



НАРОДНАЯ УКРАИНСКАЯ АКАДЕМИЯ

***УПРАВЛЕНИЕ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО  
РАВНОВЕСИЯ***

ПРОГРАММА И МАТЕРИАЛЫ  
X КОНФЕРЕНЦИИ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ  
КАФЕДРЫ ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**14 декабря 2016 г.**

Издательство НУА

НАРОДНАЯ УКРАИНСКАЯ АКАДЕМИЯ

**УПРАВЛЕНИЕ КАК ФАКТОР  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАВНОВЕСИЯ**

ПРОГРАММА И МАТЕРИАЛЫ X КОНФЕРЕНЦИИ  
МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ КАФЕДРЫ ЭКОНОМИКИ  
ПРЕДПРИЯТИЯ

**14 декабря 2016 г.**

Харьков  
Издательство НУА  
2016

УДК 330.36(063)  
ББК 65.013я431  
У67

Редакционная коллегия: *Яременко О. Л.*, д-р экон. наук; *Сумец А. М.*, докт. экон. наук (отв. ред.); *Иванова О. А.* канд. экон. наук; *Миколенко Е. П.* канд. экон. наук; *Решетняк Е. И.*, канд. экон. наук; *Тимохова Г. Б.*, канд. экон. наук; *Цыбульская Э. И.*, канд. экон. наук.

У збірнику представлено основні результати науково-дослідної роботи молодих учених ВНЗ України, в яких проаналізовано процеси формування інвестиційної привабливості підприємств, розробки інвестиційної стратегії, функціонування системи контролінгу, управління інвестиційними ризиками як чинники економічної рівноваги на макро- і мікрорівнях.

Для студентів та практичних працівників.

У67

**Управление** как фактор экономического равновесия : программа и материалы X конф. молодых ученых каф. экономики предприятия, [Харьков], 14 дек. 2016 г. / Нар. укр. акад. – Харьков : Изд-во НУА, 2016. – 146 с.

В сборнике представлены основные результаты научно-исследовательской работы молодых ученых вузов Украины, в которых проанализированы процессы формирования инвестиционной привлекательности предприятия, разработки инвестиционной стратегии, функционирования системы контроллинга, управления инвестиционными рисками как факторы экономического равновесия на макро- и микроуровнях.

Для студентов и практических работников.

**УДК 330.36(063)**  
**ББК 65.013я431**

© Народная украинская академия, 2016

## ОРГКОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ

### Руководящая группа:

**Сумец А. М.** – председатель оргкомитета, заведующий кафедрой экономики предприятия Народной украинской академии, докт. экон. наук, профессор кафедры.

**Иванова О. А.** – проректор по научно-исследовательской работе, доцент кафедры экономики предприятия Народной украинской академии, канд. экон. наук, доцент.

### Члены оргкомитета:

**Решетняк Е. И.** – доцент кафедры экономики предприятия Народной украинской академии, канд. экон. наук.

**Тимохова Г. Б.** – доцент кафедры экономики предприятия Народной украинской академии, канд. экон. наук.

**Цыбульская Э. И.** – доцент кафедры экономики предприятия Народной украинской академии, канд. экон. наук, доцент.

**Миколенко Е. П.** – старший преподаватель кафедры экономики предприятия Народной украинской академии, канд. экон. наук.

## РЕГЛАМЕНТ

### РАБОТЫ КОНФЕРЕНЦИИ

**14 декабря 2016 года**  
**среда**

12.30 – 12.45 Регистрация участников

12.45 – 15.00 Работа конференции

15.00 – 15.15 Подведение итогов конференции

<b>НАУЧНЫЕ СООБЩЕНИЯ. УЧАСТИЕ В ДИСКУССИИ</b>	
Ахтырский Е. С., БУ-61 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Адаптивная гибкость предприятия
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Цыбульская Э. И.	
Баранова А. С., БУ-61 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	The European Experience Of Indemnity Insurance
Научный руководитель докт. экон. наук, проф. Нечипорук Л. В.	
Беспалько И. А. БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Выбор ценовой стратегии предприятием в условиях конкурентной среды
Научный руководитель канд. экон. наук, ст. препод. Миколенко Е. П.	
Блізніченко О. О. БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Теоретичні аспекти страхування майна підприємств
Научный руководитель докт. экон. наук, проф. Нечипорук Л. В.	

Бондарь В. В., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Экономические методы стимулирования персонала предприятия
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Комир Л. И.	
Боровська С. Д., 10 клас СЕСШ ХГУ «НУА»	Розвиток деривативів у до- та після кризовий період
Научный руководитель канд. экон. наук, ст. препод. Миколенко Е. П.	
Васильев М. С., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Обоснование стратегического плана развития предприятия
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Кирик Т. Н.	
Воловик А. Б., 3 курсу факультету «Гуманітарний» Національна академія Національної гвардії України	Управління конкурентоспроможністю продукції підприємств
Научный руководитель старший викладач кафедри економічних дисциплін Сахненко О. І.	
Волошко И. В., АМм16 Национальный фармацевтический университет	Проблемы и перспективы развития туристической индустрии в Украине
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. кафедры менеджмента и администрирования НФаУ Чирва Ю. Е.	
Геращенко М. Ю., БУ-52 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Управление инвестициями путем оптимизации финансовых потоков
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Иванова О. А.	
Горгуль К. Р., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Разработка антикризисной стратегии на предприятии
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Тимохова Г. Б.	

Господицько Г. А., БУ-51 Національна академія Національної гвардії України	Державне управління як фактор розвитку економіки країни
Научный руководитель старший викладач кафедри економічних дисциплін Сахненко О. І.	
Гуца Н., ММО-15 Харківський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету	Логістична діяльність торговельно-посередницької структури
Научный руководитель канд. екон. наук, доц. Огієнко С. О.	
Давыдов Д. Ю., БУ-61 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Оценка стоимости предприятия в процессе реструктуризации
Научный руководитель канд. екон. наук, доц. Решетняк Е. И.	
Елдынов Н. С., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Управление логистическими затратами на предприятии
Научный руководитель докт. екон. наук. проф. Сумец А. М.	
Задорожный Я. В., БУ-61 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	К вопросу экономической оценки имущества предприятия
Научный руководитель докт. екон. наук. проф. Нечипорук Л. В.	
Захарова А. А., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Ресурсы организации и эффективность их использования
Научный руководитель докт. екон. наук. проф. Сумец А. М.	
Зверев С. И., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Управление активами предприятия на основе ценностно- ориентированного подхода
Научный руководитель канд. екон. наук, ст. препод. Миколенко Е. П.	

Иванников Н. О., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Сущность контроля реализации бизнес-проекта
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Решетняк Е. И.	
Ильченко А. Е., аспирантка Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Обзор методов оценки интеллектуального капитала
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Тимохова Г. Б.	
Кардаш С. А., МОБ16 Национальный фармацевтический университет	Приоритеты в государственном управлении и бизнесе
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. кафедры менеджмента и администрирования НФаУ Чирва Ю. Е.	
Князева В. Ю., МОБ16 Национальный фармацевтический университет	Психологический и профессиональный портрет современного менеджера
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. кафедры менеджмента и администрирования НФаУ Чирва Ю. Е.	
Колесник А. А., БУ-52 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Влияние коммунальных платежей на доходы домохозяйств
Научный руководитель докт. экон. наук, проф. Яременко О. Л.	
Конева В. В., БУ-52 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Значимость логистики для современных предприятий
Научный руководитель докт. экон. наук, проф. Сумец А. М.	
Кононенко М. И., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Анализ инвестиционных качеств ценных бумаг предприятия
Научный руководитель доц. Потемкин Ю. С.	

Коробко А. В. Національна академія Національної гвардії України	Специфіка управління трудовим колективом
Научный руководитель старший викладач кафедри економічних дисциплін Сахненко О. І.	
Краснолуцкий В. И., БУ-61 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Теоретические основы вывода на рынок нового продукта
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Решетняк Е. И.	
Кучерова М. А., БУ-41 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Основи стратегічного управлінського обліку
Научный руководитель канд. экон. наук, ст. препод. Миколенко Е. П.	
Лашин П. М., аспирант Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Особенности внедрения института финансового омбудсмена в Украине
Научный руководитель докт. экон. наук, проф. Яременко О. Л.	
Левкович. М. С., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Виды антикризисных стратегий предприятия
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Тимохова Г. Б.	
Лободин Р. О., БУ-61 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Многомерный сравнительный анализ как основной метод оценки конкурентоспособности предприятия
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Решетняк Е. И.	
Локойда К. И., аспирант Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Институциональные факторы развития промышленной политики Украины
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Тимохова Г. Б.	

Мазитова В. Р., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Экономическая сущность понятия «Финансовые результаты»
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Цыбульская Э. И.	
Мазитова В. Р., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Управление капиталом предприятия
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Цыбульская Э. И.	
Нечпай А. П., БУ-61 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Совершенствование системы управления затратами на предприятии
Научный руководитель докт. экон. наук. проф. Сумец А. М.	
Оганесян М. Г., БУ-52 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Оценка эффективности инвестиционных проектов
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Иванова О. А.	
Плотникова И. И., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Проблемы управления запасами на отечественных предприятиях
Научный руководитель докт. экон. наук. проф. Сумец А. М.	
Подкопай В. А., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Сущность и содержание научной категории «Качество»
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Решетняк Е. И.	
Пожидаев Д. А., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Адаптация инструментов оценки активов предприятия к систематическим рискам
Научный руководитель канд. экон. наук, ст. препод. Миколенко Е. П.	

Рожкова А. А., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Теоретические аспекты страховой защиты предприятия
Научный руководитель докт. экон. наук. проф. Нечипорук Л. В.	
Романенко М. В., БУ-52 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Управление дебиторской политикой предприятия
Научный руководитель докт. экон. наук. проф. Яременко О. Л.	
Сагайдаков Д. С., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Управление денежными потоками предприятия в условиях финансово- экономической нестабильности
Научный руководитель докт. экон. наук. проф. Яременко О. Л.	
Соловьев В. В., БУ-52 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Экономическая сущность инвестиционной деятельности предприятия
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Цыбульская Э. И.	
Сукачова В. О., БУ-61 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Аспекты розробки стратегії розвитку сучасного підприємства
Научный руководитель докт. экон. наук. проф. Сумец А. М.	
Тарантюк Л. Л., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Корпоративный имидж как аспект управления стоимостью предприятия
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Цыбульская Э. И.	
Топтун Т. М., БУ-52 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Выбор стратегии финансирования оборотных средств предприятия
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Кирик Т. Н.	
Цыпин И. Д., БУ-2 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Экономическая логистика – новое направление логистики
Научный руководитель докт. экон. наук. проф. Сумец А. М.	

Шаповалов М. В., ЭП 5-2 ХНЭУ им. С. Кузнеця	Аतिकризисный мониторинг в управлении как ключевой фактор успешного развития предприятия
Научный руководитель канд. экон. наук. проф. Афанасьев Н. В.	
Шарова Ю. С., БУ-5 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Методическое обеспечение управления развитием системы экономической безопасности на предприятии
Научный руководитель докт. экон. наук. проф. Сумец А. М.	
Шевченко Е. Д., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Связь между конкурентоспособностью и качеством продукции
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Иванова О. А.	
Штефан Ю. В., БУ-51 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Бизнес план: понятие и подготовка
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Кирик Т. Н.	
Юрченко О.Ю., 11-а Харківська гімназія №1	Економічна ефективність створення паливно- енергетичного кластера
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Решетняк Е. И.	
Яновский Н. И., БУ-61 Харьковский гуманитарный университет «НУА»	Классификация методов оценки конкурентоспособности предприятия
Научный руководитель канд. экон. наук, доц. Цыбульская Э. И.	

## **АДАПТИВНАЯ ГИБКОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В условиях возрастания динамичности и неопределенности внешней среды, конкуренции и глобализации мировой экономики существенно повышается уровень требований к системам управления развитием предприятий. Положительных результатов в стратегическом управлении предприятием невозможно достичь без формирования стратегии адаптации к изменениям и неопределенностям внешней среды. Украинские предприятия в связи с процессами глобализации не остались в стороне от этих тенденций. Особое значение эта проблема имеет на уровне тех предприятий, положение которых в рыночной экономике меняется коренным образом. Становясь объектом товарно-денежных отношений, обладая экономической самостоятельностью и полностью отвечая за результаты своей хозяйственной деятельности, предприятие должно трансформироваться таким образом, чтобы сформировать у себя систему управления, которая была бы приспособлена к требованиям внешней среды. Другими словами предприятия должны обладать адаптивной гибкостью в процессе таких трансформаций. В связи с этим проявляется определенный интерес к разработке теоретических основ адаптивной гибкости, без которых невозможно достичь положительных результатов в стратегическом управлении предприятием.

Широкому спектру проблем предприятия, касающихся управления их развитием в аспекте адаптации к изменениям как внутренней, так и внешней среды посвящены научные работы таких ученых-экономистов, как П. Сегне, В. Стивенсон, А. Сетхи, С. Сетхи, К. Андерсен, Дж. Диксон, И. Ансофф, А. Покровский. В работах этих авторов адаптивность, прежде всего, связана с эволюционным характером развития предприятия и направлена на обеспечение их

эффективности в краткосрочном и долгосрочном периодах. Однако следует подчеркнуть, что экономические условия функционирования отечественных предприятий существенно отличаются от международной практики, что обуславливает необходимость проведения системных исследований и на этом основании постоянного усовершенствования теоретических основ управления отечественными предприятиями.

Согласно оксфордскому словарю «Бизнеса и менеджмента» гибкость (операционная гибкость) – это способность операционной системы адаптироваться, реагировать на изменения во внешней среде. П. Сенге определяет гибкость как эффективную адаптацию, т. е. способность организации быстро изменять внутренние правила и структуру, виды деятельности в предельно сжатые сроки [1, с. 236]. В. Стивенсон отмечает, что гибкость – это способность быстро адаптироваться к изменениям в объеме спроса, в ассортименте и в дизайне изделий, гибкость является одним из главных факторов конкурентоспособности предприятия [2, с. 48]. Гибкость имеет два измерения: скорость реализации и величина определенного изменения в организации. Гибкость проявляется в предложении новой продукции, широком ассортименте производства [3, с. 223]. Не стоит забывать, что современным предприятием является такое предприятие, которое осуществляет свою деятельность в симбиозе трех составляющих: операционной, инвестиционной и финансовой систем. Свойство гибкости позволяет предприятию быстро перенастраивать свою организационную структуру.

В теории менеджмента не существует единого мнения по поводу определения адаптивной деятельности предприятия, что обуславливает необходимость дальнейших исследований. Такие экономические категории, как «адаптивность», «гибкость», «устойчивость», «эффективность» и «конкурентоспособность» следует рассматривать в единой системе ее показателей, поскольку в стратегическом управлении эти параметры являются основными индикаторами успешного функционирования предприятия (табл. 1).

Таблица 2 – Характеристики процессов адаптации предприятия

Характеристики процессов адаптации предприятия	Показатели процессов адаптации
Адаптивность	Показатели деловой активности предприятия
Гибкость	Показатели ликвидности капитала, активов, денежного потока
Устойчивость	Показатели финансовой устойчивости предприятия
Конкурентоспособность	Показатели конкурентоспособности продукции, работ, услуг, предприятия
Эффективность	Показатели рентабельности и прибыльности предприятия

Большинство, как украинских специалистов, так и зарубежных авторов говоря о гибкости, адаптивности и эффективности называют синонимами. В современных условиях возникла необходимость в обособленном рассмотрении этих понятий, поскольку адаптивное предприятие отличается от устойчивого тем, что должно постоянно изменять функционирование в динамическом окружении, что отражается в снижении или повышении результативных показателей.

На основании вышеизложенного целесообразно говорить об адаптивной гибкости предприятия, как о приспособлении предприятия к условиям динамических изменений внешней и внутренней среды с целью получения прибыли.

### Литература

1. Сенге П. Пятая дисциплина : искусство и практика самообучающейся организации / П. Сенге. – М. : Олимп-бизнес, 1999. – 448 с.
2. Стивенсон В. Дж. Управление производством / В. Дж. Стивенсон. – М. : Бином; Лаборатория Базовых Знаний, 2002. – 928 с.
3. Oxford dictionary of Business and Management. – Oxford : OU Press, 2006. – 568 p.

## **THE EUROPEAN EXPERIENCE OF INDEMNITY INSURANCE**

The threat of potential claims and litigation is very real in today's business environment and can potentially bankrupt businesses, small or large.

Professional indemnity insurance protects you and your business against claims for alleged negligence or breach of duty arising from an act, error or omission in the performance of professional services [3].

According to terminology indemnity insurance has such types: Professional liability insurance – usually for lawyers; Malpractice insurance – for medical workers; Errors and omissions insurance – for accountants, architects, insurance brokers and agents.

Interesting, that new research by market research consultancy London-based Finaccord forecasts that the market for professional indemnity insurance across ten European countries – namely, Austria, Belgium, France, Germany, Italy, Netherlands, Poland, Spain, Switzerland and the UK – will be worth around €7.5 billion [\$10.33 billion] by 2017 [2].

Across Europe as a whole, the numbers of enterprises in medicine, IT and business consulting and healthcare-related services categories have been growing most rapidly [1].

The Hiscox – international insurance company, which associated with professional indemnity insurance. The company is headquartered in Bermuda and is an international specialist insurer, underwriting a diverse range of personal and commercial insurance risks [4].

The reality is that any small business providing a professional service that can be challenged is vulnerable to a claim of negligence when the advice or service fails to meet a client's expectations. From allegations of a breach of copyright to

accusations of defamation, these kinds of claims can be costly and disruptive regardless of whether they're fair or not. The Hiscox include to professional indemnity insurance typical mistakes: negligence – being careless in your work, such as giving bad advice or making mistake; infringement of intellectual property rights – for example re-using content from a website without permission; defamation – making false or damaging claims about person or organization; breach of confidence – sharing confidential or commercially sensitive information without consent [4].

The Hiscox can offer public liability insurance, employers' liability insurance, personal accident insurance, office insurance, cyber and data risks insurance and insurance products by profession.

For instance, the most interesting for now is employers' liability insurance, which covers the cost of defending or settling an employee's claim that they have suffered bodily injury or disease as a result of the work they do.

Employers' liability insurance can ensure business meets unforeseen legal and compensation costs. The employers' liability policy is only available to purchase alongside our public liability insurance, which covers claims made against your business from members of the public.

