЇНІ

Енергетична політика підприємства представляє собою низку задекларованих правил поведінки в енергетичній, економічній і частково в екологічній галузях діяльності підприємства. Враховуючи дефіцит в Україні паливно-енергетичних ресурсів, кожне підприємство і держава в цілому повинні займатися енергозбереженням.

Як свідчать результати рейтингу Ukrainian Energy Index, ініційованого та профінансованого компанією "System Capital Management" і проведеного аналітичним центром BEST, показник енергоефективності для вітчизняної економіки становить 52% від рівня ЄС. Обсяг енергоресурсів, які можна заощадити, вражає: 27,3 млн. т нафтового еквіваленту, що приблизно відповідає 34 млрд. м<sup>3</sup> природного газу [4].

Серед галузей української економіки мінімальна енергоефективність в сільському господарстві - всього 33% від рівня ЄС. Причому споживання енергоресурсів на один гектар обробленої землі в Україні навіть менше, ніж у ЄС - 100 кг палива в нафтовому еквіваленті проти 140 кг, але були низько врожайні аналізовані роки.

Найбільш економною виявилася сфера послуг, енергоефективність якої становить 72% від рівня ЄС. В цілому сфера послуг споживає трохи більше сільського господарства — його частка в загальному енергоспоживанні становить всього 4%. Проте, підвищення енергоефективності до європейського рівня дозволило б заощадити 896 тис. тонн умовного палива [2].

Головний потенціал в енергозбереженні - в сферах промисловості та житлово-комунального господарства, які споживають 41 і 38% енергоресурсів країни. Як відзначають укладачі Ukrainian Energy Index, невисока ефективність сектора ЖКГ (62% від рівня ЄС) пояснюється відсутністю приладів споживання енергоресурсів, недоліками тарифної політики і відсутністю реальних кроків з його реформування протягом останніх 20 років. Підвищення енергоефективності до європейського рівня дозволило б заощадити приблизно 8,3 млн. енергоресурсів в нафтовому еквіваленті або близько 3,6 млрд. євро.

У свою чергу вітчизняна промисловість ще менш енергоефективна порівняно з ЖКГ - всього 44% від рівня ЄС. Потенціал енергозбереження становить 17 млн. т нафтового еквівалента, що відповідає 7,3 млрд. євро. Проте в деяких галузях української промисловості ситуація навіть краща,

вугільної галузі.

### Бібліографічний список

1. Логвиненко В.И., Гринев В.Г. Проблемы развития добычи угля на шахтах Донецкой области / В.И. Логвиненко, В.Г. Гринев // Экономика промышленности. – 2005. – №1. – С. 19–24.

2. Амоша А. Актуальные проблемы развития угольной промышленности Украины / А. Амоша, В. Логвиненко // Экономика Украины. – 2006. – №12. – С. 4–10.

МОРОЗ О.В., ст. гр. МО-11 м

Наук. керів.: Гайдай І.Ю., к.е.н., доц.

ДВНЗ "ДонНТУ" Автомобільно-дорожній інститут,

м. Горлівка

### АНАЛІЗ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ ІНВЕСТУВАННЯ В МАЛІ ПІДПРИЄМСТВА

*Изучен опыт инвестирования в малые предприятия в развитых странах мира с целью обоснования возможности его применения в Украине.*

**Актуальність.** Світовий досвід свідчить про те, що малі підприємства є одними із ключових елементів ринкової економіки. Навіть під час кризових явищ вони створюють нові робочі місця та залучають до економічного обігу матеріальні, фінансові, людські і інформаційні ресурси. При цьому для малих підприємств не потрібен великий стартовий капітал, вони швидко окупають витрати, більше генерують інноваційні ідеї, стимулюють конкуренцію та звільняють великі підприємства від виробництва нерентабельної для них продукції.

Процес створення та ефективного функціонування малих підприємств в Україні має ряд труднощів. В першу чергу, це пов'язано з проблемою їх інвестування. Тому вивчення позитивного закордонного досвіду щодо створення умов для залучення фінансових ресурсів у інвестування малого підприємництва є актуальною темою дослідження.

