

способность разработать и применить разнообразные приемы сбора информации и поведения на рынке, соответствующие всем возможным случаям.

Таковы необходимые условия для длительной, рентабельной и успешной внешнеэкономической деятельности предприятий. Следовательно, процесс реализации маркетинга — это постоянно возобновляемая цепь мероприятий, которая является предметом планирования на предприятии.

Библиографический список

1. **Куриченко Д.** Маркетинговые проблемы Украинского экспорта. Экономика Украины. — 2007. — №8.
2. **Новицкий В.Е.** Внешнеэкономическая деятельность и международный маркетинг. К.: Либра. — 2004.
3. **Омельченко В.Я., Велкин В.Т.** Основы маркетинговых исследований рынка средств производства. Экономист. — 2008. — №9(54).

ШТИБЛОВА І.Г., ст. гр. ЕФК-07а

Наук. кер.: Стрілець А.І., д.е.н., проф.

ІНІ "Вища школа економіки та менеджменту" ДВНЗ "ДонНТУ",
м. Донецьк

РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ЯК ОСНОВА КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

На данном этапе развития экономики Украины очень остро стоит вопрос конкурентоспособности экономики. Поэтому предприятия Украины нуждаются в полной реструктуризации. Но с этим возникают трудности. Причиной этого является отсутствие системной реструктуризации в прошлом. В статье рассмотрены основные подходы к реструктуризации, ее виды и сформулированы основные этапы реструктуризации предприятий.

Актуальність. Сьогодні, в умовах інтеграції України до світової економічної системи дуже гостро стоїть проблема конкурентоспроможності української промисловості, бо Україна технологічно дуже відстає від світових промислових лідерів. Українські підприємства не здатні впоратися з конкуренцією під впливом нових умов господарювання і потребують суттєвих змін у структурі і технології виробництва, в управлінні підрозділами, збутом продукції, тобто необхідна реорганізація та реструктуризація.

Ціллю дослідження є аналіз основних підходів, які використовуються вітчизняними та зарубіжними підприємствами, щодо проблеми реструктуризації підприємств та спроба сформулювати чітку послідовність етапів сучасної реструктуризації.

Основна частина. Реструктуризація підприємств — процес, спрямований на створення умов для ефективного використання всіх факторів виробництва з метою підвищення фінансової стійкості і зростання конкурентоспроможності підприємства. Виходячи з цього визначення можна сформулювати основні цілі реструктуризації:

збільшення ринкової вартості власного капіталу компанії як обов'язкова умова її конкурентоспроможності;

поліпшення економічних і фінансових показників функціонування компанії;

залучення довгострокових вкладень капіталу у формі прямих інвестицій або довгострокових боргових зобов'язань;

посилення конкурентоспроможності компанії за рахунок злиття і поглинання [1].

Необхідно зазначити що в сфері виробництва немає однієї основною схеми

здійснення реструктуризації. Вирішення будь-якої проблеми на різних підприємствах одніми методами може привести до різних результатів, бо обов'язковою умовою є урахування специфіки конкретного підприємства.

Зарубіжні дослідники наводять різні підходи до реструктуризації. Так, Російський центр приватизації рекомендує використовувати бізнес-одиниці для реструктуризації. Суть цього підходу в процесі децентралізації і утворення «стратегічних підрозділів бізнесу», що дозволяє розвинути навички та досвід для оперативного та компетентного регулювання на зміну зовнішніх та внутрішніх умов діяльності. Г. Хемер запропонував ідею ключової компетенції — пошук, розвинення, використання тільки висококваліфікованих кадрів. Ресурсний підхід пропонують С. Дежу, П. Балди, Ж. Морєи. Ресурсний підхід оснований на стратегічній концепції господарювання, зміцнення конкурентних позицій підприємства. У Гарвардській школі бізнесу і консалтінговій фірмі «Артур Д. Литтл» була розроблена концепція мінімалізму, яка означає звільнення виробничого процесу від усього зайвого: непотрібних витрат, втрат часу, брака, вузьких місць, зайвих запасів. Але українська економіка має свою специфіку. Тому українські дослідники не можуть в повній мірі використовувати досвід зарубіжних країн [2].

О.І. Амоша і Є.Т. Іванов виділяють три основні частини реструктуризації підприємств: організаційно-технічну, виробничо-технологічну і соціально-економічну. Головна з цих частин саме виробничо-технологічна, а дві інші знаходяться під її впливом. Бо якщо змінюються елементи — виробництво, територіальна й виробнича структура, трудові ресурси та інше, — то в рух приходить система управління, що встановлює контроль над виробництвом та збутом продукції, інформаційним, кадровим та іншим забезпеченням, адміністративно-господарською діяльністю, а також економічний стан підприємств, основними елементами якого є: інвестиційна та інноваційна діяльність, нагромадження виробничого потенціалу, формування соціальних фондів, зростання ефективності виробництва, визначене співвідношення між працею і заробітною платою.