#### **References:**

1. Finaccord. Study forecasts growth for professional indemnity insurance in Europe // Finaccord / Insurance journal. – 2013. available at:

<http://www.insurancejournal.com/news/international/2013/12/10/313857.htm>

2. Finaccord report prospectus. Professional indemnity insurance in Europe // Finaccord Ltd/ Report prospectus. – 2013. – available at:

[http://www.finaccord.com/documents/rp\\_2013/report\\_prospectus\\_professional\\_indemnity\\_insurance\\_europe.pdf](http://www.finaccord.com/documents/rp_2013/report_prospectus_professional_indemnity_insurance_europe.pdf)

3. CIR. European PI market set for rapid growth //CIR/. –2013.– available at:

<http://www.cirmagazine.com/cir/european-pi-market-set-for-rapid-growth.php>

4. Веб-сайт Hiscox UK – available at: <https://www.hiscox.co.uk/business-insurance/employers-liability-insurance/>

## **ВЫБОР ЦЕНОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ**

Производственное предприятие является важным элементом экономики, поэтому грамотное планирование и управление ценовыми стратегиями должно стать ключевыми факторами, на которые необходимо обратить внимание при управлении.

Ценовая политика предприятия включает систему ценовых рыночных стратегий. Ценовые стратегии – это обоснованный выбор цены из нескольких вариантов, направленный на достижение максимальной прибыли для фирмы в планируемом периоде [1].

Ошибочно предполагать, что предприятие совершенно свободно в выборе своей ценовой стратегии. Такой выбор предопределяется производственной возможностью предприятия, структурой затрат, мотивами, которыми руководствуются на рынке покупатели, а также ранее завоеванной позицией на рынке и репутацией у клиентов.

В условиях высокой конкуренции бизнес-среды новые предприятия все чаще используют стратегию “демпинга” цен, то есть установлению цен ниже, чем цены конкурентов, что может привести к снижению цен на товары конкурирующих производителей. При этом предприятию необходимо учитывать, что необоснованное снижение цен может повлиять на значительное уменьшение текущей прибыли, что может отрицательно повлиять на состояние бизнеса в целом.

Применение на практике стратегий ценообразования в чистом виде нецелесообразно, поскольку успешная ценовая политика должна учитывать максимальное количество факторов. К таким факторам можно отнести следующие. Внутренние факторы: цель функционирования предприятия, вид продукции, стадия

жизненного цикла продукции, производственная мощность предприятия. Внешние факторы: тип рынка, общеэкономическая ситуация в стране, конъюнктура на мировом рынке [2]. Кроме того, на принятие управленческих решений и формирование ценовой стратегии влияют нестабильность и неопределенность экономической среды. Чтобы товары оставались конкурентоспособными предприниматели внедряют новые, “смешанные” ценовые стратегии. И даже реальная оценка конъюнктуры рынка, условий сбыта и возможностей предприятия чаще всего приводит к выводу об ориентации в его практической деятельности на смешанные стратегии ценообразования. Однако и в этом случае возникает проблема в соотношении и сферах применения той или иной стратегии ценообразования. Оценка стратегии ценообразования требует проведения глубокой аналитической работы, постоянного осуществления маркетинговых и ценовых исследований.

В заключение, можно сделать вывод о том, что в условиях постоянно меняющейся законодательной базы и необходимости усиления конкурентной позиции принимать взвешенные управленческие решения в сфере установления цены становится всё сложнее. Ценовые стратегии приходится постоянно пересматривать и внедрять на практике “новые”. Обеспечение выживаемости в условиях рыночной конкуренции и предотвращение банкротства становится приоритетным для большинства предприятий в силу экономической нестабильности.

#### **Литература:**

1. Васильева Н. Э. Формирование цены в рыночных условиях / Н. Э. Васильева, А. И. Козлова. – Киев: Наукова Думка, 2012. – 157 с.
2. Орлова Е. В. Ценовая стратегия предприятия: формирование и реализация / Е. В. Орлова, И. С. Ульмасова // Молодой ученый. – 2016. – № 14. – С. 269 – 272.

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАХУВАННЯ МАЙНА ПІДПРИЄМСТВ**

Будь-яка сфера діяльності українських підприємств у сучасних умовах має ризиковий характер. Постійна наявність ризикових ситуацій створює необхідність в страховому захисті. Це пояснює той факт, що в сучасному суспільстві страхування набирає високих темпів зростання. Страхові компанії пропонують велику кількість послуг з добровільного страхування, в тому числі страхування майна підприємств.

Вагомий внесок у дослідження теоретико-методологічних засад страхування майна внесли такі вітчизняні вчені: М. М. Александрова [1], Н. М. Внукова, В. І. Успенко, Л. В. Временко, К. Г. Воблий [2], Говорушко Т. А. [4], А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко [5], С. С. Осадець [6].

Класик страхової наукової думки К.Г. Воблий під страхуванням розуміє «вид господарської діяльності на основі солідарності і відплатності, що має на меті покриття майбутніх потреб або нестатків, які є наслідком випадкової, але разом з тим статистично вловимої події» [2, с. 30].

На думку автора потрібно трактувати поняття страхування не як вид діяльності, а як систему відносин, оскільки воно базується саме на відносинах страхувальника і страховика. Тобто страхування – це система відносин між страховиком і страхувальником, яка дозволяє захистити майнові інтереси підприємців від ряду непередбачуваних подій.

Страхування майна підприємств передбачено в ЗУ «Про страхування» в ст. 6, п. 11 [9], де вказано, що страхування майна є одним із видів добровільного страхування, тобто такого, що здійснюється на основі договору між страхувальником і страховиком.

Головна мета страхування майна підприємств – захист майнових інтересів підприємств, їхніх власників, який забезпечується на випадок конкретних подій, перелік яких зафіксовано в чинному законодавстві або страхових договорах.

На основі вивчення джерел [7, 8] автором узагальнено основні функції страхування майна підприємств:

ризикова функція полягає в передаванні страховикові за певну плату матеріальної відповідальності за наслідок ризику, зумовленого подіями, передбаченими чинним законодавством або договором страхування;

превентивна функція полягає в тому, що страхова компанія зацікавлена в більш тривалому використанні коштів страхового фонду, тому вона намагається зменшити ймовірність виплат шляхом зменшення ймовірності страхового випадку;

інвестиційна функція полягає в тому, що гроші, які платяться страхувальнику мобілізуються для розвитку національної економіки, оскільки страхові компанії є одними із найбільших інвесторів.

Однією із головних цілей управлінської діяльності підприємств є вдале подолання ризикових ситуацій, що веде до забезпечення його максимальної фінансової стійкості. Саме на це спрямоване страхування майна підприємств. Таким чином, кожне українське підприємство зацікавлене в використанні даного виду страхування, оскільки від стану та збереження їхнього майна напряду залежить ступінь їхньої безперервної діяльності, тобто і прибутковості.

### **Література**

1. Александрова М. М. Страхування: Навчально-методичний посібник. / М. М. Александрова. – Київ : ЦУЛ, 2002. – 208 с.
2. Воблый К. Г. Основыэкономиистрахования. – Тернопіль: «Економічна думка», 2001. – 238 с.
3. Говорушко Т. А. Страхові послуги. Підручник. / Говорушко. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 376 с.

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

Эффективность деятельности предприятия во многом определяется эффективностью труда его работников. Для повышения результативности деятельности персонала предприятия каждый хозяйствующий субъект определяет формы оплаты труда и методы его стимулирования. Мотивация деятельности персонала предприятия изучается специалистами разных наук и сфер деятельности – психологами, социологами, маркетологами. Представители экономической науки в первую очередь выделяют материальные методы стимулирования персонала предприятия, основу которых составляет оплата труда [1].

В учебной литературе выделяют: сдельную, повременную, коллективно-долевою формы оплаты труда [2]. На практике они применяются как в "чистом" виде, так и с разными модификациями. Причем, каждая из них имеет свои достоинства и недостатки. В частности, безусловным достоинством коллективно-долевой формы является простота расчета, к недостаткам – слабый мотивационный потенциал.

Для стимулирования и усиления мотивации труда работников в настоящее время применяются: грейдирование, премии или бонусы, комиссионные вознаграждения, система оплаты труда КРІ, система оплаты труда QPR, система оперативного планирования и оплаты труда.

Грейдирование – это распределение должностей работников в иерархической структуре предприятия с учетом ценности позиции для организации. Зарубежный и отечественный опыт свидетельствуют, что система грейдов способствует регулированию фонда оплаты труда, делает

систему начисления зарплаты гибкой и понятной, устраняет дисбаланс оплаты труда на предприятии, позволяет сравнивать среднюю зарплату любой должности в своей организации со средними на рынке [4].

Премии или бонусы – это переменная часть выплат сотрудникам, основная цель которых – оценить личный вклад сотрудника в результат работы компании (объем продаж, количество привлеченных клиентов и т. п.).

Комиссионные вознаграждения – это наиболее простая схема, состоящая в том, что работник получает определенный процент от суммы заключенной сделки (от выручки за проданный товар или за объем предоставленных услуг).

KPI (от англ. Key Performance Indicators) – это ключевые индикаторы, по которым измеряется эффективность работы сотрудников. Среди достоинств данного метода, в частности, можно выделить прозрачность критериев оценки трудовой деятельности работника, определенность задач и сроков их выполнения, перспективность.

QPR – это электронная система мониторинга эффективности компаний и выявление критических ситуаций в ее деятельности. Система помогает руководителям улучшить систему управления, в короткое время достигать поставленных целей, анализировать работу исполнителей, в режиме реального времени отслеживать динамику изменения работы в организации.

"СОПОТ" – система оперативного планирования и оплаты труда, суть которой состоит в планировании структуры заработной платы работников. При этом заработная плата определяется как оплата стоимости затраченного труда (повременный вклад) и оплата результатов труда (сдельный вклад).

Критериями выбора системы оплаты труда на предприятии и стимулирования работников являются: вид экономической деятельности предприятия, организационно-технические условия производства, региональные аспекты рынка труда.

## Литература

1. Веснин В. Р. Менеджмент: учебник / В. Р. Веснин. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Проспект, 2012. – 329 с.
2. Економіка підприємства: навч.-метод. посіб. для самот. вивч. дисц. / За ред.: Г. О. Швиданенко, С. Ф. Покропивний, С. М. Клименко та інш. – Київ : КНЕУ, 2000.– 248 с.
3. Мухина Е. Р. Критерии выбора формы оплаты труда [Электронный ресурс] / Е. Р. Мухина // Гуманитарные научные исследования. – 2016. – № 8. Режим доступа: <http://human.snauka.ru/2016/08/12351>
4. Совершенствование оплаты труда работников предприятия на основе системы грейдов / Н. И. Степнова, А. В. Палаткина // Научный Вестник МГТУ ГА. – 2010. – № 156. – С. 25–27.

**Боровська С. Д., 10 клас**

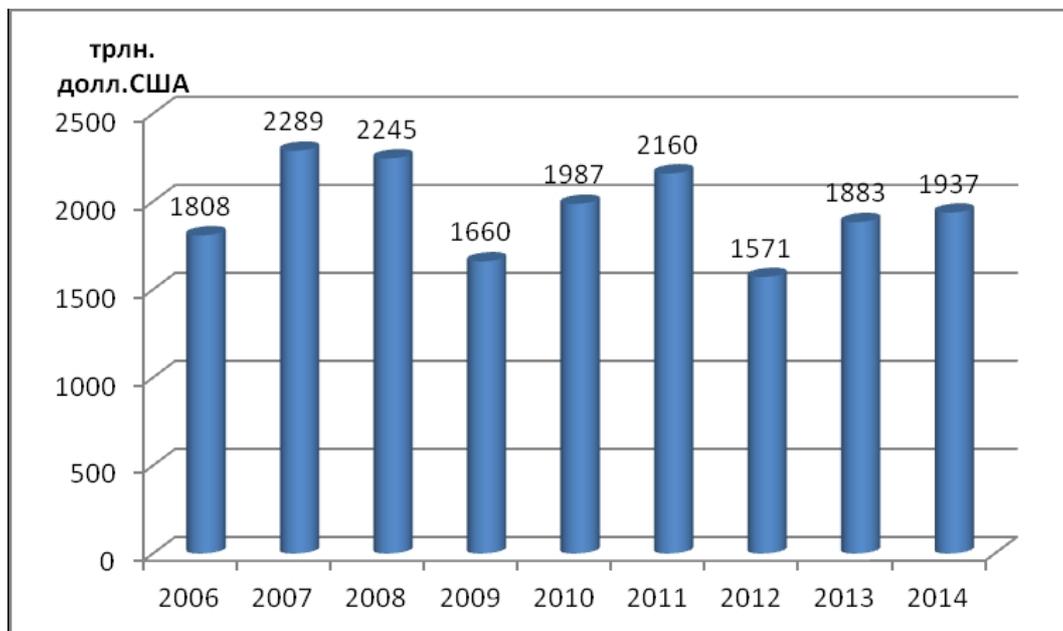
*СЕПС ХГУ «НУА»*

## **РОЗВИТОК ДЕРИВАТИВІВ У ДО- ТА ПІСЛЯ КРИЗОВИЙ ПЕРІОД**

Фактичною причиною падіння багатьох ринків після іпотечної кризи став розрив між реальним сектором та фінансовим внаслідок розвитку протягом тривалого періоду “bubble” економіки (термін запозичений з [1]). Це, в свою чергу, є наслідком загальної світової тенденції та структурних змін. Так, наприклад, до 75% щорічного приросту ВВП США та інших розвинених країн було пов’язано не зі створенням нової вартості, а з торгівлею, лізингом, заставами та іншими послугами з перерозподілу прав на вже існуюче майно та інтелектуальну власність. Гроші створювалися з нічого, їх кількість все ще відповідала ВВП, але під собою вони не мали базових активів відповідної вартості. Причина полягала в тому, що банкіри та інші приватні інвестори знаходили безліч способів отримувати більший прибуток з мінімальних

вкладів. Для цього вони створювали і продовжують створюють безліч цінних паперів, продають і купують боргові зобов'язання різних людей, отримуючи від цього свій прибуток. Так, наприклад General Electric – відома світова компанія з виробництва газових турбін, локомотивів, авіаційних двигунів – в останні роки переважну частку своїх прибутків отримує від фінансових операцій. Тобто прибутки генерує не виробництво, а власні банки та фінансові підрозділи.

Зростання рентабельності фінансових транзакцій порівняно з угодами в реальному секторі створили стимули до розвитку слабо забезпечених матеріальними активами спекулятивних фінансових інструментів. Особливістю сучасного капіталу є те, що він перетворився у віртуальний та об'єднав фінансовий і фіктивний капітали. При цьому продовжує відтворювати фінансові технології та інструменти перетікання інвестицій від реального сектора в фінансовий, від слаборозвинених країн до країн, де фінансові ринки є більш професійними. Фінансові інструменти, а саме фінансові деривативи у 2008 р. оцінювалися більш ніж у 1200 трлн. дол. США, що в 20 разів перевищувало обсяг світового ВВП (станом на 2008 рік – 63,088 трлн. дол. [2]), а загальний об'єм укладених угод за біржовими похідними фінансовими інструментами досяг величини у 2007 р. 2289 трлн. дол. США. (рис. 1).



складено на основі: [3]

Рис. 1. Динаміка обсягів торгівлі біржовими деривативами в світі

## Література

1. Ещенко П. С. Преодоление рыночного романтизма и фундаментализма / П. С. Ещенко, А. Г. Арсеенко // *Економічна теорія* – № 2. – С. 7–25.
2. The World Bank Data [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://data.worldbank.org/indicator/FI.RES.TOTL.CD> Explore. Create. Share: Development Data [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://databank.worldbank.org/data/home.aspx>
3. Triennial and Semiannual Surveys. Statistical Release OTC derivatives statistics at end-December 2014 [Electronic recourse]. – Accessed mode: [http://www.bis.org/publ/otc\\_hy1504.pdf](http://www.bis.org/publ/otc_hy1504.pdf)

**Васильев М. С., БУ-51**

*Харьковский гуманитарный университет «НУА»*

## **ОБОСНОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Важность использования стратегического планирования во всех, без исключения, компаниях обусловлена нестабильностью экономической ситуации на рынке. Стратегическое планирование представляет собой процесс, в результате которого осуществляются различные действия, которые будут направлены на долгосрочный период и при этом будут решать задачи предприятия, например, более эффективно расходовать ресурсы.

Актуальность темы обусловлена тем, что многие компании расширяя рамки своей деятельности, часто повышают размеры и стоимость возможных потерь при неправильном стратегическом выборе. При этом, стратегическое планирование, как- одна из функций стратегического управления, представляет

собой процесс выбора и обоснования целей организации и путей их достижения, что позволяет минимизировать риски.

Стратегическое планирование обеспечивает основу для всех управленческих решений. Функции организации, мотивации и контроля ориентированы на выработку стратегических планов. Не используя преимущества стратегического планирования, организации в целом и отдельные люди, как правило, лишены четкого способа оценки цели и направления развития корпоративного предприятия. Процесс стратегического планирования обеспечивает основу для управления членами организации.

Система стратегического планирования дает возможность акционерам и менеджменту компаний определиться с направлением и темпом развития бизнеса, очертить глобальные тенденции рынка, понять, какие организационные и структурные изменения должны произойти в компании, чтобы она стала конкурентоспособной, в чем ее преимущество, какие инструменты необходимы ей для успешного развития.

До последнего времени стратегическое планирование было прерогативой крупных международных концернов. Однако ситуация стала меняться, и, как показывают опросы, все больше и больше компаний, представляющих средний бизнес, начинают заниматься вопросами стратегического планирования.

Результатом стратегического планирования является стратегия, которая становится основой составления стратегических планов развития компаний и инструментом управления.

Практика показывает, что бизнес-планы, составленные без четкой формулировки стратегии, страдают внутренней несогласованностью, что не может, и не обеспечивает адекватной оценки ситуации и мешает принятию верного управленческого решения. Улучшение качества бизнес-плана, как инструмента управления, таким образом, может достигаться за счет:

1. Обязательного проведения стратегического планирования с формулировкой стратегии;

2. Повышения качества стратегического анализа (соблюдение технологии проведения, применения современных инструментов анализа внутренней и внешней среды).

### **Литература**

Кірік Т. М. Бізнес-план як інструмент стратегічного управління суб'єктами господарювання., монограф. Стратегічне управління суб'єктами господарювання : проблеми теорії та практики. монографія / авт. кол. О. Л. Яременко, Г. В. Строкович та ін.; Нар. укр. акад. [каф. економіки підприємства]. – Харків : Вид-во НУА, 2013. – 504 с., с.235–265

**Воловик А. Б.**

**студентка 3 курсу факультету «Гуманітарний»  
Національна академія Національної гвардії України**

## **УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ**

Актуальність обраної теми, перш за все, визначається тим, що пануючу ланку в сучасній економіці займають саме підприємства, тому конкурентоспроможність продукції є основною категорією в ринковому середовищі. Оцінка та аналіз конкурентоспроможності підприємств із врахуванням змін у середовищі макроекономіки – необхідні фактори для підприємства, яке має на своїй меті забезпечення конкурентних переваг і закріплення на передовій позиції на ринку. Для цього потрібно систематично проводити роботу з дослідження ринку, аналізувати стан і діяльність підприємства, робити прогнози щодо майбутніх змін на ринку, застосовувати і використовувати нові методи у маркетингу.