**Мета дослідження.** Метою дослідження є вивчення зарубіжного досвіду інвестування в малі підприємства та формування рекомендацій щодо можливостей його застосування у вітчизняній практиці господарювання.

**Основна частина.** Вивченням питань щодо інвестування в малі підприємства займалися такі закордонні вчені-економісти як К. Коб, А. Дулет, Дж. А. Скот, В.С. Дункелберг, та вітчизняні – О.З. Деніга,

кредитів, а також зменшення відволікання власних коштів підприємств на капітальні вкладення;

- скорочення обсягів незавершеного будівництва, концентрація капітальних вкладень на завершенні будівництва нових шахт та реконструкції діючих шахт;

- припинення дострокового закриття глибоко збиткових вугільних шахт до розробки нормативно-правової бази щодо обґрунтування доцільності цього з огляду на пріоритети інтересів національної економіки.

На довгострокову перспективу основним шляхом забезпечення сталого розвитку галузі є формування раціональної структури шахтного фонду на таких засадах:

- здійснення пріоритетного інвестування з різних джерел і розвиток потенційно високопродуктивних вуглевидобувних підприємств, їх технологічної переорієнтації на використання видобувної техніки нового технічного рівня вітчизняного та іноземного виробництва, виведення їх на рентабельний рівень функціонування;

- для середньо- і малопродуктивних шахт основними напрямками розвитку є реконструкція. Для шахт, де проведення реконструкції недоцільно, а технічне переоснащення малоефективне – збільшення концентрації гірничих робіт зі скороченням кількості вибоїв до двох чи одного, постійне надання державних дотацій, поступове дострокове закриття шахт з вирішенням пов'язаних із цим соціальних і екологічних проблем;

- забезпечення періодичності проведення реконструкції діючих шахт один раз на 20-25 років;

- будівництво нових високопродуктивних шахт на вугільних родовищах з відносно сприятливими гірничо-геологічними умовами із залученням державних і змішаних форм інвестування, та невеликих шахт на ділянках із неглибоким заляганням вугільних пластів із залученням недержавних інвестицій.

Такі підходи до розв'язання проблем вугільної промисловості дозволять збільшити частку високопродуктивних і потенційно рентабельних підприємств, поступово зменшити до повного виключення частки малопродуктивних збиткових шахт, наблизити галузь до самодостатнього рівня.

**Висновки.** Таким чином, підприємства вугільної промисловості знаходяться у кризовому стані і, тому основна функція держави полягає у створенні умов для сталого функціонування вугільної промисловості, стабілізації та підвищенні надійності енергозабезпечення економіки, створення умов для фінансового оздоровлення вуглевидобувних підприємств, підвищення їх платоспроможності та інвестиційної привабливості, наближення галузі до самодостатнього рівня, підтримка стабільності кадрового потенціалу відповідно до потреби розвитку

ніж у європейців. Зокрема, показник енергоефективності для целюлозно-паперової промисловості становить 116% від рівня ЄС, а у агрегованих галузях (виробництво гумових виробів, медичних приладів та інструментів, точних вимірювальних та оптичних приладів, а також меблів) дорівнює 109% [3].

Однак пальма першості в обсягах споживання енергії серед галузей промисловості належить металургії, добувній промисловості, виробництву неметалевих мінеральних виробів та хімічному виробництву. Так, для добувної промисловості показник енергоефективності становить всього 21% від рівня ЄС, а для інших трьох вказаних вище галузей - близько 40%.

Спостерігається серед основних підприємств в різних галузях відмінності в енергоефективності, так в хімічній промисловості для Донецької, Черкаської, Рівненської та Луганської областей вони відповідно складають 67, 53, 30 і 18%, то в Дніпропетровській та Одеській областях він дорівнює європейському рівню - 90 і 108%.