Реструктуризація виробництва здійснюється за трьома основними напрямками: науково-технічна (розробка інвестиційної стратегії, управління якістю), виробничо-технологічна (інноваційне удосконалення, диверсифікованість виробництва), відтворювальна (відновлення виробничого потенціалу, модернізація основних фондів).

Усі вищевказані напрямками реструктуризації стосовні реструктуризації виробництва. Але і управлінська сфера потребує змін. Основні напрями реструктуризації сфери управління проявляються у кадровій політиці, пристосування до НТП та інше. Далі за рангом стоїть реструктуризація системи постачання, освоєння нових ринків збуту продукції.

Реалізація всіх вищеописаних напрямів призводить до реструктуризації фінансів: виробничо-економічна частина — раціональне планування виробництва, організація поточного та стратегічного контролю за фінансовою стабільністю підприємства й оптимізація виробничо-економічних показників, інвестиційна частина — ефективне використання зовнішніх та внутрішніх ресурсів, товарно-грошова частина — ефективне управління обіговими коштами.

Реструктуризація може бути оперативною та стратегічною. Метою оперативної реструктуризації є покращення результатів діяльності підприємства в короткостроковому періоді та створення умов для стратегічної реструктуризації. Програма стратегічної реструктуризації, в свою чергу, включає аналіз сфер діяльності підприємства, створення необхідної інформаційної системи, проведення маркетингового дослідження, розробку стратегії збуту, можливих варіантів подальшого розвитку.

Стратегії реструктуризації підприємств доцільно розглядати від варіантів, які передбачують мінімальні капіталовкладення і зовнішнє фінансування, до інвестиційних

проектів повної зміни технології виробництва. Однак для деяких українських підприємств головна мета реструктуризації є в тому, щоб задовольнити кредиторів, що не завжди відповідає рішенням традиційного завдання реструктуризації — збільшенню вартості підприємства.

В період структурної кризи підбір концепції реструктуризації може обмежуватися варіантами з найменшими ризиками. При цьому можливе досягнення нульової або дуже близької вартості бізнесу [3].

Висновки. Таким чином, процес реструктуризації підприємства повинен бути не одноразовим актом перестановки кадрів або змін технології виробництва, а безперервним, системним, логічно доцільним. Особливістю даного процесу є те, що він цілком збігається із життєвим циклом самого підприємства. Оновлені основні фонди і технології визначають напрями, ступінь необхідності та пріоритети здійснення змін у сфері управління трудовими, фінансовими і матеріально-технічними ресурсами промислового підприємства.

Бібліографічний список

1. Основні напрями й особливості реструктуризації підприємства і виробництва / **Р.В. Скудар** // Регіональна економіка: Науково-практ. журн. Львів (Україна). 2004. №1. — С.85–90.
2. Проблеми реструктуризації підприємств у моноструктурних містах : Українські аспекти та зарубіжний досвід: Зайнятість населення / **М. Талан, В. Берлінський** // Людина і праця: Щомісяч. журн. із соц.-екон. пробл. К.: "Соцінформ" (Україна). 2005. № 2. — С.11–16/
3. Реструктуризации предприятий / **О.Н. Бекетова** // Менеджмент в России и зарубежом: экономический журнал. — Москва : Издательство "Финпресс". 2010. № 1. — С.86-89.

ШТЕНГЕ А.А., ст. гр. МЭД-07

Науч. руков.: Макеев А.Ю., к.т.н., доц.

ГВУЗ "Донецкий национальный технический университет",

г. Донецк

MARKETING CAMPAIGNS OF THE LOW-COST AIRLINES IN UKRAINE OR AROUND THE WORLD FOR \$1867

Проанализированы причины низких издержек low-cost авиалиний, маркетинговые приемы борьбы за пассажиров, проблемы прихода новых авиакомпаний на украинский рынок авиа перевозок.

Topicality. Euro 2012 is coming and the problems of transportation are becoming more and more topical. Railway and motor communications are rather developed in Ukraine, however they are too slow for the tight schedule of matches. So the best solution is to use air transport but in Ukraine it leaves much to be desired. Not so long ago a new type of airlines has appeared at the Ukrainian air transportation market. They seem to be the most promising and affordable airlines nowadays.

Objectives of exploration:

to explore problems that face a new-coming airline in the Ukrainian air transportation market;
to find out how low-cost airlines manage to sell such cheap tickets and remain profitable;
analyse marketing efforts of the low-cost airlines.