Дослідженню конкурентоспроможності економічних систем і формуванню можливих шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств присвячені праці таких науковців, як Г. Азоєва, І. Ансоффа, А. Воронкової, А. Градова, А. Кроткова, Ж. Ламбена, Дж. Еванс, М. Портера, Р. Фатхутдінова, Д. Рікардо, А. Старостіної та інших.

Такі параметри, як економічні, технічні і організаційні становлять основну базу конкурентоспроможності товару. Підприємство має на меті, перш за все, з'ясувати потреби своїх потенційних споживачів і об'єктивно оцінити можливості підприємства, тобто дізнатися наскільки продукція суперника переважає на ринку, якими саме факторами залучає до себе покупців.

Виявивши і оцінивши основних конкурентів, підприємство повинне розробити конкурентні стратегії, за допомогою яких вона зможе отримати конкурентну перевагу, запропонувавши товари вищої споживчої цінності. [3, с. 159].

Конкуренція немає суб'єктивних вад, це об'єктивна економічна сила, яка набирає форми економічного закону конкуренції. Закон конкуренції – це закон, згідно якому у світі відбувається об'єктивний процес постійного підвищення якості продукції і послуг, зниження їх питомих цін. Можемо сказати, що цей об'єктивний процес є «вимиванням» з ринку неякісної дорогої продукції [1, с. 73].

Конкурентоспроможність товару є головною умовою конкурентоспроможності фірми на ринку і важливою основою прибутковості її діяльності. Найчастіше під конкурентоспроможністю товару мають на увазі:

- властивість (сукупність властивостей) товару та його сервісу, яка характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби, порівняно з аналогічними товарами, представленими на цьому ринку;

- характеристику товару, що відображає його відмінність від товару-конкурента за ступенем відповідності конкретній суспільній потребі та за витратами на її задоволення;

– спроможність товару відповідати вимогам даного ринку у періоді, що аналізується;

– здатність витримувати конкуренцію на ринку (наявність вагомих переваг над виробами інших товаровиробників) [3, с. 231].

Конкуренція – основний компонент механізму ринкової економіки. Найважливішою проблемою сьогодення в Україні є проблема виживання на економічному ринку та їх подальший розвиток на нинішньому етапі розвитку ринкових відносин в Україні, коли посилюється роль споживачів, зростає ризик і невизначеність умов функціонування підприємств, збільшується ступінь залежності від маркетингового середовища, посилюється конкурентна боротьба за ринки збуту товарів, особливої актуальності набуває проблема забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Для того, щоб сьогодні успішно діяти на ринку, організаціям мало володіти матеріально-фінансовими ресурсами. Тому на перший план виходять внутрішні можливості організації. Фірми звертають свою увагу не на вивчення конкурентів, клієнтів, посередників, постачальників або оточуюче середовище, а на самих себе, свої внутрішні можливості, які унікальні і властиві тільки даній фірмі, що і визначає наявність конкурентної переваги [2].

Головне завдання конкурентоспроможності – досягти панування на економічному ринку, забезпечити сталий дохід, перевершити своїх суперників за кількістю споживачів продукції. Завдяки ефективному функціонуванню стратегії підприємства, підвищенню попиту на продукцію, конкурентоспроможність є вирішальним пунктом серед його конкурентних переваг.

### **Література**

1. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : учебник. – 2-е изд. / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Изд-во Эксмо, 2005. – 544 с.

2. Близнюк С. В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень / С. В. Близнюк, А. В. Остапенко // Інвестиції : практика та досвід, 2011. – № 7. – С. 40–42.

3. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / Клименко С. М., Добрава О. С., Барабась Д. О., Омеляненко Т. В., Вакуленко А. В. – Київ : КНЕУ, 2006. – 527 с.

**Волошко И. В., АМм16**

*Национальный фармацевтический университет*

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ В УКРАИНЕ**

Туристическая индустрия является мощным источником дохода как для государства, так и для предпринимателей, непосредственно задействованных в туристической отрасли. В связи с этим, в настоящее время существует необходимость развития туристической отрасли в Украине.

В 2013 году по данным аналитической группы Всемирного экономического форума (ВЭФ) индекс конкурентоспособности сектора путешествий и туризма, индекс Украины составлял 3,98, что определило нахождение нашей страны на 76 месте в рейтинге стран. На сегодняшний день, существенных изменений, в частности, для Украины, и в положительную сторону не произошло, что определяет целесообразность приведения соответствующей рейтинговой оценки некоторых стран по данным ВЭФ (табл. 1) [1].

Рассматривая уровень туризма в Украине в ретроспективе, следует отметить, что значительный подъем имел место в Украине в 2012 году. Прежде всего, это связано с проведением «Евро 2012» на территории нашей страны. В последующие годы динамика привлекательности Украины для туристов снижалась по сравнению с 2012 годом. Если 2013 год характеризовался

уровнем посещаемости туристов, который сложился до проведения европейского чемпионата, то в 2014 году закономерное снижение объема туристического потока в Украине, объясняется, в основном, политическими событиями, имевшими место. Тем не менее, уже с середины 2014 интерес к Украине со стороны иностранных туристов возрастает, позитивная динамика туристических потоков возобновляется. Процентная доля уровня туризма в Украине за период 2012–2016 годы приведена на рисунке 1.

Таблица 1

Рейтинговая таблица индекса конкурентоспособности сектора путешествий и туризма по данным ВЭФ

Страна	Индекс
Швейцария	5,66
Германия	5,39
Франция	5,31
Соединённые Штаты Америки	5,32
Польша	4,47
Россия	4,16
Украина	3,98



Рис. 1. Процентная доля уровня туризма в Украине

При этом, следует отметить, что развитие въездного туризма в Украине традиционно, в значительной мере, представлено туристическими потоками из ближайших стран, а именно, Молдовы, Белоруссии, Польши (исключение – Россия).

Определено, что основными препятствиями для роста конкурентоспособности туристического сектора в экономике Украины являются:

- низкая защита прав собственности и отрицательное влияние регуляторной среды на приток прямых иностранных инвестиций;
- относительно высокие визовые ограничения и недостаточная открытость в двусторонних соглашениях относительно авиаперевозок;
- низкое качество дорожного покрытия и экологическая среда;
- неэффективность маркетинга в привлечении туристов.

Таким образом, можно сделать вывод, что для улучшения развития туристической отрасли в Украине необходимо:

- государственное стимулирование въездного туризма;
- улучшение условий обслуживания туристов,
- строительство новых и реконструкция действующих туристических объектов;
- государственное финансирование восстановления памятников архитектуры, культуры, истории Украины;
- привлечение средств для развития инфраструктуры туризма;
- создание современной информационно-маркетинговой службы в сфере туристического бизнеса;
- привлечение инвесторов и предпринимателей.

Украина богата природными, историческими и культурными достопримечательностями, что в будущем можно благоприятно повлиять на развитие туризма и экономическое положение нашей страны.

## Литература

1. Ангелко І. В. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні / І. В. Ангелко // Український соціум. 2014. – № 2 (49). – С. 71–78.

**Геращенко М. Ю., БУ-52**

*Харьковский гуманитарный университет «НУА»*

### **УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЯМИ ПУТЁМ ОПТИМИЗАЦИИ ФИНАНСОВЫХ ПОТОКОВ**

На сегодняшний день множество компаний, осуществляют инвестиционную деятельность, в процессе которой могут использовать большое количество источников финансирования. Эти источники позволяют при отсутствии или нехватке собственных средств реализовать проекты различного масштаба, а масштаб в свою очередь непосредственно зависит от возможности организации изыскать средства на его финансирование.

Использование тех или иных источников финансирования должно помогать воплощению в жизнь стратегических целей развития предприятия. Основным фактором, влияющим на ценность проекта для инвестора, является получение выгод для своего основного вида деятельности [2].

Стоит отметить, что количество финансовых источников – это не главный критерий успешности реализации инвестиционного проекта, таким критерием является управление финансами. Управление финансами инвестиционных процессов может быть, по сути, реализовано путём оптимизации потоковых процессов, ключевым из которых является финансовый поток.

Потоковые процессы возникают под влиянием определенных факторов, динамика которых зависит не только от сложившихся условий в рамках

организации, но и в макроокружении. Большая часть процессов и явлений, протекающих в социально-экономической сфере, является причинами возникновения и регуляторами материальных, денежных и информационных потоков.

Основной задачей оптимизации финансового потока при управлении инвестициями является максимизация скорости обращения финансовых ресурсов, от которых зависит скорость финансового потока. Эта скорость ограничена такими факторами, как физические возможности человека и пропускная способность финансовой системы.

Кроме того, в процессе оптимизации потоковых процессов, значительное внимание уделяется обеспечению движения материальных потоков финансовыми ресурсами в необходимых объемах, в нужные сроки и с использованием наиболее эффективных источников финансирования [3].

Подводя итог вышеизложенному, отметим, что управление финансовыми потоками позволяет поддерживать потоки в состоянии равновесия для нормального функционирования организации и экономики в целом, а также позволяет осуществлять их оптимизацию.

### **Литература**

1. Зимин В. А. Методологические основы управления инвестициями / В. А. Зимин. – М. : ИТКОР, 2016. – 147 с.
2. Воротилова, Н. Н. Управление инвестициями: [уч. пособие] / Н. Н. Воротилова. – М. : Дашков и К, 2016. – 188 с.
3. Зимин В. А. Оптимизация потоковых процессов при управлении инвестициями / В. А. Зимин // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2016. – №. 6–2.

## **РАЗРАБОТКА АНТИКРИЗИСНОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

В жизненном цикле любого предприятия возможно наступление кризиса, причем он может возникнуть абсолютно на всех этапах развития. Кризисы могут быть различными, но если ситуация на предприятии в целом и без этого носит отрицательный характер, то даже краткосрочный и локальный кризис может привести к серьезным последствиям. Для того чтобы это предотвратить, необходимо разработать эффективную систему управления, содержащую меры по прогнозированию и предупреждению негативных ситуаций. Многие исследователи в настоящее время считают, что любое управление должно быть антикризисным. Главное место в антикризисном управлении занимает стратегия развития предприятия [1].

Стратегия – генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей.

Неразрывно с понятием «стратегия» следует и понятие «тактика управления». Тактика управления – это конкретные методы и приемы, применяемые для достижения конкретных стратегических целей.

Именно антикризисная стратегия является инструментом, с помощью которого организация способна выйти из кризиса с оптимальными показателями. В отличие от антикризисного прогнозирования, антикризисная стратегия основывается на данных, существующих в пределах организации в реальном времени [2].

Суммируя вышесказанное, можно сделать вывод, что стратегия в антикризисном управлении – это своего рода гарантия стабильного развития организации. Конечно, нельзя говорить о том, что стратегия позволяет

полностью избежать кризисных ситуаций. Она лишь позволяет снизить процент их возникновения, а в случае наступления – обеспечить их как можно более быстрое и безболезненное преодоление. Помимо этого, стратегия позволяет сократить срок принятия решения о методе выхода из кризиса, что является немаловажным фактором.

### **Литература**

1. Бабушкина Е. А. Антикризисное управление: конспект лекций / Е. А. Бабушкина. – М. : Эксмо. – 2008. – 54 с.
2. Евграфова И. Ю. Антикризисное управление: шпаргалка / И. Ю. Евграфова. – М. : Окей книга. – 2009. – 32 с.

**Господицько Г. А.,**  
**4 курсу факультету «Економіки та менеджменту»**  
*Національна академія Національної гвардії України*

## **ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ**

Найбільш важливою складовою теорії та практики економічної діяльності держави в ринковій економіці є визначення раціональних меж цього процесу. Якщо модель економіки має ринковий тип, то держава не повинна нашкодити ринку. У науковій літературі ця проблема нерідко визначається як пошук оптимального співвідношення і забезпечення на практиці ринкових і державних механізмів, ринку і держави. Саме в цьому аспекті ринок і держава, на наш погляд, взаємно доповнюють одне одне, займають ті ніші в економічній системі, де вони більш ефективні.

Грунтовне дослідження різних аспектів економічної діяльності держави зробили у своїх працях Л. Абалкін, Б. Акбашев, М. Вітковський, А. Гальчинський, І. Лукінов, П. Макаренко, П. Саблук та ін.

Мета даної роботи – узагальнити теоретико-методичні положення щодо необхідності та напрямів державного втручання в економічні процеси країни, окремі галузі.

Категорії «держава» та «ринок» і процеси, які вони відображають, досить різні, а за деякими ознаками навіть альтернативні. За способом дії ринок є стихійним регулятором економіки і забезпечує спонтанний порядок, а держава діє свідомо. Однак їх поєднує та обставина, що як регулятори економіки вони забезпечують функціонування та відтворення економічної системи суспільства. І якщо остання за будь-якої моделі є ринкового типу, то саме ринок повинен у першу чергу регулювати відносини між усіма суб'єктами економіки. Саме держава повинна своєчасно та ефективно, якщо і не усувати недоліки ринку, то пом'якшувати їх [1, с. 10].

У ринковій економіці є чимало сфер, які не можуть функціонувати на ринкових принципах взагалі, їх регулює держава. Треба говорити про оптимальне співвідношення ринку і держави. Вони «приречені» від природи на повне одержавлення (задоволення потреб у суспільних товарах тощо).

Отже, концептуально питання про раціональні межі втручання держави в економіку вирішується просто. Зміст його можна визначити в такому положенні: держава повинна пом'якшувати негативні наслідки дії ринкового механізму, а по можливості їх усувати. Першочергове значення має соціальна політика держави. Окрім того, держава бере на себе ті соціально-економічні функції, які взагалі не можуть бути організовані на ринкових принципах. Усі інші регулятивні функції по відношенню до національної економіки є прерогативою ринку [2].

Масштаби економічної діяльності держави, конкретні форми, механізми і методи цього процесу істотно відрізняються в окремих країнах. Така специфіка

обумовлена багатьма причинами. Головні з них: модель національної економіки; історія, традиції і культура певного народу, його менталітет; геополітичне положення країни, її масштаби тощо. У зв'язку з цим доречною є теза, згідно з якою природі державності, в конкретних формах держав є багато універсального, типового, притаманного їм давно і відтвореного в різні часи і в різних народів. І разом з тим майже ніде і нічого буквально не повторюється, а набуває якийсь винятковий самопрояв. Кожна держава чимось відрізняється від іншої [3, с. 66].

Саме тому навіть для певного часу не можна знайти загальні стандарти, розробити конкретні схеми, що були б однаково ефективні для різних країн світу. Ефект від цього буде невеликий. Спільними можуть бути лише деякі концептуальні положення. Неправильно абсолютизувати і перебільшувати роль держави і тим самим недооцінювати потенціал ринкової саморегуляції, яка базується на матеріальній зацікавленості і відповідальності всіх суб'єктів економіки. І навпаки, слід завжди враховувати, що ринок не все робить ефективно, а деякі процеси не може регулювати взагалі. Із цього положення витікає теза, яку можна віднести до аксіом, – кожній країні для певного часу потрібно вести пошук раціонального, ефективного співвідношення двох важливих регуляторів національної економіки – ринку і держави. Безперечно, що ця проблема дуже складна і вирішити її повною мірою ще не вдалося жодній країні.

У цілому досвід країн, які продемонстрували світові «економічні дива», підтверджують ефективну модернізацію економіки під керівництвом талановитого «режисера» – держави. Вона стимулювала і регулювала пріоритетні соціально-економічні процеси там, де потрібно енергійно втручатися в економіку, направляла її відтворення та розвиток у належному руслі. І головне, держава завжди спиралася на вивчення економічних реалій, порівнювала свої можливості із поставленими завданнями [4, с. 126].

При вирішенні проблеми забезпечення оптимуму ринку і держави слід зважати на ту обставину, що ринковий механізм – це неусвідомлене, стихійне

(спонтанне) і безпланове регулювання (тобто саморегулювання) господарської діяльності через сферу обміну за допомогою насамперед ринкових цін і конкуренції. Саморегулювання виробництва являє собою середню величину з низки постійних коливань. Функціонування ринкового механізму не потребує витрат на утримання особливого апарату управління. Він діє в автоматичному режимі, образно кажучи, безкоштовно. І це певною мірою перекриває витрати, які пов'язані зі стихійним регулюванням економіки (особливо від криз перевиробництва, безробіття тощо) [5, с. 325].

З вищевикладеного зробимо такі висновки. Для державного і ринкового механізмів регулювання економіки притаманні позитивні і негативні риси. І якщо між ними розподілити сфери впливу та регулювання таким чином, щоб держава виконувала лише ті функції, які ринок виконує з більшими витратами і менш ефективно, то про протиставлення цих механізмів не може бути й мови. Адже державу і ринок поєднує те, що вони є регуляторами економіки, а тому мета в них одна, один і той самий результат – досягнення збалансованості, рівноваги у співвідношенні попиту і пропозиції товарів за обсягом, структурою і якістю.

### **Література**

1. Абалкин Л. Роль государства в становлении и регулировании рыночной экономики / Л. Абалкин // Вопросы экономики. – 1997. – № 6. – С. 4–12.
2. Акбашев Б. Управление, собственность и государственное регулирование экономики / Б. Акбашев // Российский экономический журнал. – 2004. – № 4. – С. 56–61.
3. Атаманчук Г. В. Новое государство: поиски, иллюзии, возможности. – М. : Славянский диалог, 2005. – 223 с.
4. Э. фон Бёвентер, Хампе И. Основные знания по рыночной экономике в восьми лекциях: Пер. с нем. – М. : Республика, 1993. – 176 с.
5. Долан Э. Дж., Линдсей Д. Рынок: Микроэкономическая модель. – СПб., 1992. – 496 с.

## **ЛОГІСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТОРГОВЕЛЬНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ СТРУКТУРИ**

Логістична діяльність торговельно-посередницьких структур є однією з сфер, що є цікавими для дослідження. З огляду на це розглянемо компанію «АГРІСТАР», що реалізовує на території України продукцію СХТ John Deere.