У вітчизняних металургів розкид менш значний. Перше місце за енергоефективністю тримають металурги Донецької області - 53% від рівня ЄС. За ними йдуть виробники Дніпропетровської, Запорізької та Луганської областей - 43, 38 і 33% відповідно [7].

Але в Україні існує система енергозбереження, яка на жаль, має значні проблеми в організації і управлінні, хоча окремі виробництва мають достатні здобутки для вирішення цих проблем, наприклад, компанія СКМ [8] в модернізацію виробництва вкладає щорічно 7 млрд. \$, з яких 200 млн. \$ - інвестиції в енергозбереження. В додатку к методам і проблемам енергозбереження [1, с.94-99] в вітчизняній економіці недостатньо уваги приділяється збільшенню виробництва нетрадиційної енергетики, а також системному впровадженню заходів з енергозбереження на всіх підприємствах і серед населення.

Донецька область приділяє значну увагу проблемам енергозбереження, вона є найенергоємною областю України.

3 березня 2012 р. в Донецьку пройшов діловий семінар AUSTRIA SHOWCASE UKRAINE на тему «Енергоефективне промислове обладнання». Альтернативна енергетика, харчова промисловість, машинобудування стали тими напрямками бізнесу, в яких австрійські та українські підприємці хочуть розвивати ділові зв'язки [5].

Узагальнюючи вище сказане, слід зазначити, що енергозбереження в Україні повинно надалі удосконалюватися як за окремими галузями, так і на кожному підприємстві. Заощадження всіх видів енергоресурсів повинно стати пріоритетною метою кожного підприємства.

#### Бібліографічний список

1. «Город, регион, государство: экономико-правовые проблемы хозяйствования» - за ред. акад. НАН Украины В.К. Мамутова; Донецк

2009./с. 363.

2. Донецька промислово-торгівельна палата [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cci.donbass.com>.

3. Тепло – все для теплотехніки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.teplota.org.ua/2012-03-19-energoeffektivnost-2012-kyiv.html>.

4. System Capital Management [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.scm.com.ua/media-centre/news/view/939/>.

5. Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sae.gov.ua>.

6. Государственный комитет статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

7. Экономика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economica.com.ua/energy.html>.

8. SKM [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.scm.com.ua/>.

КУШКА Т.Є., ст.гр. МЕД-08

Наук. керів.: Мартякова О.В., д.е.н., проф., Крикуненко Д.О., асп.

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»,

м. Донецьк

### СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ВУГІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

*Розглянуто сутність поняття «мотивації». Встановлено існування мотивації за результатами діяльності безпосередніх виконавців і мотивації управлінців. Запропоновано критерії мотивації персоналу, для побудови ефективної системи управління мотивацією персоналу підприємств вугільної промисловості.*

**Актуальність.** Український бізнес сьогодні, приймаючи і вбираючи американські і європейські підходи до мотивації персоналу, просувається до пошуку і впровадження ефективних методів мотивації персоналу підприємств вугільної промисловості України.

Існує велика кількість розроблених концепцій, в яких стверджується, що мотивувати і стимулювати персонал необхідно лише за досягнення ним певного результату. Дане положення незаперечне і ніким не піддається сумніву, але породжує ряд питань, пов'язаних з встановленням результату, суб'єктив оцінки вартості досягнутого результату. Цьому та ряду інших питань, керівництво українських компаній не приділяє належної уваги, що породжує «негативні» з точки зору управління персоналом ситуації.