Ефективність ведення бізнесу компанії «АГРІСТАР» насамперед забезпечується висококваліфікованими співробітниками і виваженим плануванням діяльності. Слід вказати, що в компанії плануванню господарської діяльності з продажу техніки та запасних частин до неї приділяється значна увага. Одним із напрямів планування в компанії виділено оперативне планування. Реалізація оперативних планів здійснюється через систему бюджетів або фінансових планів, що складаються на рік або на більш короткий термін по кожному окремому підрозділу, а потім консолідуються в єдиний бюджет, або фінансовий план компанії.

Бюджет компанії являє собою вираження мети оперативного плану в грошових одиницях; він як би погоджує оперативний і фінансовий плани, даючи можливість передбачати кінцевий результат діяльності, тобто розміри і норму прибутку. Упорядкуванням бюджетів займаються різні служби або спеціальні сектори. Заступник директора з комерційних питань компанії затверджуватиме бюджет і буде нести відповідальність за ефективність методів по його розробці. Основу бюджету складає прогноз продажів запасних частин і визначення витрат на їх закупівлю та доставку кінцевим споживачам. На основі прогнозу обсягу продажів запасних частин складаються плани їх закупівлі, формування їх запасів, капітальних інвестицій, фінансування, грошових

надходжень та у подальшому здійснення перевезень цих запасних частин визначеному колу споживачів.

Слід відзначити, що для забезпечення якісного виконання послуги з доставки запасних частин споживачам (користувачам техніки СХТ John Deere) на 2016 рік фахівцями департаменту транспортної логістики був розроблений бюджет з транспорту, який передбачав використання 20 автомобілів для роботи на території України.

Основним видом господарської діяльності компанії «АГРІСТАР» є забезпечення вітчизняних агровиробників технікою СХТ John Deere і запасними частинами до неї. Цей напрям діяльності компанії згідно Національного класифікатора України ДК 009-2010 «Класифікація видів економічної діяльності» визначається як логістична діяльність. Основним же видом цієї діяльності є транспортування (доставка) запасних частин замовникам (користувачам техніки СХТ John Deere). Тому на цей момент часу для компанії стоїть завдання підвищення ефективності й результативності цього виду логістичної діяльності. А це можна зробити перш за все за рахунок чіткого планування визначеного виду діяльності.

Отже, з метою підвищення ефективності доставки запасних частин замовникам, на нашу думку, компанії «АГРІСТАР» у першу чергу необхідно приділити увагу плануванню саме транспортного процесу перевезення запасних частин визначеному колу клієнтів у відповідності до договорів. З цією метою в роботі пропонуються до розгляду, з нашого погляду, такі ключові напрями планування логістичної діяльності компанії «АГРІСТАР» при обслуговуванні визначеного кола клієнтів розробити алгоритм планування доставки запасних частин визначеному колу клієнтів (користувачів техніки СХТ John Deere) та виконати з його використанням деякі важливі для компанії елементи планування логістичної діяльності.

## ОЦЕНКА СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ПРОЦЕССЕ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ

В условиях развития рыночной экономики важным параметром является определение рыночной стоимости капитала предприятия, которая является показателем ее устойчивости и конкурентоспособности.

Реструктуризация – это совокупность действий по комплексному приведению условий функционирования компании в соответствие с изменяющимися условиями рынка и выработанной стратегией развития данной компании. Реструктуризация нацелена на стремительное улучшение показателей деятельности компании, что в итоге приведет к увеличению стоимости предприятия.

Реструктуризация может затрагивать все стороны деятельности предприятия, его структурные компоненты. Совокупность элементов известная как модель 7-С, предложенная Т. Питерсом, включает следующие направления проведения реструктуризации предприятия [3]:

- стратегия предприятия (долгосрочные цели и средства по их достижению);
- структура (состав подразделений предприятия и связи между ними);
- системы и процедуры (подсистемы, функции и процедуры управления предприятием, включая технологию подготовки и принятия управленческих решений);
- состав персонала (описание структуры кадров предприятия);
- стиль (характеристика форм деятельности работников аппарата управления предприятия);
- совокупность навыков персонала (кадровый потенциал предприятия);

– совместно разделяемые ценности (важнейшие нравственные и морально-этические нормы, принятые на предприятии, создающие имидж предприятия).

Одним из важнейших направлений реструктуризации предприятия является изменение системы управления запасами предприятия.

Управление запасами – это системный процесс, включающий в себя прогнозирование, планирование, организацию, контроль, анализ и регулирование объемов запасов на предприятии. Поскольку запасы являются инвестициями в активы производителей и торговых посредников, то их уровень затрат на хранение должны быть оптимальными; кроме того запасы должны обеспечивать равномерную работу производственной, транспортной и складской подсистем логической системы предприятия.

Подводя итог вышеизложенному, отметим, что проведение реструктуризации положительно влияет на стоимость предприятия, в виде сокращения затрат на производство, увеличение товарооборота, слияния нескольких организаций. В настоящее время довольно выгодно слияние нескольких компаний, из-за уменьшения спроса на товары и услуги.

### **Литература**

1. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): учебник / Н. Ф. Чеботарев.– М. : Издательско-торговая корпорация “Дашков и К”, 2009. – 256 с.
2. Семенченко Н. В. Проблемы реструктуризации больших предприятий / Н. В. Семенченко // Инвестиции: практика и опыт. – 2009. – № 2. – С. 23–26.
3. Питерс Т. В. поисках совершенства : уроки самых успешных компаний Америки. Пер. с англ. / Т. Питерс, Р. Уотерман – М. : Вильямс, 2005. – 558 с.

## **УПРАВЛЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ЗАТРАТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

На сегодняшний день финансово-хозяйственное состояние большинства отечественных предприятий является неудовлетворительным. Основные фонды изношены, не оптимально структурированы и недостаточно загружены, производительность труда невысокая. Это усугубляется еще одной проблемой – низкой эффективностью управления материальными, финансовыми, информационными потоками, существующими как вне, так и внутри предприятий. Эффективность управления потоковыми процессами в наибольшей степени определяется уровнем логистических затрат, в связи с чем возникает потребность усиленного изучения их сущности, принципов формирования и учета, приемлемых направлений изменения с целью оптимизации их величины и максимизации стоимости предприятия.

По оценкам зарубежных экспертов, использование логистического подхода обеспечивает уменьшение объема запасов на складах предприятия на 30–35 %, сроков доставки товаров на 25–45 %, общего времени выполнения заказа предприятием на 25–30 %. Кроме того, оптимизация управления товарными запасами позволяет предприятию увеличить прибыль до 15 % и уменьшить потребность в производственных и складских площадях на 40–50 % [1].

Актуальность задачи формирования эффективного механизма управления логистическими затратами для отечественных предприятий очевидна. Механизм управления логистическими затратами должен обеспечить оптимальную величину этих затрат в условиях конкретного производства. Каждая логистическая система должна иметь концепцию управления логистическими затратами, которая должна быть направлена на: оптимизацию длины логистической цепи; анализ влияния величины затрат на рентабельность

системы; увеличение прибыльности и эффективности функционирования системы.

Логистические затраты – это затраты, связанные с выполнением логистических активностей. Логистические затраты с целью их корректного управления классифицируются по функциональному назначению, по форме и месту возникновения, учетные, по отношению к логистической системе, по динамике потокового процесса, по характеру логистических активностей, и по стадиям выполнения заказа потребителя.

Планирование и учет логистических затрат дает возможность оценить их абсолютную величину, решить задачи по обоснованию увеличения или уменьшения величины этих затрат, определить направления их наиболее эффективного использования, проанализировать и усовершенствовать их структуру. Учет логистических затрат должен быть интегрирован с процессом их нормирования, планирования и анализа в единую информационную систему, что позволит эффективно управлять этими затратами.

Итак, увеличение роста общих затрат по сравнению с ростом общих доходов, увеличение себестоимости продукции, резкий скачок стоимости энергоносителей, рост конкуренции определяют практическую значимость и актуальность управления логистическими затратами отечественных предприятий с целью повышения эффективности функционирования их логистических систем.

### **Литература**

1. Сумець О. М. Управління матеріальними запасами – ключовий аспект логістичної діяльності сучасного підприємства : [монографія] / О. М. Сумець, Є. М. Ігнатова, М. М. Назарян й ін. ; за ред. О. М. Сумця. – Харків : КП «Міська друкарня», 2014. – 256 с.

## **К ВОПРОСУ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ ИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ**

Для осуществления своей деятельности предприятие должно располагать определённым набором экономических ресурсов (имущества) – элементов, используемых для производства экономических благ. При продаже, приватизации, передаче в аренду, страховании, налогообложении важно знать стоимость имущества предприятия. Таким образом, в рыночной экономике экономическая оценка имущества является одной из важнейших задач.

Вопросы экономической оценки имущества рассмотрены в трудах следующих авторов: И. Ансоффа, Р. Брейли и С. Майерса, А. Дамодарана, Г. М. Десмонда, Р. Э. Келли, Т. Коупленда, Т. Коллера и Дж. Муррина, В. Ф. Шарпа, Г. Дж. Александра и Дж. В. Бэйли, Д. Морриса, Ф. М. Шерера, Д. Росса, Дж. Фишмена, Ш. Прагга, К. Гриффита, К. Уилсона, С. Мелцера и Р. Хэмптона, Д. Хэя, Л. И. Абалкина, П. Л. Виленского, А. Г. Грязновой, И. А. Егерёва, В. С. Ефремова.

Несмотря на то, что вопросу экономической оценки имущества посвящено много работ, требуется углубленное исследование особенностей оценки в условиях украинских реалий, связанных с нестабильностью среды.

В экономической литературе всё, что предприятие имеет и использует в производственной деятельности, называется имуществом. Имущество рассматривается под разными ракурсами:

1) совокупность вещей и материальных ценностей, состоящих прежде всего в собственности лица (физического или юридического), государства или муниципального образования, либо принадлежащего организации на праве

хозяйственного ведения или оперативного управления. В состав имущества входят также деньги и ценные бумаги;

2) совокупность вещей и имущественных прав на получение вещей или имущественного удовлетворения от других лиц (актив);

3) совокупность вещей, имущественных прав и обязанностей, которые характеризуют имущественное положение их носителя (актив и пассив) [1].

При определении величины рыночной стоимости имущества, как правило, используют три основных подхода:

– затратный – совокупность методов оценки стоимости объекта оценки, основанных на определении затрат, необходимых для воспроизводства либо замещения объекта оценки, с учетом его износа и устаревания;

– сравнительный – совокупность методов оценки стоимости объекта оценки, основанных на сравнении объекта оценки с объектами – аналогами объекта оценки, в отношении которых имеется информация о ценах;

– доходный – совокупность методов оценки стоимости объекта оценки, основанных на определении ожидаемых доходов от использования объекта оценки [2].

В доходном подходе важнейшим понятием является капитализация дохода, представляющая собой совокупность приемов и методов, позволяющих оценивать стоимость объекта на основе, его потенциальной способности приносить доход. Используя доходный подход, оценщик измеряет текущую стоимость будущих выгод от владения недвижимым имуществом. Потоки дохода в период владения и выручка от последующих перепродаж имущества капитализируются в текущую стоимость с помощью коэффициентов капитализации. Данный подход наиболее приемлемо учитывает риски и нестабильность окружающей среды при экономической оценке имущества при расчете коэффициента капитализации.

Рыночный подход базируется на сопоставлении цен продажи подобного имущества и используется в условиях развитого рынка недвижимости, земли, оборудования. Стоимость имущества определяется на уровне цен,

сложившихся на рынке. Данный метод основан на сопоставлении и анализе информации о продаже аналогичного имущества, как правило, за последние 3-6 месяцев. Основным принципом метода является принцип замещения, согласно которому при условии наличия на рынке нескольких подобных объектов инвестор не согласится на приобретение данного объекта по цене, большей, нежели стоимость земельного участка с аналогичной полезностью. В условиях нестабильной среды, при растущей инфляции временной лаг сравнения сужается до 1 месяца и тормозит применение рыночного подхода.

Главный признак затратного подхода – это поэлементная оценка, то есть оцениваемый имущественный комплекс расчленяется на составные части, делается оценка каждой части, а затем стоимость всего имущественного комплекса получают путем суммирования стоимостей его частей. Подход к оценке на основе затрат является наиболее приемлемым: при оценке государственных объектов; при расчете стоимости имущества, предназначенного для специального использования (без получения дохода) – это школы, больницы, здания почты, культурные сооружения, вокзалы и т.д.; при переоценке основных фондов. В условиях нестабильной среды, при растущей инфляции необходима постоянная корректировка результата оценки по данному подходу на уровень инфляции.

Таким образом, анализ существующих методических подходов к экономической оценке имущества показал, что наиболее адекватным является доходный подход, учитывающий в полной мере нестабильность и инфляцию украинских реалий.

### **Литература**

1. Большой юридический словарь / А. Я. Сухарев, В. Е. Крутских, А. Я. Сухарева. – М. : Инфра-М. А. 2003. – 568 с.
2. Валдайцев С. В. Оценка бизнеса : учебник / С. В. Валдайцев. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ТК Велби, 2016. – 360 с.

## **РЕСУРСЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ**

На результаты производственно-хозяйственной деятельности организации, динамику выполнения планов производства оказывает влияние степень использования ресурсов. В рыночных условиях залогом выживаемости и основной стабильности положения хозяйствующего субъекта является финансовая устойчивость. Достижение финансовой устойчивости возможно на основе повышения эффективности производства. Повышение эффективности производства достигается на основе эффективного использования всех видов ресурсов и снижения затрат. Важная роль в реализации этой задачи на уровне хозяйствующего субъекта отводится системе управления ресурсным потенциалом. Поэтому тема управления и оценки эффективности использования всех видов ресурсов организации является актуальной на данной стадии развития отечественной экономики.

Ресурсы организации включают в себя: трудовые ресурсы или персонал организации; производственные ресурсы; материальные ресурсы.

Один из качественных показателей производственных ресурсов – производительность труда – является показателем экономической эффективности. Анализ трудовых ресурсов позволяет вскрыть резервы повышения эффективности производства за счет производительности труда, более рационального использования численности рабочих, их рабочего времени.

Особое место в системе управления занимают вопросы, связанные с состоянием основных фондов. Это объясняется тем, что они в своей совокупности образуют производственно-техническую базу и определяют производственную цель хозяйства. В современных условиях хозяйствования

предприятия должны уделять особое внимание основным средствам, так как в результате снижения объемов промышленного производства, падения платежеспособного спроса населения и других причин, резко снизилась эффективность использования основных средств предприятий.

Улучшение использования материальных ресурсов – одна из важнейших задач управления промышленных предприятий. Чем лучше используется сырье, топливо, вспомогательные материалы, тем меньше их расходуется для выработки определенного количества продуктов, тем самым создается возможность увеличить объем производства продукции.

Повышение устойчивости производства на предприятии во многом зависит от его обеспеченности ресурсами на оптимальном уровне и в рациональной структуре. На результаты его хозяйственной деятельности существенное влияние оказывает ресурсный потенциал, причем это влияние происходит не в форме простого суммирующего действия каждого вида ресурсов в отдельности, а посредством их сложного взаимодействия.

Основная задача ресурсного потенциала на любом уровне — производство максимального объема продукции при заданном объеме ресурсов. Рациональное использование и управление ресурсами позволяет производителям сохранять устойчивое развитие и снижать себестоимость продукции.

### **Литература**

1. Борисов Л. Анализ финансового состояния предприятия / Л. Борисов // Экономика и жизнь, 2005 г. – № 5. – с. 12–18.
2. Ковалев А. И. Анализ финансового состояния предприятия / А. И. Ковалев, В. П. Привалов. – М. : Центр экономики и маркетинга, 2004. – 486 с.
3. Раицкий К. А. Экономика предприятия / К. А. Раицкий. – М. : ИВЦ «Маркетинг», 2003. – 346 с.

## **УПРАВЛЕНИЕ АКТИВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА**

Каждое предприятие представляет собой целостную систему. Взаимодействие элементов этой системы должен обеспечивать достижение миссии и поставленных перед предприятием целей в ходе реализации стратегии. В рамках ценностно-ориентированных концепций компания рассматривается как целостная система интересов различных заинтересованных сторон: собственников, рабочих, менеджеров и других. С точки зрения этих заинтересованных групп основной миссией предприятия должна быть его развитие. Основным условием и одновременно количественным критерием успешности развития предприятия является максимизация его рыночной стоимости или ценности для собственников. Таким образом, все стратегические и оперативные действия на предприятии должны быть направлены на достижение вышеназванной цели.

Стоит отметить, что все авторы придерживаются единого мнения в части целесообразности использования в качестве долгосрочного критерия успешности развития компании прирост ее рыночной стоимости. Основной предпосылкой такого прироста является формирование в краткосрочном периоде экономической добавленной стоимости (EVA). Понятно, что развитие предприятия базируется на внедрении стратегии качественных изменений в производстве, финансировании, маркетинге, управлении и других элементах потенциала предприятия. Критерием оптимальности стратегии, по нашему мнению, является максимизация прироста стоимости (value creation). Если же реализация стратегии развития компании приводит к снижению стоимости (value destruction), то такая стратегия должна быть изменена.

Показатель экономической добавленной стоимости (EVA) дает возможность проанализировать, реализация каких именно решений способствует повышению рыночной стоимости предприятия и рассчитать это влияние количественно. Экономическая добавленная стоимость определяется как разница между производственным результатом деятельности предприятия и стоимостью использованного капитала. Формула расчета EVA выглядит следующим образом (1):

$$EVA = NOPAT - WACC \times C ,$$

где NOPAT (net operating profits after taxes) – чистая операционная прибыль после уплаты налогов, но до уплаты процентов;

WACC (weighted average cost of capital) – средневзвешенная стоимость капитала;

C – стоимостная оценка капитала, определяется как разница между совокупной стоимостью активов и краткосрочными обязательствами (кроме тех, по которым выплачиваются проценты).

Показатель EVA может рассматриваться как индикатор качества стратегических решений на предприятии. Его постоянная положительная величина свидетельствует об увеличении стоимости компании или отдельного стратегического хозяйственного подразделения, а отрицательная – соответственно об уменьшении стоимости.

### **Литература**

1. Керанчук Л. Управление инвестиционными проектами предприятия на основе ценностно-ориентированных подходов / Л. Керанчук, Т. Басюк // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 9(183). – С. 137 – 143.

2. Радченко К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі: навч. посібник. – Вид. 2-ге, доп. – Львів : «Новий світ – 2000», 2003. – С. 220 – 236.

## **СУЩНОСТЬ КОНТРОЛЯ РЕАИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЕКТА**

Современная рыночная система хозяйствования Украины характеризуются высоким уровнем нестабильности и риска. Поэтому каждое предприятие нуждается в создании, использовании и постоянном совершенствовании бизнес-проектов. Соответственно, изменение и совершенствование бизнес-проектов должно осуществляться исходя из результатов контроля за его выполнением.

Освещению проблем управления бизнес проектами, в том числе контролю за ходом их выполнения посвящены работы таких отечественных ученых как: Л. В. Ноздрина, В. И. Ящук, О. И. Полотай [1], Н. О. Петренко, Л. О. Кустрич, М. О. Гоменюк [2], Т. Г. Фесенко [3], И. В. Чумаченко, В. В. Морозов, Н. В. Доценко, А. М. Чередниченко [4].

Контроль (от англ. control – управління, керівництво, нагляд, перевірка, регулювання) – спостереження з метою перевірки [1]. Контроль – это процесс в котором руководитель проекта устанавливает достигаются ли поставленные цели, выявляет причины, которые дестабилизируют ход работы и обосновывает принятие управленческих решений, корректирующих выполнения работ по проекту, прежде чем будут нанесены убытки проекту [5].

Бизнес-проект – программа действий по осуществлению конкретного коммерческого, хозяйственного замысла непременно с получением в результате прибыли.

Исходя из вышеприведенных определений следует, что контроль за выполнением бизнес-проекта – это комплекс мероприятий, основной целью которых является предоставление информации, необходимой для отслеживания

хода проекта и предоставления руководству возможности выполнять управленческие действия в случае значительного отклонения хода проекта от запланированного.

Н. О. Петренко, Л. О. Кустрич, М. О. Гоменюк виды контроля делят на основные и вспомогательные. К основным видам контроля относятся: предварительный, текущий, заключительный. К вспомогательным видам контроля относятся: общий контроль за изменениями; ведение отчетности по проекту; сбор и предоставление отчетной информации о ходе реализации проекта, учитывая прогноз последствий отклонений; контроль расписания – контроль изменений в календарном плане проекта; контроль расходов – отслеживание отклонений от плановых затрат ресурсов и выполнения бюджета проекта; контроль качества – отслеживание конкретных результатов проектных работ для определения их соответствия установленным нормам по качеству; контроль риска – реагирование на изменения уровня риска в ходе реализации проекта [2].

Л. В. Ноздрина, В. И. Ящук, О. И. Полотай. считают, что ход проекта контролируется следующим образом: сравнение фактических показателей (объема выполненных работ, затраченных усилий, средств) с плановыми; принятие и исполнение решения об изменении плана; выполнение действий, корректирующих план [1].

Фесенко Т. Г. выделяет такие составляющие процесса контроля бизнес-проектов: сбор информации о ходе выполнения проекта; оценка прогресса проекта и принятия решений по применению корректирующих действий;. выбор варианта реализации проекта; изменение проекта [3].

Таким образом, контроль реализации бизнес-проекта всегда состоит из сбора информации о результатах деятельности; сравнения полученных результатов бизнес-проекта с запланированными; исследования внутри- и внешне-фирменных причин отклонений; проверка слаженности методической и

содержательной части бизнес-проекта; наказание и поощрение ответственных лиц; внесение изменений в бизнес-проект в случае надобности.

Контроль является обязательной составляющей реализации бизнес-проекта, поскольку он является обратной связью в системе управления им. Наличие и правильная организация контроля за выполнением бизнес-проекта является залогом достижения поставленных в нем целей.

### **Литература**

1. Ноздріна Л. В. Управління проектами: підручник / О. І. Полотай, В. І. Ящук, За заг. ред. Л. В. Ноздріної. – Київ: Центр учбової літератури, 2010. – 432 с.

2. Петренко Н. О. Управління проектами [текст] навчальний посібник / Н. О. Петренко, Л. О. Кустрич, М. О. Гоменюк. – Київ : «Центр учбової літератури», 2016. – 244 с.

3. Фесенко Т. Г. Управління проектами: теорія та практика виконання проектних дій: навч. посібник / Т. Г. Фесенко; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Харків : ХНАМГ, 2012. – 181 с.

4. Чумаченко І. В. Управління проектами: процеси планування проектних дій [Текст]: підручник / І. В. Чумаченко, В. В. Морозов, Н. В. Доценко, А. М. Чередниченко. – Київ : КРОК, 2014. – 673 с.

5. Управління проектами [Текст] : Методичні вказівки до виконання самостійної роботи для здобувачів третього освітньо-наукового рівня доктора філософії (PhD) галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» денної та заочної форм навчання / уклад. В. Л. Загоруйко. – Луцьк : Луцький НТУ, 2016. – 36 с.

## **ОБЗОР МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА**

Многие эксперты рассматривают интеллект как основной ресурс, движущую силу развития экономики, которая базируется на знаниях. Всемирный Банк и другие международные организации исследуют основные черты экономики знаний и факторы, которые влияют на ускорение роста. Всемирным Банком установлено, что страны могут значительно ускорить темпы роста экономики путем повышения уровня образования, обеспечения открытости в международной торговле и создания инфраструктуры телекоммуникаций. Таким образом, образовательный уровень определяет способность населения применять знания, пополнять их и повышать. Открытость по отношению к торговле, связанной с трансфером технологических знаний, дает возможность получить доступ к мировой технологии с помощью товары или услуги [1, с. 40; 2].

Именно интеллектуальный капитал, или человеческий капитал компании, как подчеркивает ряд авторов, способствует повышению эффективности ее деятельности. Доктор экономических наук Владислав Иноземцев считает, что целесообразно рассматривать интеллектуальный капитал с позиций трех составляющих: активной (образование, квалификация, навыки, знания и опыт персонала), пассивной (права на технологии, изобретения, промышленные образцы, товарные знаки и ноу-хау) и неопределенной (отношения с клиентами, корпоративная культура и деловой имидж) [2, С. 88 – 90].

Ниже даны общеизвестные методы оценки интеллектуального капитала, которые помогут всесторонне определить стоимость нефинансовых активов предприятия.

- Метод прямой оценки интеллектуального капитала использует данные из первичной финансовой отчетности – о текущей интеллектуальной стоимости фирмы и о предполагаемых действиях в отношении формирования и развития её интеллектуального потенциала.
- Метод рыночной капитализации подходит только для оценки крупных публичных корпораций, поскольку оперирует напрямую данными о рыночной капитализации и их соотношением с балансовыми показателями этих фирм. Возможна агрегация рассчитанных показателей по отраслевому признаку (при условии, что доля публичных компаний в совокупном отраслевом выпуске продукции достаточно высока).
- Метод определения доходности активов использует полученные данные, связанные с вычленением отдельных групп затрат в соответствии с элементами интеллектуального капитала и сопоставлении их с доходами компании.
- Метод балльных оценок предполагает формирование наборов показателей, на основе которых оценивается состояние и динамика отдельных элементов человеческого капитала, при этом не всегда производится стоимостная оценка, что связано в первую очередь с трудностями приведения интеллектуального капитала к единому стоимостному показателю.

Таким образом, на основе обзора представленных методов, можно системно оценить процессы создания и накопления интеллектуального капитала на предприятии.

### **Литература**

1. Антонюк Л. Л. Аналітичне дослідження // Монітор конкурентоспроможності. – 2008. – № 1. – С. 40 – 45.
2. Доклад о человеческом развитии 2016. Труд во имя человеческого развития: программа развития ООН. – М. : Весь Мир, 2016. – 284 с.

3. Иноземцев В. Л., Кричевский Н. А. Экономика здравого смысла / Н. Кричевский, В. Иноземцев. – М. : Эксмо, 2009. – 221 с.

**Кардаш С. А., МОБ16**

*Национальный фармацевтический университет*

## **ПРИОРИТЕТЫ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ И БИЗНЕСЕ**

Ключевую роль в руководстве играет рациональное распределение приоритетов. Это касается как государственного, так и частного сектора. Приоритет (лат. *prīor* – первый, старший) – понятие, показывающее важность, первенство, первое место, преимущественное право на что-нибудь [1]. Например, приоритет действий определяет порядок их выполнения во времени, то есть главная цель, то, чем нужно заняться в первую очередь.

В условиях демократии и многопартийности делятся предпочтения и, соответственно, приоритеты, так как это зависимые понятия. Существует мнение, что в первую очередь необходимо развивать инфраструктуру в стране. На мой взгляд, нельзя не согласиться с мнением ученых, которые считают, что инвестиционные потоки должны быть направлены на экономический потенциал с целью обогащения государства и, как следствие, ее граждан [2]. Действительно, невозможно построить инфраструктуру на ровном месте невозможно, но при этом не стоит забывать о том, что Украина переживаем период военного конфликта. Из этого можно сделать ряд выводов. Во – первых, не учитывая это обстоятельство и вкладывая средства в выше перечисленные составляющие как приоритет государственного инвестирования, страна недофинансирует военные нужды. Во-вторых, даже при условии создания соответствующих складских помещений, спрос на них со стороны иностранных

компаний будет невелик, поскольку Украина обременена клеймом военной кампании.

Подобные факторы необходимо учитывать при определении приоритетов распределении финансовых ресурсов страны на уровне государства. В связи с этим, на наш взгляд, стоит расставить приоритеты следующим образом.

1. Завершить военный конфликт на законодательном и дипломатическом уровне.

2. Наладить и укрепить геополитические отношения между странами-соседями Украины (потенциальными клиентами). Разрешение военного конфликта даст стране возможность активизировать международное сотрудничество, в том числе и в контексте построения транспортных маршрутов перевоза грузов через Украину.

3. Инвестировать в обустройство наиболее перспективных объектов, с точки зрения спроса и соответственно, прибыли, например, логистические складские помещения. Для этого необходимо реконструировать имеющиеся и построить новые склады класса А – современные помещения, которые призваны отвечать следующим принципам современной складской логистики: близость основных транспортных артерий, возможность адаптации под любые виды грузов, высокая скорость грузооборота и гарантии сохранности грузов. Следует также осуществить незначительные вложения и изменения складских помещений класса Б и реконструировать складские помещения класса С, (последнее представляет собой капиталоемкий процесс).

4. Обеспечить участие государства в создании логистической системы на территории страны.

5. Улучшить инфраструктуру на территории Украины. Хорошая современная инфраструктура – привилегия развитого государства.

Таким образом, построение логистических складов как приоритет бизнеса и создание логистической системы как приоритет государства (не в ущерб

разрешению военного конфликта), будет способствовать экономическому развитию и процветанию Украины.

### **Литература**

1. Толковый словарь русского языка / под ред. Д. Н. Ушакова. – М. : Гос. ин-т «Сов. энцикл.»; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935–1940. (4 т.).

2. Сумець. О. М. Логістика: теорія, ситуації, практичні завдання : навч. посіб. / О. М. Сумець. – 2-ге вид., доповн. – Київ : Хай-Тек Прес, 2011. – 343 с.

**Князева В. Ю., МОБ16**

*Національний фармацевтичний університет*

## **ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖЕРА**

На современном этапе развития менеджмента определение психологического и профессионального портрета является одним из самых сложных и важных вопросов, решение которого позволит повысить успешность управления персоналом.

В общем виде, как справедливо отмечает Ананьев Б. Г., психологический портрет личности – это комплексная психологическая характеристика человека, содержащая описание его внутреннего состава и возможных поступков в определенных значимых обстоятельствах [1]. Соответственно, он включает темперамент, характер, способности, интеллект, эмоциональность, волевые качества, настойчивость в достижении цели, общительность, адекватную самооценку, уровень самоконтроля, способность к работе в группе.

В свою очередь, профессионализм – это особое свойство людей систематически, эффективно и надёжно выполнять сложную деятельность в самых разнообразных условиях [2].

Никитчина С., рассматривая вопросы психолого-педагогических технологий в профессиональном становлении менеджеров отмечает, что профессионально и морально важные качества менеджеров раскрываются через психограму и выделяет такие из них такие как профессионально-деловые, административно-организаторские, социально-психологические и моральные [3].

Чернилевский Д. распределяет профессионально важные качества менеджера на психологические, умственные и поведенческие. К психологическим автор относит эмпатию, эмоциональность, аутентичность, открытость, терпение, развитость интуиции, оптимизм как философию жизни, развитость восприятия. К умственным – аналитическое мышление, скорость реакции, креативность, наблюдательность, критичность и целостность мышления [4].

На основе психолого-управленческих требований к менеджерам Андросюк В. раскрывают психологические процессы, качества личности и ориентировочную сферу их применение в управленческой деятельности, выделяя отдельные группы психолого-управленческих требований к менеджеру, а именно, диагностическую, прогностическую, проектировочную, организаторскую, коммуникативную, сравнительно-оценочную, эмоционально-волевою. Для каждой из этих групп автор отмечает важнейшие психологические характеристики, профессионально важные качества [5].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что существует разнообразные взгляды на проблему личностных и профессионально важных качеств, которые характеризуют психологический и профессиональный портрет менеджера, и обеспечивают эффективность управленческой деятельности. Главным образом, это поясняется существованием разных классификационных

признаков оценки качеств менеджера, а также наличием разных сфер и уровней управления.

На наш взгляд, основами успеха менеджера являются следующие личностные и профессиональные качества: заинтересованность и творческая позиция; умение сотрудничать, мотивировать подчиненных; умение видеть главное; готовность к изменениям и управлению ими; широкий кругозор; способность управлять собой и своим временем; независимость в суждениях и действиях; требовательность; наличие собственной позиции в отношении цели работы и развития; умение правильно распределять обязанности; готовность брать на себя ответственность за принятие решений, умение создать команду. Починенным импонирует руководитель, признающий ошибки, не пытающийся уходить от ответственности.

### **Литература**

1. Ананьев Б. Г. Личность, субъект деятельности, индивидуальность / Б. Г. Ананьев. – М. : Директ-Медиа, 2008. – 134 с.
2. Словарь финансово-экономических терминов / под ред. И. З. Ярыгиной, Н. Г. Кондрахиной. М. : Финансовый университет, 2012. – 172 с.
3. Нікітчина С. Психолого-педагогічні технології у професійному становленні менеджерів / С. Нікітчина. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.nbuu.gov.ua](http://www.nbuu.gov.ua).
4. Чернилевский Д. В. Дидактические технологии в высшей школе: учебное пособие для вузов / Д. В. Чернилевский. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 437 с.
5. Андросюк В. Педагогічний менеджмент і психодидактика: навчальний посібник / В. Андросюк. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 216 с.

## ВЛИЯНИЕ КОММУНАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ НА ДОХОДЫ ДОМОХОЗЯЙСТВ

В последние годы в Украине резко обострилась проблема коммунальных тарифов. Вокруг нее ведется очень много дискуссий. В большинстве случаев домохозяйства не анализируют динамику изменения коммунальных тарифов в полугодие, а тем более в годовом исчислении.

Данный материал направлен не только на то, что бы познакомить с изменениями коммунальных платежей домохозяйства, но и дать ответ на вполне конкретный вопрос: «Как сильно коммунальные платежи влияют на уровень жизни домохозяйства?».

Представленные ниже данные о коммунальных платежах, за последние годы позволяют проследить динамику роста тарифов. В таблицах 1 и 2 представлены категория потребителей газа по уровню их потребления, согласно той тарифной сетке, которую определяет кабинета министров Украины.

Таблица 1

Цена газа для потребителей минимального объема газа			
Наименование	объем в куб.м.	грн./куб.м.	Темп прироста, %
С 1 августа 2010 по 1 мая 2014	До 2500	0,72	X
С 1 мая 2014 по 31 марта 2015	До 2500	1,09	51,39
С 1 апреля 2015 по 1 мая 2016	До 2400	3,60	400,00
С 1 мая 2016	-	6,88	855,56

С табл. 1 следует что на газ, которые действуют с 1 мая 2016 г. выше на 855,56 % чем тариф действовавший в период с 1 августа 2010 г. по 1 мая 2014 г.

В табл. 2 приведен тариф на газ, который действует с 1 мая 2016 г., по сравнению с тем что действовал с 1 августа 2010 г. по 1 мая 2014 г., выше всего на 132,43 %.

Таблица 2

Цена газа для потребителя максимального объема газа			
Наименование	объем в куб.м.	грн./куб.м.	Темп прироста, %
С 1 августа 2010 по 1 мая 2014	Более 12000	2,96	X
С 1 мая 2014 по 31 марта 2015	Более 6000	4,01	35,47
С 1 апреля 2015 по 1 мая 2016	Более 2400	7,19	142,84
С 1 мая 2016		6,88	132,43

В табл. 3 и 4 показана динамика роста тарифов в процентах по централизованной поставке горячей воды и отопления потребителям.

Таблица 3

Темп прироста на средневзвешенного тарифа централизованной поставки горячей воды, %				
	С 1 июля 2014	С 8 мая 2015	С 1 февраля 2016	С 1 июля 2016
С счетчиком	X	60,09	59,69	198,98
Без счетчика	X	57,59	59,11	193,13

Табл. 3 показывает, что рост тарифов, которые действуют с 1 июля 2016 г. по отношению к тарифам, которые действовали с 1 июля 2014 г. по 8 мая 2016 г. вырос на 193,13% без счетчика и на 198,98 % со счетчиком.

Таблица 4

Темп прироста тарифа на централизованное отопление, %				
	С 1 июля 2014	С 8 мая 2015	С 1 февраля 2016	С 1 июля 2016
грн./м.кв. С счетчиком	X	68,64	68,17	222,76
грн./Гкал. Без счетчика	X	70,15	70,15	223,25

Тарифы на централизованное отопление показанные в табл. 4, которые действуют с 1 июля 2016 г. по сравнению с тарифами, которые действовали с 1 июля 2014 г. по 7 мая 2016 г. выросли на 222,76 % со счетчиком и на 223,25 % без счетчика.

В табл. 5 прослеживается, что с 1 мая 2012 г. по 31 мая 2014 роста тарифов по категориям до 150 кВт и от 150 кВт до 800 кВт не наблюдается. Активный рост тарифов начинается с 1 июня 2014 и по состоянию на 1 сентября 2016 по сравнению с 1 мая 2012 составил 154,82 % по категории до 150 кВт и 253,62 % по категории от 150 до 800 кВт.

Для населения проживающего в сельской местности рост тарифов, за тот же период и по тем же категориям, составил 175,46 % и 282,56 % соответственно.