Таблиця 1 (за матеріалами [2])

Проблеми вугільної промисловості		
внутрішні (на більшості вугільних підприємств)	соціальні (пов'язані з закриттям шахт)	зовнішні
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ нерациональний розподіл функцій по рівнях керування галузю;</li> <li>▶ відсутність нових форм й методів керування підприємствами;</li> <li>▶ старіння основних фондів, зниження виробничих потужностей;</li> <li>▶ низька якість вугілля, що добувається;</li> <li>▶ заборгованість перед працівниками по заробітній платі;</li> <li>▶ незацікавленість трудових колективів шахт в одержанні внутрішніх резервів розвитку підприємства;</li> <li>▶ невідповідність управлінського персоналу шахти до роботи в умовах ринкових відносин;</li> <li>▶ відсутність ефективної політики функціонування підприємства в ринкових умовах</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ несприяття невиваженої державної, регіональної та галузевої політики створенню робочих місць у регіонах закриття шахт;</li> <li>▶ падіння пріоритету в оплаті праці шахтарів через нерівні умови при регулюванні цін на вугілля і продукцію інших галузей промисловості;</li> <li>▶ напружена ситуація у трудових колективах, загострення соціальних відносин;</li> <li>▶ заборгованість з оплати праці та регресних позовів, високий рівень виробничого травматизму, погіршення стану здоров'я працюючих;</li> <li>▶ реальні та потенційні загрози звільнення при закритті шахт, залежність життєзабезпечення населення шахтарських міст та селищ від функціонування вугільних підприємств</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ нездатність шахт повною мірою задовольняти потреби економіки країни у вугільній продукції;</li> <li>▶ цінові диспропорції між шахтним устаткуванням і вартістю вугільної продукції;</li> <li>▶ недосконалість ринкових відносин між постачальниками, споживачами й посередниками;</li> <li>▶ відсутність стабільної державної політики з питань фінансування галузі з державного бюджету, що затримує будівництво нових і реконструкцію діючих шахт;</li> <li>▶ недостатній розвиток законодавчої бази в питаннях політики приватизації вугільних підприємств</li> </ul>

Отже, на найближчу і середньострокову перспективу основними шляхами та засобами розв'язання проблем галузі є:

– першочергове проведення заходів, які не потребують значних інвестицій, можуть бути здійснені у відносно стислі строки і сприятимуть збільшенню обсягів видобутку вугілля, підвищенню його конкурентоспроможності – це заходи з використання наявних внутрішніх резервів підвищення ефективності функціонування вуглевидобувних підприємств;

– переорієнтація фінансових потоків на значне збільшення обсягів капітальних вкладень на підтримку виробничих потужностей діючих шахт, прискорення їх технічного переоснащення;

– усунення гострого дефіциту обігових коштів за рахунок надання одноразової цільової державної підтримки або пільгових державних



між значенням вугільної промисловості для країни і її техніко-економічним станом. Хоча наведені факти й свідчать про безперечно важливість вугільної промисловості для України та про виключно стратегічне значення цієї галузі з точки зору енергетичної незалежності України в світовому економічному просторі, за економічними, фінансовими, технічними та соціальними показниками вона перебуває у глибокому кризовому стані, що багато в чому є наслідком тривалої відсутності єдиної ефективної стратегії розвитку галузі, в тому числі і в інвестиційній сфері.

**Мета дослідження.** Аналіз існуючих на підприємствах вугільної промисловості Донецької області проблем і розробка рекомендацій щодо їх вирішення.

**Основна частина.** Вугільна промисловість України є однією із складових її енергетичної безпеки, має глибокі традиції розвитку інфраструктури вуглевидобутку та вуглепереробки. Значні запаси сировини забезпечують тривалу перспективу її роботи. Проте, вже кілька десятків років в українській енергетиці виникають і поглиблюються кризові тенденції, які в кінцевому підсумку призводять до системної кризи галузі. Видобувати "чорне золото" стає все важче. Значна частина пластів, що розробляються, небезпечна: гірничі удари супроводжуються викидами вугілля й газу. Глибина кожної четвертої шахти – понад 1 км. Саме вони дають третину всього вугілля, яке видобувається на Донеччині. Стільки ж видобувається з діючих очисних вибоїв потужністю пластів менше 1 метра. В центральному Донбасі (на шахтах Горлівки, Дзержинська, Єнакієвого) на такі тонкі пласти припадає 70% видобутку, а понад 80% вугілля видобувається на крутому падінні. В таких умовах важко механізувати технологічні процеси та гарантувати безпеку гірничих робіт. Донецька область підвела підсумки свого розвитку за останні десять років і дійшла висновку, що підприємства вугільної промисловості знаходяться в кризовому стані: виробництво скоротилося майже на чверть. Все це привело до внутрішніх, соціальних та зовнішніх проблем [1] (табл. 1).

Питанням дослідження мотивації персоналу, методам її поліпшення з метою підвищення результативності, присвячено велику кількість економічних, психологічних, соціальних досліджень вітчизняних та закордонних науковців. Широкому загалу дослідників і менеджерів відомі роботи економістів світового рівня: А. Маслоу [7], К. Альдерфера, Ф. Герцберга [12], Л. Эрхард [9], Дж. Гілфорд [10], Б. Хеннесі [11], К. Альдерфера, Д. МакГрегора, М. Риккардо, А. Маршалла, інших. Питанням удосконалення механізму мотивації персоналу за умов ринку приділяють велику увагу відомі сучасні українські економісти: М. Козоріз [1], І.І. Кравчук [2], А. Лобза [3;4], Ю.В. Максимець [5;6], В.П. Рябоконт [8].

**Мета дослідження.** Встановити сутність поняття «мотивації», визначити критерії мотивації персоналу підприємств вугільної промисловості.

**Основна частина.** Для досягнення встановленої мети даного наукового дослідження, варто сказати кілька слів про саму сутність поняття «мотивації», говорячи про яку, як правило, мають на увазі комплекс факторів, спрямованих на матеріальне та не матеріальне стимулювання виконання співробітниками своїх службових обов'язків. Охопити дослідження всіх аспектів систем управління мотивації в даній науковій статті неможливо, тому потрібно сконцентруватися на одному з її складових, а саме - матеріальному стимулюванні. Отже, основна мета єдиної системи управління мотивацією персоналу підприємств вугільної промисловості - стимулювання виконавців за те, на що вони реально мають вплив. Наприклад, співробітники, що мають вплив на прибуток організації, мотивуються саме за досягнення запланованих показників по прибутку. Співробітники, які мають реальні важелі впливу на економію трудовитрат, витрат матеріалів, комплектуючих, грошових коштів, мотивуються за досягнення встановлених показників у цій сфері. Ну і, нарешті, всі співробітники, що працюють на підприємстві, мотивуються керівництвом за дотримання встановлених регламентів та інструкцій. Тільки при такому розподілі повноважень і відповідальності, матеріальне стимулювання персоналу стане базисом для побудови ефективної системи управління мотивацією на підприємстві.

Варто зазначити, що існує мотивація за результат діяльності безпосередніх виконавців і мотивація управлінців, що складається з двох компонентів: за результат і участь в системі управління. В даному положенні, участь в системі управління передбачає дотримання правил і процедур виконання певного переліку робіт. Мотивацію за участь в системі управління можна вважати «мінливою», тобто в разі недотримання встановлених правил не виплачується, а відповідно мотивація за результат є «стійкою» - вона виплачується по своєчасному досягненні запланованого результату.

Необхідно зазначити, що для розробки і впровадження ефективної системи управління мотивацією персоналу вугільних підприємств, необхідно завжди враховувати направленість результату діяльності. Беззаперечним є факт того, що для кожної компанії конкретним результатом діяльності є створення власного продукту. Поза всяким сумнівом, кожен керівник підприємства відповідає за свій власний перелік робіт і прагне виконати саме ті завдання, які поставлені конкретно перед ним, для досягнення кінцевого ефективного результату підприємства в цілому. Варто зазначити, що в умовах обмежених ресурсів постійно виникають конфлікти, пов'язані з їх розподілом та ефективним використанням. Саме тому, для побудови ефективної системи управління мотивацією персоналу підприємств вугільної промисловості, необхідно чітко визначити критерії мотивації конкретних учасників.