Таблица 5

Темп прироста коммунальных тарифов, %								
	01.05- 30.06.2012 (базисный период)	01.07 – 30.09.12	01.10.12 – 31.05.14	01.06.14 – 31.03.15	<b>01.04 – 31.08.15</b>	01.09.15 – 29.02.16	01.03 – 31.08.16	С 1.09.16
<b>Объем, кВт. ч.</b>	<b>1.1. Населению (в том числе которое проживает в жилых домах,</b>							
До 150 (с 1 апреля 2015 года до 100 кВт. ч.)	X	0,00	0,00	10,06	<b>30,62</b>	62,74	103,43	154,82
От 150 до 800 (с 1 апреля 2015 года от 100 до 600)	X	0,00	0,00	14,97	<b>72,70</b>	116,28	171,38	253,62
Свыше 800 (с 1 апреля 2015 свыше 600)	X	75,00	75,00	144,96	<b>157,13</b>	170,29	185,09	199,34
	<b>1.2. Населению, которое проживает в сельской местности:</b>							
До 150 (с 1 апреля 2015 года до 150)	X	0,00	0,00	9,95	<b>41,20</b>	75,93	119,91	175,46
От 150 до 800 (с 1 апреля 2015 года от 150 до 600)	X	0,00	0,00	14,95	<b>86,83</b>	133,99	193,59	282,56
Более 800 (с 1 апреля 2015 года более 600)	X	89,32	89,32	165,01	<b>178,17</b>	192,41	208,42	223,84

Рост тарифов на различные коммунальные платежи составил от 154,82 % за потребление электроэнергии до 855,56 % на газ. Возросшие тарифы в условиях, когда основная масса населения получает зарплату в размере 1500-3000 грн, постоянном росте цен, а за 2014-2016 инфляция составила более 60 %, не позволяет говорить об достойном уровне жизни.

### Литература

1. Национальная комиссия, которая осуществляет государственное регулирование в сфере энергетики и коммунальных услуг [Электронный ресурс] / Режим доступа – <http://www.nerc.gov.ua/> – Заглавие с экрана.

## **ЗНАЧИМОСТЬ ЛОГИСТИКИ ДЛЯ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Все субъекты хозяйственной деятельности во взаимосвязи составляют единое экономическое пространство, где на каждом предприятии производственные факторы взаимодействуют друг с другом и обеспечивают выпуск товаров и предоставление услуг. При этом в любом случае предприятие функционирует в условиях ограниченных ресурсов, в чем собственно и заключается экономическая постановка вопроса. В соответствии с экономическими законами оно может действовать так, чтобы: максимизировать свои результаты (т. е. при заданном объеме производственных ресурсов, стремиться к наибольшему выпуску продукции); минимизировать расход производственных ресурсов при определенном объеме выпуска продукции; оптимизировать результаты (т. е. затраты и результаты должны находиться в определенном оптимальном сочетании).

Находясь в составе экономической системы более высокого порядка, предприятия, производящие продукцию, не могут обойтись без взаимодействия с другими организациями, составляющими инфраструктуру рынка. Экономические и организационные связи предприятий-производителей товаров и услуг дают возможность осуществить обменные процессы и довести изготовленную продукцию до потребителя. В этой сфере весь ход экономического развития востребовал логистику, способную обеспечить высокое качество поставок, специализируясь на обменных потоках ресурсов и готовой продукции [1].

Приоритетными направлениями в решении экономических проблем логистики в настоящее время становится высокий уровень возможности

приспособления хозяйствующих субъектов к интересам потребителей и конъюнктуре рынка, в чем логистика и является главным инструментом.

Условием эффективности стратегии и тактики логистики становится организация гармоничного производства и сбыта, интеграция логистической деятельности в основных сферах воспроизводства (производстве, снабжении, распределении) с целью оптимизации ресурсов при организации бизнеса и реализации корпоративной стратегии.

Отличительной чертой логистики служит не только ее ориентация на фирму как основное звено экономики, но и способность стать средством организации ресурсосберегающего алгоритма предпринимательской деятельности.

Для логистики характерна сложная комбинация высокой значимости и больших затрат. Она влияет на степень удовлетворения потребителей, воспринимаемую ценность продукта, операционные издержки, прибыль, а также на все остальные показатели, свидетельствующие о деятельности организации. Предприятия, которые перешли на организацию производства по принципам логистики, в настоящее время, могут рационально организовывать производственный цикл своего предприятия; осуществлять закупку сырья и материалов; выбирать поставщиков, организовывать процесс производства продукции. На фоне значительного роста интереса к логистике со стороны предприятий и отдельных правительственных институтов существует недостаточное восприятие логистики в обществе. Это обстоятельство порождает необходимость выполнения в этом направлении дальнейших исследований.

### **Литература**

1. [http://studme.org/1754090614318/logistika/ekonomicheskoe\\_obespechenie\\_logistiki\\_sistema\\_pokazateley\\_otsenki\\_effektivnosti\\_logistiki](http://studme.org/1754090614318/logistika/ekonomicheskoe_obespechenie_logistiki_sistema_pokazateley_otsenki_effektivnosti_logistiki).
2. Коломейцев Г. Опыт организации производственной логистики // Логистика и система. – 2014. – № 1. – С. 14–17.

## **АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННЫХ КАЧЕСТВ ЦЕННЫХ БУМАГ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Фондовый рынок является важным составляющим элементом финансового рынка, который обеспечивает распределение денежных средств между участниками экономических отношений. Благодаря данному распределению и перемещению временно свободных денежных ресурсов из одной сферы в другую и от одного экономического субъекта другому проявляется главная функция рынка ценных бумаг. Отношения на фондовом рынке осуществляются посредством выпуска специальных документов – ценных бумаг, которые отражают связанные с ними имущественные права, могут самостоятельно обращаться на рынке и быть объектом купли-продажи, иных сделок, служат источником получения регулярного или разового дохода, выступают разновидностью денежного капитала.

Актуальность этой темы обусловлена тем, что на сегодняшний день игра на мировой бирже становится все более популярным занятием, а у некоторых людей и профессией. Благодаря тому, что экономика развивается и растет, игра на бирже становится еще и выгодным вложением средств. А чтобы получить максимальный доход от своих вложений инвестор должен анализировать инвестиционные качества ценных бумаг и уметь правильно выбрать метод их оценки.

Инвестиционные качества ценных бумаг являются тем параметром, на который необходимо обращать внимание при покупке или продаже акций, облигаций, векселей и других видов ценных бумаг. В настоящее время

финансовые аналитики выделяют несколько основных инвестиционных качеств ценных бумаг: доходность, обращаемость, ликвидность и риск [1].

В финансовой практике для оценки инвестиционных качеств ценных бумаг применяются методы фундаментального и технического анализа. Фундаментальный анализ основан на оценке эффективности деятельности предприятия-эмитента. Он связан с изучением комплекса показателей финансового состояния организации, общих тенденций отрасли, конкурентоспособности продукции на данный момент и в перспективе. Данные для фундаментального анализа берутся из балансов, отчетов о прибылях и убытках и других материалов, публикуемых компанией-эмитентом.

Другой вариант фундаментального анализа – факторный анализ. Он опирается на изучение взаимовлияния отдельных факторов на динамику цен финансовых инструментов в настоящем периоде и прогнозирование значений, этих факторов в будущем. Выводы, сделанные с его использованием, позволяют определить соотношение между стоимостью ценной бумаги эмитента с реальной стоимостью активов, денежными поступлениями, спрогнозировать доход. Фундаментальный анализ предназначен для обоснования решения о целесообразности инвестирования средств.

Технический анализ основан на оценке рыночной конъюнктуры и динамики курсов ценных бумаг. Методика технического анализа исходит из того, что все фундаментальные факторы суммируются и отражаются в движении цен на фондовом рынке. Объектами технического анализа являются показатели спроса и предложения ценных бумаг, динамика курсовой стоимости, общие тенденции движения курсов ценных бумаг на фондовом рынке. Технический анализ позволяет спрогнозировать моменты, когда целесообразно производить покупку или продажу ценной бумаги, относительно оценить темпы изменения и прирост курсовой стоимости [2].

Главное для инвестора понять, какую акцию необходимо ему купить или продать, чтобы преумножить свои денежные средства. В соответствии с этим

необходимо знати, чем те или иные ценные бумаги отличаются друг от друга, какие инвестиционные качества подлежат оценке и с помощью каких методов возможно осуществить их анализ.

### **Литература**

1. Берднякова Т. Б. Рынок ценных бумаг и биржевое дело / Т. Б. Берднякова.– М. : ИНФРА-М, 2000.– 270 с.
2. Решетняк Е. И. Операции с ценными бумагами : учеб. пособие / Е. И. Решетняк. – Харьков : Изд-во НУА, 2005. – 179 с.
3. Кравченко Ю. Я. Ринок цінних паперів: навчальний посібник / Ю. Я. Кравченко., Ю. Я. Кравченко. – Київ : Дакор, КНТ, 2008 – 664 с.
4. Терещенко Г. М. До питання ринкового регулювання ринку цінних паперів / Г. М. Терещенко // Фінанси України. – 2006. – № 12. – С. 79–87.

**Коробко А. В.**

**студент 4 курсу факультету «Економіки та менеджменту»**

*Національна академія Національної гвардії України*

### **СПЕЦИФІКА УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ КОЛЕКТИВОМ**

Давно відомо, що колектив – це дещо більше, ніж просто логічне впорядкування працівників, які виконують взаємопов'язані задачі. Теоретики і практики управління зрозуміли, що організація є також і соціальною системою, в якій взаємодіють окремі особи, формальні і неформальні групи. Саме від психологічного клімату, від настрою кожного працівника залежить і продуктивність праці, і здоров'я працівників [1].

Проблемам теорії, методології і практики управління персоналом присвятили велику кількість наукових праць закордонні і вітчизняні економісти: Амоша О. І., Друкер П. Ф., Журавльов П. В., Колпаков В. М., Лобанов А. А., Пагрушев В.Д., Стрибук О. І., Шекшня С. В. та ін. Однак

внаслідок складності й багатоаспектності цієї проблеми в сучасних умовах існують питання, розроблені не цілком.

При правильному використанні людських ресурсів в організації, при вірній обробці конфліктних ситуацій виникає певний прорив, синергетичний ефект, і організація стає чимось більшим, ніж просто відкрита система. Керівництво колективом – це поєднання науки і мистецтва. З погляду американського менеджменту, суть керівництва полягає в тому, щоб виконувати роботу не своїми, а чужими руками. Насправді ще складніша задача – примусити працювати не тільки чужі руки, але і чужі голови. Тому не вірно сподіватися тільки на себе, вважаючи себе всезнаючим і всесильним. Ніколи не слід робити самому те, що можуть і повинні виконувати підлеглі.

Виконання кожного завдання слід обов'язково контролювати і оцінювати; відсутність контролю може навести працівника на думку про непотрібність виконуваної ним роботи [1].

Кожне досягнення працівника і його ініціативу потрібно негайно відзначити. Можна дякувати підлеглому у присутності інших співробітників. Людину підбадьорює позитивна оцінка його дій і засмучує, якщо не помічають і не цінують успіхів в роботі. Коли працівник опиняється в чомусь талановитішим та успішнішим за свого керівника, не треба розцінювати цей фактор як негативний, а навпаки, репутація підлеглих – це похвала керівнику і його заслуга.

Якщо підлеглий вчинив не правильно, не треба робити йому зауваження в присутності інших осіб, співробітників або підлеглих, адже приниження людини – не кращий спосіб виховання.

Ні в якому разі не треба критикувати людей. Більш конструктивною буде критика їх помилок з вказівкою на ті недоліки, через які були здійснені подібні помилки. І вже тим більше не потрібно вказувати на ці недоліки в людині, він має зробити всі висновки сам. В конфліктній ситуації згубним буде вживання різких, образливих слів.

Дуже важливо: іскра пошани і тим більше симпатії, яка виражається з боку керівника, здатна зарядити його на творчу самовіддану роботу і породити високі результати.

Керівник має точно висловлювати свої думки, адже легко сформульована думка дає ґрунт для спілкування, позбавляє від потенційної можливості конфлікту, викликаного непорозумінням.

Уміння керівника відстояти інтереси колективу і кожного з підлеглих – спосіб завоювання авторитету і об'єднання працівників в єдину групу [2].

Довіра чи недовіра – найважливіша якість особи, від якої залежить соціально-психологічний клімат в колективі. Але гірше всього – відчуття підозри. Недовіра керівника майже завжди породжує недовіру з боку підлеглих. Проявляючи недовіру до людей, людина майже завжди обмежує можливість взаєморозуміння, а значить, і ефективність колективної діяльності.

Ефективне управління і розвиток підприємства багато в чому визначаються особовими і професійними якостями самого керівника підприємства, ступенем усвідомлення ним необхідності вчитися самому і сприяти навчанню інших, щоб відповідати соціально-економічному середовищу, яке постійно змінюється.

### **Література**

1. Друкер П. Ф. Аналіз ефективності управління / П. Ф. Друкер, О. І. Стрибук // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 4. – С. 88–97.
2. Мескон М. Основні засади управління персоналом / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі // Ефективний керівник. – 2008. – № 11. – С. 50–53.

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЫВОДА НА РЫНОК НОВОГО ПРОДУКТА**

Вывод нового продукта на рынок – это сложный, и последовательный процесс, охватывающий огромное количество аспектов, при котором необходимо найти максимально оптимальное решение, которое соответствует как требованиям рынка, так и производительным мощностям предприятия. Вывод нового продукта на рынок позволяет организации утвердиться на конкретном ценовом сегменте, усилить конкурентоспособность, расширить свой объем продаж продукции. Для уменьшения рисков неудачного выхода на рынок новой товарной единицы необходимо смоделировать процесс принятия решения, которые обеспечит выбор оптимального варианта нового продукта, стратегии и тактики его реализации.

Данной темой занимался ряд авторов, включая: И. Князь, Н. Просторову, А. Ренарда, А. Закатову. В своих работах они описывали проблемы с которыми сталкиваются производители при выводе новой продукции на рынок и основные методы их преодоления. Несмотря на все проведенные исследования и написанные работы, проблема является недостаточно раскрытой.

Целью написания работы является исследование теоретических аспектов вывода новой товарной единицы на рынок.

Разработка и выведение новой товарной единицы или услуги обусловлены рядом целей, которые могут быть при этом достигнуты. Предшествующей фазой вывода нового продукта на рынок является его разработка. Процесс разработки и вывода нового товара на рынок проходит в несколько этапов [1]:

1. Возникновение идеи нового товара;
2. Разработка концепта нового товара (овеществление идеи);

3. Разработка маркетинговой стратегии, которая включает в себя:

а) анализ возможностей производства и сбыта, потенциально объема продаж, прогнозирование затрат и прибыли, планирование цены;

б) разработку товара (технологии производства и позиционирование торговой марки).

4. Выведение товара на рынок.

Также следует учитывать, что существует группа факторов, влияющих на выведение нового товара на рынок негативно, в нее входят: отсутствие отличительного свойства или уникального преимущества товара, нечеткое определение товара или рынка до его разработки, неэффективность технологических операций, переоценка степени привлекательности рынка[2].

Для того, чтобы понять насколько проект вывода нового продукта на рынок оказался успешным можно воспользоваться подсчетами показателей увеличения выручки и повышения выработки при внедрении нового продукта, роста чистого дохода предприятия при внедрении нового продукта, оценить рентабельность инвестиций при внедрении нового продукта [3].

Вывод нового товара на рынок производственной компанией – важная комплексная, многофункциональная организационная задача, которая максимально влияет на жизнеспособность предприятия и зачастую определяет его дальнейшую деятельность.

### **Литература**

1. Исмаилова Ш. Т. Методические основы формирования ситуационного управления конкурентоспособностью производственных предприятий / Ш. Т. Исмаилова, М. Ю. Магомедов, В. Б. Мелехин // Экономическое возрождение России. – 2005.– № 1(3).

2. Стратегический маркетинг. Разработка нового товара или услуги: как избежать ошибок и рисков. Кеворков В. В. – 10 дек. 2008  
[http://www.elitarium.ru/2008/12/10/razrabotka\\_tovara\\_uslugi.html](http://www.elitarium.ru/2008/12/10/razrabotka_tovara_uslugi.html)

3. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие. – 7-е изд., испр. – М. : Новое знание, 2002. – 704 с.

**Кучерова М. А., БУ-41**

*Харківський гуманітарний університет «НУА»*

## **ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ**

Сьогодні, коли світова економіка знаходиться у стані динамічного розвитку та спостерігаються тенденції до глобалізації бізнесу, вітчизняним підприємствам для забезпечення конкурентоспроможності необхідно постійне і влучне визначення своєї довгострокової стратегії, інформацію для розробки якої може надати стратегічний управлінський облік. Бухгалтерський облік є основною системою, яка формує інформаційне середовище суб'єкта господарювання. Але інформація у ній базується на формалізованих показниках, які не надають повної інформації про вплив зовнішніх факторів, і це не дозволяє вимірювати рівень конкурентоспроможності підприємства. А система стратегічного обліку забезпечує комунікацію між усіма складовими системи управління конкурентоспроможності підприємства, що робить її впровадження необхідним. Визначили зміст, предмет та метод стратегічного управлінського обліку такі вчені як В. Ф. Несветайлов, К. Уорд, П. Й. Атамас, А. В. Шайкан, С. Ф. Голов, К. Друрі, С. Каплан, О.Е. Ніколаєва та інші. Проте проблема системи стратегічного обліку залишається недостатньо дослідженою.

Основною відмінністю традиційного обліку від управлінського є те, що пріоритетними функціями останнього стали не контрольно-адміністративні, а аналітично-оптимізаційні. Крім того, стратегічний управлінський облік забезпечує включення в аналіз впливу факторів макросередовища на господарську діяльність підприємства. При цьому основною метою

управлінського обліку є забезпечення всіх рівнів управління плановою, фактичною та прогнозною інформацією задля прийняття рішень.

Основними принципами стратегічного управлінського обліку є:

- 1) структуризація фінансово-господарської діяльності;
- 2) визначення й оцінювання прогнозних, запланованих і фактичних показників діяльності підприємства;
- 3) регламентація бізнес-процесів та операційного обліку відповідно до міжнародних нормативів.

Процес стратегічного управлінського обліку включає в себе не тільки власне облік, але й стратегічний аналіз, стратегічне планування та стратегічний контроль. При цьому на практиці досить важко відокремити один елемент стратегічного управлінського обліку від іншого. Так, стратегічний аналіз спрямований на визначення стану господарської діяльності підприємства в конкретний момент часу. При стратегічному плануванні розробляються плани довгострокового характеру, які призначені для досягнення довгострокових цілей. Роль стратегічного контролю полягає у відстеженні та контролі за досягненням поставлених цілей і забезпеченням повернення до стадії прийняття рішень.

Проведене дослідження надало змогу зробити деякі висновки:

- 1) стратегічний управлінський облік є альтернативою облікової системи;
- 2) у даний період часу в науковому середовищі відсутня єдина думка щодо сутності, мети, принципів ведення стратегічного управлінського обліку;
- 3) стратегічний управлінський облік є необхідною інформаційною системою для прийняття стратегічних управлінських рішень в умовах невизначеності і ризиків, які притаманні сучасному економічному середовищу України.