Такі критерії можуть бути представлені наступним переліком:

- конкретним результатом, якого повинен досягти відповідний керівник підприємства;
- взаємозв'язком проектів - на що повинен вплинути досягнутий результат діяльності;
- за що конкретно мотивуємо або, в разі неефективної діяльності, демотивуємо персонал;
- встановлення зони відповідальності керівника;
- визначення суб'єктів, відповідальних за фіксацію досягнення результату;
- встановлення осіб, відповідальних за прийняття рішення про мотивацію даного співробітника і ініціює її;
- встановлення порядку нарахувань і виплат.

**Висновки.** Таким чином, використання шаблонних підходів для мотивації персоналу підприємств вугільної промисловості є неефективним. Керівникам підприємств, необхідно прийняти до уваги критерії мотивації та враховувати кінцеву направленість результату діяльності підприємства, при розробці та впровадженні системи управління мотивацією персоналу, зробити систему мотивації прозорою і зрозумілою всім співробітникам підприємства.

#### Бібліографічний список

1. Козоріз М. Зміни мотивацій та оплати праці в сучасному підприємстві / М. Козоріз // Регіональна економіка. – 2004. – №3. – с. 61-65.
2. Кравчук І.І. Фактори матеріальної мотивації як необхідна передумова економічного зростання / І.І. Кравчук // Фінанси України. – 2005. – №5. – с. 56–59.
3. Лобза А. Усовершенствование систем стимулирования труда в современных условиях / А.Лобза // Менеджер по персоналу. – 2006. – №4. – с. 18-21.

4. Лобза А. Участь персоналу в прибутках підприємства як фактор стимулювання праці // Вісник Дніпропетровського фінансово-економічного інституту. – 2008. – №2. – с. 107–110.

5. Максимець Ю.В. Заробітна плата як визначальний чинник мотивації праці в ринковій економіці / Ю.В. Максимець // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – Вип. 18.10. – с. 224–229.

6. Максимець Ю.В. Підвищення ефективності управління мотивацією праці на підприємстві / Ю.В. Максимець // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.12. – с. 211–215.

7. Маслоу А. Мотивация и личность / Маслоу А.: [пер. с англ. Гутман Т., Мухина Н.]. – М., 1990. – 279 с.

8. Рябоконт В.П. Адаптація системи мотивації праці до умов ринку / В.П. Рябоконт // Фінанси України. – 2001. – №5.

9. Эрхард Л. Полвека размышлений: Речи и статьи / Л. Эрхард: [пер. с нем. А. Андропова и др.]. – М.: Руссико: «Ордынка», 1996. – 606 с.

10. Guilford J.P. The nature of human intelligence / J.P. Guilford. – N.Y.: Mc-Gaw Hill, 1967.

11. Hennessey B.A. Reward, Intrinsic Motivation, and Creativity / B.A. Hennessey, T.M. Amabile // American Psychologist. – 53, no. 6., 1998.

12. Herzberg F. Work and the Nature of Man / F. Herzberg. – New York: World, 1971.

КУЗНЕЦОВА Ю.О., ПЕТРОВА С.М., ст. гр. МОс-116

Наук. керів.: Гришина Ю.В., асист.

ДВНЗ "ДонНТУ" Автомобільно-дорожній інститут,

м. Горлівка

### ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВУГІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ДОНЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

*Рассмотрены и проанализированы наиболее значимые проблемы в деятельности угольных предприятий Донецкой области, предложены некоторые перспективные варианты их решения.*

**Актуальність.** Вибір основного напрямку розвитку економіки будь-якої країни залежить насамперед від наявності й характеру власної мінерально-сировинної бази. Єдиним енергоносієм, якого в Україні потенційно достатньо для повного забезпечення власних потреб, є вугілля. За прогнозними даними, вугільна галузь в 2030 р. може забезпечувати видобуток вугілля до 94% від загальних потреб країни на відміну від нафтової промисловості, власне забезпечення якої на Україні становить лише 20,5%. Проте останнім часом спостерігається суттєва невідповідність