## Література

1. Гуцаленко Л. Стратегічний облік і контроль у формуванні фінансових результатів / Л. Гуцаленко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. – №12. – С. 24–32.
2. Мошковська О. А. Концептуальні засади стратегічного управлінського обліку / О. А. Мошковська // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 12 (138). – С. 151 – 159.

**Лашин П. М.**, аспірант

*Харьковский гуманитарный университет «НУА»*

## **ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИНСТИТУТА ФИНАНСОВОГО ОМБУДСМЕНА В УКРАИНЕ**

В условиях политической и экономической нестабильности в Украине возникла необходимость совершенствования механизмов взаимодействия финансового и реального сектора, в особенности механизма кредитования. Со стороны кредиторов проблема заключается в снижении способности заемщиков своевременно погашать кредиты, увеличении риска невозврата кредитных средств. Со стороны заемщика, проблемами являются высокие процентные ставки по кредитам, а при кредитовании в иностранной валюте – еще и рост курса валюты, в которой предоставляется кредит. Поэтому возникает необходимость в применении государственных механизмов для решения важного практического задания: установление четких санкций для участников рынка в целях повышения стандартов защиты прав потребителей и инвесторов. Для достижения этой цели целесообразно определить возможности применения института финансового омбудсмена в Украине.

Основная задача создания института финансового омбудсмена в Украине – это имплементация принципов, предусмотренных G20 и директивами ЕС.

А именно: повышение стандартов раскрытия информации о финансовых случаях нарушения прав потребителей финансовых услуг, внедрение механизма защиты прав миноритарных акционеров и повышение прозрачности выплат средств вкладчикам банков, которые ликвидируются.

Работа финансового омбудсмана основывается на взаимодействии кредитных учреждений, на добровольной основе. Для совместной работы банки дают свое соглашение на передачу своих споров с клиентами, а затем они обязаны согласиться с тем решением, которое будет вынесено омбудсменом. Те банки, которые не присоединились к данному институту, могут получать рекомендации об урегулировании конфликта, но не обязаны их исполнять. Новый институт должен стать беспристрастным, независимым и помогать в решении споров мирным путем, не доводя дело до суда [1].

Международная практика применения данного институционального механизма достаточно широка. Процедуру с участием омбудсмана первым из финансово-экономических союзов ввел в обиход Союз немецких банков (VdB) в июле 1992 г. С этого времени быстрая и небюрократизированная внесудебная процедура по разбору жалоб клиентов омбудсменом стала неотъемлемым элементом общей концепции работы с потребителями немецких частных банков. На практике эта процедура приносит пользу не только непосредственно участвующим в ней клиентам и банкам, но и органам юстиции. Например, в Армении, Австралии, Великобритании, Малайзии, Нидерландах, Финляндии финансовый омбудсмен является единым для всего финансового сектора, в Бельгии, Канаде, Греции, Италии, Казахстане, Новой Зеландии, Польши, Швейцарии - это отдельный орган для одного или более сегментов финансового рынка. В форме комитета по делам защиты прав потребителей омбудсмен представлен в Дании и Швеции, в качестве департамента жалоб в составе финансового регулятора на Мальте и в Испании. В Латвии и Литве он функционирует в рамках государственного органа по защите прав потребителей [2].

В Украине споры между потребителями и банками рассматриваются исключительно судами и в ограниченных случаях направляются жалобы регуляторам. Причем эффективность такого взаимодействия довольно низкая. Поэтому доверие к судам в 2016 году составляет 5%. Суды демонстрируют свою неэффективность, затягивание рассмотрения дел и коррумпированность в решении споров. В ЕС успешно функционируют более 50 подходов с внесудебного урегулирования споров в сфере финансовых услуг.

Институт финансового омбудсмена является эффективным механизмом альтернативного, внесудебного разрешения споров между финансовыми учреждениями и потребителями финансовых услуг, который не только защитит потребителей финансовых услуг, но и упростит и сделает дешевым.

Другой важной особенностью финансового омбудсмена является решение финансовых спорных вопросов, в которых фигурируют крупные суммы денег. Существование института финансового омбудсмена позволяет во многих случаях избежать длительной и полной бюрократических преград процедуры урегулирования конфликта между финансовым учреждением и его клиентами, как это бывает при обращении одной из сторон спора в суд.

### **Литература**

1. Институт финансового омбудсмена в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mosmediator.narod.ru/index/0-700>.
2. Міжнародна мережа фінансового омбудсмена (INFO): конференція 2008 р. США НьюЙорк [Електронний ресурс]. – Режим доступу // [www.banking-adjudicator.org/bw/events.html](http://www.banking-adjudicator.org/bw/events.html)..

## **ВИДЫ АНТИКРИЗИСНЫХ СТРАТЕГИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Современные условия хозяйствования предприятий Украины являются нестабильными, кризисными и это приводит к тому, что предприятия становятся «уязвимыми». Постоянное давление проблем внешней и внутренней среды компаний ведет к необходимости использования ими специального аппарата управления, такого как антикризисные стратегии.

Среди отечественных ученых, которые уделяли внимание исследованию разработки антикризисного управления необходимо отметить труды: И. А. Бланка, В. А. Василенко [1], В. М. Гееца, Л. А. Лигоненко [2], А. А. Терещенко [3], А. А. Чухно [4] и других.

Стратегия – это управленческий план, направленный на укрепление позиций организации, удовлетворение потребностей ее клиентов и достижение определенных результатов деятельности [5, с. 16].

По мнению В. А. Василенко, антикризисное управление – это управление, которое направлено на предвидение опасности кризиса, анализ его симптомов и устранение угроз появления кризисных ситуаций, а в случае их появления – анализ и принятие быстрых мер ликвидационного характера с наименьшими потерями и негативными последствиями [1, с. 122].

По мнению автора, антикризисная стратегия – это комплекс управленческих программ и мероприятий, направленных на предотвращение или преодоление кризисной ситуации в компании.

Существует ряд классификаций антикризисных стратегий по различным критериям.

В табл. 1 на основании изучения литературных источников [7, С. 134, 8, С. 107] автором сформулированы виды антикризисных стратегий предприятия в зависимости от его экономического и финансового состояния.

Таблица 1. Виды антикризисных стратегий

Виды антикризисных стратегий	Условия применения	Цель	Мероприятия
Восстановления (стабилизации)	При ликвидации последствий кризиса и обеспечении возврата предпринимательской структуры к предкризисному состоянию в части ее деловой активности, экономической и финансовой устойчивости.	Остановить падение прибыли, обеспечить снижение оттока денежных средств и их быстрый приток.	Концентрация на тех производственных областях, в которых предприятие имело наибольший успех и опыт работы; усиление контроля за движением денежных средств.
Поворота (трансформации)	При обострении ситуации и ослаблении ключевых сторон деятельности организации.	Кардинальные изменения в деятельности с целью уравнивания доходов с расходами.	сокращение расходов; изменение ценообразования; переориентация; разработка нового товара; рационализация ассортимента товаров; сосредоточение на продажах и рекламе.
Выхода	При условии невозможности использования предыдущих стратегий	Минимизация ущерба.	Изъятие инвестиций; выкуп предпринимательской структуры у собственника.

Таким образом, в зависимости от состояния деятельности предприятия необходимо выбирать определенный вид антикризисной стратегии. От правильного выбора антикризисной стратегии будет напрямую зависеть степень эффективности ее применения.

По содержательным характеристикам и способам осуществления, кроме перечисленных видов, выделяют маркетинговую, производственную (ресурсную), инновационную, финансовую и кадровую стратегии [3].

Использование инструментов антикризисных стратегий является необходимым в современных условиях существования предприятий, в которых важным является своевременное реагирование с целью предупреждения и преодоление кризисной ситуации.

### Литература

1. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством : [навч. посібник] / В. О. Василенко. – [2-е вид., виправл. і доп.]. – Київ : Центр навчальної літератури. – 2005. – 504 с.

2. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. / Л. О. Лігоненко, М. В. Тарасюк, О. О. Хіленко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – 2005. – 377 с.

3. Терещенко О.О. Управління фінансовою санацією підприємств: підручник / О. О. Терещенко – Київ: КНЕУ, 2006. – 552 с.

4. Чухно А. А. Сучасна фінансово-економічна криза: природа, шляхи і методи її подолання / А. А. Чухно // Економіка України. – 2010. – № 1. – С. 4–18.

5. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М : «Банки и биржи», «ЮНИТИ». – 2008. – 518 с.

6. Череп А. В. Управление предприятием в условиях кризиса. / А. В. Череп, С. В. Северина. // Экономическое пространство. – 2010. – № 37. – С. 6-7.

7. Чернова А. А. Типология и условия применения антикризисных стратегий. / А. А. Чернова. // Статистика и экономика. – 2016. – № 1. – С. 133 – 135.

8. Тактаров Н. Н. Виды антикризисных стратегий предприятий. / Н. Н. Тактаров. // Успехи современного естествознания. – 2004. – № 7. – С. 106–107.

## **МНОГОМЕРНЫЙ СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КАК ОСНОВНОЙ МЕТОД ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В нынешних условиях, когда рыночная среда очень нестабильна, проблема повышения конкурентоспособности является очень важной для любого предприятия. Важным условием обеспечения эффективности компании является оптимальное использование всех имеющихся у нее ресурсов и обеспечение непрерывного развития всех бизнес-процессов с учетом взаимодействия с поставщиками и клиентами и партнерами предприятия и формирование конкурентных преимуществ за счет установления эффективных партнерских взаимоотношений. Необходимость оценки конкурентоспособности присутствует и для всех рынков сбыта Украины, в том числе и рынка канцелярских принадлежностей, который по оценкам специалистов имеет довольно устойчивые тенденции развития, однако характеризуется высоким уровнем конкуренции (присутствие на рынке большого числа крупных, средних и мелких игроков), зависимостью от развития смежных отраслей.

Исходя из анализа сущности конкурентоспособности, а также многообразия ее видов и факторов, которые оказывают влияние на ее формирование можно отметить, что осуществление анализа и оценки конкурентоспособности является сложным и многогранным процессом. Анализ показал, что существует множество разнообразных подходов, методов и моделей, на основании которых осуществляется оценивание конкурентоспособности. Подходы оценивания конкурентоспособности зависят от множества факторов: от объекта оценки, целей проведения, количества оцениваемых объектов, доступа к информации, периодичности оценивания и пр. Несмотря на многообразие существующих подходов в силу актуальности

проведения таких исследований разнообразие методов оценки конкурентоспособности предприятий увеличивается. К числу наиболее перспективных методов проведения такой оценки относятся методы многомерного сравнительного анализа.

Целью работы является анализ существующих методов многомерного сравнительного анализа и возможность применения их к оценке конкурентоспособности украинских предприятий на рынке канцелярских принадлежностей.

Многомерный сравнительный анализ применяется для сопоставления результатов деятельности нескольких предприятий на основе системы нескольких показателей. Методы многомерного сравнительного анализа принято объединять в общую группу сравнительной комплексной оценки, которая может быть при подборе соответствующей системы показателей применима для оценки уровня конкурентоспособности предприятий на анализируемом рынке [1].

Методы сравнительной комплексной оценки при определении уровня конкурентоспособности могут быть применимы в таких ситуациях, как: необходимости сопоставления работы нескольких хозяйственных субъектов по имеющимся данным об их деятельности на основе единой системы показателей, отражающей конкурентоспособность; осуществлении комплексной оценки при сопоставлении изменения уровня конкурентоспособности анализируемого хозяйственного субъекта во времени. Основным условием применимости методов сравнительной комплексной оценки конкурентоспособности различных предприятий является соглашение о возможной соизмеримости разнообразных по своей сути показателей. Следовательно, сопоставление показателей при оценке конкурентоспособности осуществляется не по абсолютным значениям, а на основе их относительной вариации.

К числу методов сравнительной комплексной оценки могут быть отнесены следующие: метод суммирования значений всех показателей, метод суммы мест, метод суммы баллов, метод расстояний, таксонометрический метод [2-3].

Подводя итог, можно сказать, что применение методов многомерного сравнительного анализа для оценки конкурентоспособности предприятий имеет общий для этих методов недостаток, связанный с невозможностью совмещения наряду с количественной оценкой возможности осуществлять и качественную оценку. Также, важным недостатком данных методов является невозможность учета динамики показателей, характеризующих конкурентоспособность, что может быть важным при необходимости учета стадии жизненного цикла предприятия на рассматриваемых рынках сбыта. Вследствие чего, можно сделать вывод о необходимости разработки комплексных методов оценки конкурентоспособности предприятий с возможностью совмещения как качественных, так и количественных показателей и оценки стадии жизненного цикла предприятий-конкурентов, что обуславливает актуальность и перспективность дальнейших исследований в данном направлении.

### **Литература**

1. Литвинова В. А. Повышение корректности сравнительных оценок конкурентоспособности продукции на основе таксономического анализа / В. А. Литвинова // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2012. – № 5 [31]. – С. 97 – 101.
2. Янковой А. Г. Многомерный анализ в системе STATISTICA / А. Г. Янковой. – Одесса : Оптимум. 2001. – Вып. 1. – 216 с.
3. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в эконометрическом моделировании / В. Плюта / Пер. с польск. – М. : Финансы и статистика, 1989. – 175 с.

Локойда К. И., аспирант

*Харьковский гуманитарный университет «НУА»*

## **ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ УКРАИНЫ**

Стратегию промышленной политики страны определяют структура и состояние экономики в целом, количество и качество трудовых ресурсов, гибкость рынка труда, а также возможность предвидения какие товары и услуги будут востребованы мировым сообществом в будущем. На сегодняшний день не существует единой теории, которая категорично ответила бы на вопрос о целесообразности стимулирования государством экономического развития. Поэтому исследователи предлагают в выработке государственной политики учитывать не только собственные упущения, но и анализ причин провалов рынка [1].

Тем не менее, хотя риски «провалов» промышленной политики нельзя полностью устранить, их можно существенно уменьшить. В этой связи очень важным является вопрос о том, как государству следует проводить свою политику и какой должна быть модель организации «институтов развития». Характерной чертой промышленной политики Украины является экспорт продукции с низкой добавленной стоимостью, преимущественно сырья, а не продукты его переработки. Реализация промышленной политики в отрыве от внедрения институциональных изменений, особенно в организации отдельных секторов, создает существенные ограничения в получении позитивных результатов и высокие риски внесения чрезмерных искажений в рыночную среду. Однако в силу внутривнутриполитических причин и тотального недоверия к частной инициативе государство больше тяготеет к использованию прямых государственных вложений, чем к реализации мер, направленных на формирование более благоприятных условий ведения бизнеса. Прямые

инструменты поддержки крайне чувствительны к уровню компетентности бюрократического аппарата и государственного менеджмента, содержат высокие коррупционные риски, что слишком часто приводит к дискредитации инструмента в целом.

Если анализировать особенности формирования и реализации промышленной политики в странах мира, то можно сделать следующий вывод. Каждая модель промышленной политики имеет свой уровень селективности по отношению к экономическим субъектам, определяемый набором инструментов и средств, которые тем или иным способом влияют на перераспределение финансовых ресурсов. В частности, для жесткой («вертикальной» или «государственно ориентированной») политики уровень селективности – самый высокий, для мягкой («горизонтальной» или «рыночно ориентированной») – самый низкий. Жесткая («вертикальная») промышленная политика характеризуется непосредственным и активным вмешательством государства в сферу производства, регулированием деятельности естественных монополий.

Следует отметить, что устоявшейся практикой при реализации государственной промышленной политики в странах мира является отсутствие специализированных министерств по «промышленной политике». Системная реализация государственной промышленной политики осуществляется или «чистыми» министерствами промышленности, или чаще всего министерствами, совмещающими такие сферы государственного регулирования, как экономика, финансы, промышленность и торговля (пример – министерство экономики, финансов и промышленности Франции) [3].

При осуществлении технологической модернизации в Украине важно не ошибиться с выбором ее модели. В мире наиболее распространенными оказались модель «технологического прорыва», в которой делается ставка на собственные «прорывные» технологии и инновации, и модель «догоняющей модернизации», в основу которой положены технологические заимствования. Нельзя однозначно утверждать, что какая – то из этих моделей несомненно

лучше или, наоборот, хуже другой. Их эффективность целиком зависит от экономического и технологического уровней развития страны по сравнению с другими. Первая модель срабатывает в развитых странах – лидерах, которые вплотную подошли к технологической границе мирового развития или находятся на ней, а вторая – в развивающихся странах.

По мнению Кинзерского Ю. В., при формировании институциональных механизмов промышленной политики не следует пренебрегать возможностями технологических заимствований и рассчитывать исключительно на собственные инновации. В данном случае следует остановиться на «золотой» середине – использовать преимущества технологических заимствований и одновременно продвигать собственные, готовые к внедрению, которое способно обеспечить масштабную и всеохватывающую модернизацию. Основываясь на выводах В. Полтеровича, Кинзерский Ю. В. аргументирует, что преждевременная ориентация на «инновационное» развитие» вызывает ассоциации с политикой «большого скачка» и может привести к неэффективному использованию, разбазариванию ресурсов [2]. В задаче заимствования цель определена гораздо четче по сравнению с инновационным развитием. Используя «улучшающие» инновации на базе заимствованных, накопление «критической массы» открывает путь уже к собственным «прорывным» технологиям».

#### **Литературы:**

1. Полтерович В. М. Политическая культура и трансформационный спад / В. М. Полтерович. Экономика и математические методы, 2002, т. 38, вып. 4. – С. 95–103.

2. Киндзерский Ю. В. К основам стратегии и политики развития промышленности // Экономика Украины. – 2013. – № 4. – С. 24– 43.

3. Rodrick D. Trade and Industrial Policy Reform in Developing Countries: A Review of Recent Theory and Evidence // NBER working paper No. 4417 – August, 1993.

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ»**

Главной целью работы коммерческих предприятий, которые составляют большинство предприятий Украины, является получение экономической выгоды. Размер экономической выгоды находит свое отражение в финансовых результатах деятельности предприятия. Исходя из вышесказанного, раскрытие экономической сущности и значения понятия «финансовые результаты» является актуальным в рыночной экономике.

Изучением понятия финансовые результаты занимались такие ученые как: И. Т. Балабанов [1], И. А. Бланк [2], А. Б. Борисов [3], А. Е. Жминько [4], А. А. Курилова [5], Н. В. Липчиу [6], Ю. М. Тютюнник, Ю. С. Шевченко, О. С. Филомоненков [9] и др. Несмотря на множество работ экономическая сущность данной категории раскрыта не в полном объеме и требует дальнейшего осмысления и систематизации.

Рассмотрим семантику понятия «финансовые результаты» с точки зрения разных авторов:

- это обобщающий показатель анализа и оценки эффективности (неэффективности) деятельности хозяйствующего субъекта на определенных стадиях (этапах) его формирования (И. Т. Балабанов [1]);
- формируется как разность между доходами и расходами от производственной, финансовой и инвестиционной деятельности (Н. В. Липчиу, Ю. С. Шевченко [6]);
- это сальдо результата от реализации и расходов, понесенных им для его получения (А. А. Курилова [5]);

– это выраженный в денежной форме экономический результат хозяйственной деятельности предприятия, объединения, организации в целом или ее отдельных подразделений (А. Б. Борисов [3]);

– это экономический итог производственной деятельности хозяйствующих субъектов, выраженный в стоимостной (денежной) форме (Ю. М. Тютюнник);

– это разница между общей суммой доходов и затратами на производство и реализацию продукции, т. е. его формирование происходит вследствие взаимодействия многих компонентов как с положительным, так и отрицательным значением (О. С. Филимоненков).

Следует отметить, что в украинском законодательстве не дано четкого определения понятия «финансовые результаты», а только указано, что конечным финансовым результатом работы предприятия является прибыль (убытки). Исходя из анализа определений экономической сущности финансовых результатов, следует отметить, что прибыль предприятия это всегда конечный финансовый результат. А в качестве финансового результата деятельности предприятия может выступать как прибыль, так и отрицательный результат – убыток.

На наш взгляд, экономическая сущность понятия «финансовые результаты» выступает в виде экономического итога хозяйственной деятельности, выраженного в денежной форме. Он выражается приростом или уменьшением стоимости собственного капитала организации, образовавшейся в процессе её предпринимательской деятельности за отчетный период.

Таким образом, проведенные исследования семантики понятия «финансовые результаты», позволили сделать вывод о том, что экономическая сущность финансовых результатов проявляется в характеристике абсолютного эффекта хозяйственной деятельности любого экономического субъекта. Положительный финансовый результат деятельности субъекта

хозяйствования выступает в виде прибыли, которая в современных условиях составляет основу экономического развития предприятия.

### Литература

1. Балабанов И. Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта. / И. Т. Балабанов. – М. : Финансы и статистика. – 2009. – 243 с.

2. Бланк И. А. Финансовый менеджмент. / И. А. Бланк. – Киев : Ника центр Эльга. – 2007. – 521 с.

3. Борисов А. Б. Большой экономический словарь. / А. Б. Борисов. – М. : Книжный мир. – 2003. – 895 с.

4. Жминько А. Е. Сущность и экономическое содержание прибыли. / А. Е. Жминько. // Финансовый анализ. – 2008. – № 7. – С. 60 – 64.

5. Курилова А. А. Хеджирование валютных и товарных рисков с использованием опционов предприятиями автомобильной промышленности. / А. А. Курилова, К. Ю. Курилов. // Аудит и финансовый анализ. – 2011. – № 2. – С. 132 – 137.

6. Липчиу Н. В. Проблемы формирования конечных финансовых результатов деятельности организации. / И. В. Липчиу, Ю. С. Шевченко. // Финансовый анализ. – 2007. – № 7. – С.13–15.

## **УПРАВЛЕНИЕ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Управление капиталом предприятия является одной из наиболее важных направлений его деятельности, поскольку от динамики изменения состояния капитала напрямую зависит размер прибыли предприятия. То есть, чем выше темпы роста собственного капитала, тем больше эффективность хозяйственной деятельности предприятия. Это подтверждает актуальность темы исследования. Результаты исследований процесса управления капиталом современного предприятия освещаются в работах Бланк И. О. [1], Воробьева Ю. М. [2, 3], Тепловой Т. В. [4], Баскакова М. В. [5], Поддерегина А. М., Покропивного С. Ф. [6], Самсонова Н. Ф., Баранниковой Н. П. и др.

Исходя из основных характеристик, выделенных И. А. Бланк [1], можно утверждать, что капитал предприятия это основной фактор производства, который характеризует финансовые ресурсы предприятия, приносящие доход, является главным источником формирования благосостояния его собственников, главным измерителем его рыночной стоимости и важнейшим барометром уровня эффективности его хозяйственной деятельности.

Исходя из проанализированных работ [1; 4; 5] можно сформулировать следующее определение понятия «капитал»: общая стоимость материальных и нематериальных средств, которые инвестированы в формирование его активов. Таким образом, управление капиталом – это комплекс управленческих решений, их реализации, направленных на оптимальное формирование структуры капитала, а также его использование в различных направлениях деятельности предприятия.

Формирование финансового капитала может происходить как за счет внешних, так и внутренних источников собственных средств [2], так же за счет собственного и заемного капитала.

На основании изученных литературных источников [1; 4; 5], автором выделены основные составляющие управления капиталом предприятия: анализ имеющегося капитала предприятия, учет и оценка факторов, влияющих на изменение его структуры и размеров; оптимизация структуры капитала исходя из минимизации степени рисков, стоимости капитала; распределение сформированного капитала по направлениям использования; контроль за состоянием и движением капитала.

В современных реалиях современной экономики характеризующихся не стабильной и динамичной средой, ростом инфляции первостепенной задачей управления капиталом выступает оптимизация его структуры по критериям минимизации рисков стоимости.

### Литература

1. Бланк И. А. Финансовый менеджмент. / И. А. Бланк. – Киев : Ника центр Эльга. – 2007. – 521 с.
2. Воробьев Ю. М. Особенности формирования финансового капитала предприятий // Финансы Украины. – 2001. – № 2. – С. 77–85.
3. Воробьев Ю. М. Теоретические основы финансового капитала предприятия // Финансы Украины. – 2001. – № 7. – С. 62–68.
4. Теплова Т. В. Финансовый менеджмент : управление капиталом и инвестициями. / Т. В. Теплова. – М. : Кнорус. – 2000. – 495 с.
5. Баскаков М. В. Проблемы управления капиталом крупного современного предприятия / М. В. Баскаков. // Экономика промышленности. – 2005. – 32(28). – С. 23–28.
6. Покропивный С. Ф. Экономика предприятий : учебник / С. Ф. Покропивный. – Киев : КНЕУ. – 2000. – 528 с.

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

С переходом на рыночные отношения повышается самостоятельность отечественных предприятий, а также их экономическая и юридическая ответственность. Максимизация прибыли и повышение эффективности производства является главной целью предприятия в рыночных условиях, условиях самокупаемости и самофинансирования предприятий. Достижение высоких результатов деятельности предприятия невозможно без эффективного управления затратами на производство и реализацию продукции.

Вопросы системы управления затратами является важной составляющей управленческой деятельности, поскольку именно соотношение между доходами и расходами предприятия определяет в конечном счете его финансовое состояние, прибыльность и перспективы развития. Формирование рыночных отношений, повышение степени самостоятельности предприятий, усиление конкуренции и риска при работе на рынке, рост масштабов бизнеса обуславливают актуальность управления затратами. Эти вопросы были предметом фундаментального исследования многих известных учёных: А. Смита, К. Маркса, В. Петти, Д. Рикардо, А. Смита, Ф. Кене.

Вопросы управления затратами затронуты в работах Л. И. Абалкина, А. С. Бакаева, М. И. Баканова, В. С. Барда, М. А. Бахрушина, В. М. Гальперина, В. А. Горемыкина, В. Я. Горфинкель, С. М. Игнатьева, Н. П. Кондракова, Б. И. Майданчика, В. Ф. Палий, Г. В. Савицкой, О. С. Савченко, Я. В. Соколова, Э. А. Уткина, В. А. Чернова, А. Д. Шеремета и др. Несмотря на множество работ, вопросы формирования стратегии

управления затратами на отечественных предприятиях требуют дальнейших исследований, связанных со спецификой их работы.

В связи с тем, что отечественные промышленные предприятия из-за старых изношенных фондов и устаревших технологий грешат высоким уровнем затрат по сравнению с западными, стратегия управления их затратами должна быть направлена на обеспечение их относительного снижения, то есть при общем росте затрат на производство и реализацию продукции должна достигаться положительная динамика удельных затрат, устойчивая тенденция снижения удельных затрат на единицу продукции, на гривну выручки от реализации, на единицу полезного эффекта, на единицу ведущего параметра изделия. А по многим изделиям, особенно машиностроения, бытовой техники должно одновременно достигаться снижение затрат у потребителя в процессе использования изделия, его эксплуатации. Поэтому управление затратами даст ожидаемый эффект только в сочетании с разработкой и реализацией программ технического и технологического совершенствования производства, внедрения новейших научно-технических достижений, автоматизации и компьютеризации производства [4, с. 112].

Система управления затратами промышленного предприятия должна обеспечивать:

- ориентацию всех подразделений и персонала на наиболее рациональное использование ресурсов;
- оперативную и достоверную информацию о реально сложившихся затратах и их сопоставлении с нормативами, с затратами конкурентов и по системе benchmarking;
- создание предпосылок для обеспечения предприятию ценового конкурентного преимущества;
- объективную оценку деятельности каждого подразделения, центра ответственности в части эффективного использования ресурсов;

– оценку обоснованности затрат на производство и реализацию продукции, их соответствия реальным условиям деятельности предприятия, объективным возможностям организации;

– взаимосвязь управления затратами со всей системой менеджмента предприятия, бюджетов затрат – со всеми разделами бизнес – плана предприятия.

Система управления затратами предполагает сочетание, взаимосвязь различных методов – прежде всего нормирования, бюджетирования и управленческого учета при ведущей роли нормативного метода управления затратами. При отсутствии на предприятии системы норм и нормативов, четкого порядка их разработки, контроля за соблюдением и анализа отклонений от норм управление затратами, в том числе бюджетирования наблюдается резкий рост затрат.

Состав бюджетов затрат предприятия определяется практическими потребностями управления затратами; например, к бюджету затрат на производство разрабатываются бюджеты второго порядка: бюджет материальных затрат, бюджет затрат на оплату труда и др. К бюджету коммерческих расходов разрабатывается бюджет представительских расходов и т. д. [2, с. 241].

В отечественных реалиях управление системой затрат на предприятии должно основываться на принципе комплексности, вестись по центрам ответственности, охватывать все этапы формирования затрат согласно существующим на предприятии бизнес-процессам, основываться на технологии бюджетирования. Критерием оптимизации системы управления затрат на предприятии должен выступать показатель рентабельности производства.

### **Литература**

1. Царев В. В. Внутрифирменное планирование / В. В. Царев. – Санкт-Петербург : Питер, 2008. – 496 с.

2. Архиреев С. И. Транзакционные издержки и неравенство в условиях рыночной информации : монография / С. И. Архиреев. – Харьков : БизнесИнформ, 2009. – 288 с.

## **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ**

Инвестиционная деятельность представляет собой один из наиболее важных аспектов функционирования любой коммерческой организации. Причинами, обуславливающими необходимость осуществления инвестиционной деятельности предприятия, являются обновление имеющейся материально-технической базы, наращивание объемов производства, освоение новых видов деятельности. Часто предприятие сталкивается с ситуацией, когда имеется ряд альтернативных инвестиционных проектов. В связи с этим, возникает необходимость в сравнении этих проектов и выборе наиболее привлекательных из них по критериям эффективности инвестиционного проекта. В условиях рыночной экономики возможностей для инвестирования довольно много. Вместе с тем объем финансовых ресурсов, доступных для инвестирования, у любого предприятия ограничен. Поэтому особую актуальность приобретает задача оптимизации бюджета капитальных инвестиций [2, с. 65].

Для планирования и осуществления инвестиционной деятельности, перед принятием инвестиционного решения является актуальным и важным процессом проведение экономического анализа. При этом особую важность имеет предварительный анализ, который проводится на стадии разработки инвестиционных проектов и способствует принятию эффективных и обоснованных управленческих решений. Главным направлением предварительного анализа является определение показателей возможной экономической эффективности инвестиций, т. е. отдачи от капитальных вложений, которые предусмотрены по проекту. Как правило, в расчетах принимается во внимание временной аспект стоимости денег.

Оценка экономической эффективности проектов является одной из наиболее трудоемких и ответственных аспектов экономического анализа инвестиционной деятельности предприятия. При этом особое внимание необходимо уделить не только правильности и точности выполнения расчетов показателей эффективности инвестиционного проекта, но и адекватности методов и критериям их оценки.

Проблема оценки привлекательности инвестиционного проекта заключается в определении уровня его доходности (нормы прибыли). Различают множество подходов к решению данной проблемы, в соответствии с которыми методы оценки эффективности инвестиций предлагается разделить на две группы: простые (статические) методы и методы дисконтирования, с учетом фактора времени [1, с. 12]. Статические показатели, используемые в первой группе методов, достаточно просты для понимания и использования, но они не учитывают фактор времени, что является отрицательным фактором при оценке эффективности проектов. В то же время динамические показатели учитывают переменную стоимость денежных средств, полученных и израсходованных в разные годы.

Оценка эффективности инвестиций является наиболее ответственным этапом принятия инвестиционного решения, от результатов которого в значительной мере зависит степень реализации цели инвестирования. Оценка эффективности каждого инвестиционного проекта осуществляется на основе учета преимуществ и недостатков от внедрения тех или иных мероприятий [3]. Некоторое исключение составляют финансовые проекты, эффективность реализации которых зависит от рациональности принятой схемы финансирования. Для анализа эффективности инвестиционных проектов используют широкий арсенал средств, обеспечивающий не только достоверность необходимой информации, но оценку эффективности проекта. В настоящее время большинство предприятий не имеют собственных источников финансирования капитальных вложений. В этих условиях все большее

значение приобретают научно обоснованные расчеты по оценке экономической эффективности инвестиционных проектов и отбор их для финансирования.

### **Литература**

1. Байдык О. Инвестиции: методы оценки эффективности / О. Байдык // Справочник экономиста. – 2007. – № 2. – С. 3–10.

2. Довбня С. Б. Новий підхід до оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів / С. Б. Довбня, К. А. Ковзель // Фінанси України. – 2014. – № 7. – С. 62–71.

3. Пелихов Е. Ф. Экономическая эффективность инноваций : [монография] / Е. Ф. Пелихов ; Нар. укр. акад. – Харьков : Изд-во НУА, 2005. – 167 с.

**Плотникова И. И., БУ-51**

*Харьковский гуманитарный университет «НУА»*

### **ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ НА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

В условиях рыночной экономики и развития различных форм собственности большое значение для предприятий приобретает рациональное управление производственными запасами, что благоприятствует росту эффективности производства продукции и главное снижению ее себестоимости [1; 2].

Управление запасами – это системный процесс, включающий в себя прогнозирование, планирование, организацию, контроль, анализ и регулирование объемов запасов на предприятии. Поскольку запасы являются инвестициями в активы производителей и торговых посредников, то их уровень затрат на хранение должны быть оптимальными; кроме того запасы должны

обеспечивать равномерную работу производственной, транспортной и складской подсистем логической системы предприятия.

Решение проблемы формирования рационального объема запасов необходимо для нормального функционирования предприятий. Эти проблемы весьма разнообразны и сложны. Существует немало причин, почему организации идут на создание запасов, например, физическая невозможность или практическая нецелесообразность поступления сырья, материалов, полуфабрикатов, именно тогда, когда в них возникает потребность.

Проблемность вопроса обосновывается еще и несовершенством управления запасами, что ввиду слабой взаимосвязи системы снабжения с управляющими подсистемами производства и сбыта готовой продукции. Зачастую пополнение запасов планируется необоснованно, то есть без учета флуктуаций рынка. Это приводит к необходимости поддержки таких объемов хранящихся на складах сырья и материалов, который обеспечил бы потребности производственного процесса даже в самых неблагоприятных условиях. В результате приходится устанавливать заведомо завышенный уровень запасов и практиковать различные страховые их резервы. Это означает неоправданное отвлечение денежных средств и снижение их оборачиваемости.

На сегодняшний день существует достаточно много подходов к решению проблемы управления запасами на промышленных предприятиях. Но они в основном применяются западными производителями и направлены в основном на минимизацию объемов материальных запасов на своих складах.

Наиболее используемыми концепциями в управлении запасами на промышленных предприятиях являются: MRP (планирование потребности в материалах – система планирования производственных ресурсов), «Точно вовремя» (общий организационный подход, с помощью которого, в результате учитывающего детали спроса, точного управления, значительно сокращаются запасы и тем самым длительность производственного цикла) и др.

Подводя итог вышеизложенному, отметим, что применение подобных систем на предприятиях весьма желательно. Однако в настоящее время не представляется возможным широкое их внедрение на отечественных предприятиях ввиду их дороговизны и отсутствия квалифицированных кадров.

### **Литература**

1. Стерлигова А. Н. Проблемы выбора подходов к управлению запасами в логистических системах предприятия // Логистические решения : Сб. материалов конференции. – Смоленск : СКИ, 2002. – 4 с.

2. Сумець О. М. Управління матеріальними запасами – ключовий аспект логістичної діяльності сучасного підприємства : [монографія] / О. М. Сумець, Є. М. Ігнатова, М. М. Назарян й ін. ; за ред. О. М. Сумця. – Харків : КП «Міська друкарня», 2014. – 256 с.

**Подкопай В. А., БУ-51**

*Харьковский гуманитарный университет «НУА»*

### **СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ НАУЧНОЙ КАТЕГОРИИ «КАЧЕСТВО»**

В современной литературе много споров ведется о том, что же все таки представляет собой экономическая категория «качество». Как известно качество продукции и предоставляемых услуг прямо пропорционально влияют на конкурентоспособность, а также на прибыльность предприятия. Поэтому вопросы качества продукции или услуг выдвигаются на первый план.

Качество – одна из сложнейших категорий с которой человечеству приходится сталкиваться в его деятельности. К понятию качества приходится обращаться при выборе предметов для удовлетворения различных потребностей; при оценке результатов выполнения отдельных

производственных операций или целых производственных процессов; подведении итогов обучения; планировании производства; создании новых машин, изделий сооружений; оценки тех или иных природных явлений; рассмотрении произведений искусства и т. д. Даже из этого краткого перечня видно, как многообразны понятия качество.

В литературе понятие качества трактуется по-разному.

Сущность «качества» может быть рассмотрена как философская и как экономическая категория.

Впервые, как философскую категорию «качество» была рассмотрена Аристотилем, определившим ее как видовое отличие сущности [1]. Аналогично категорию «качество» рассматривали такие ученые как Гейгель, Карл Маркс и Фридрих Энгельс. Гейгель определил качество как логическую категорию, составляющую начальную степень познания вещей и становления мира, как непосредственную характеристику бытия объекта [1]. Карл Маркс и Фридрих Энгельс определяют, что качество объекта обнаруживается в совокупности его свойств [1].

Таким образом, применяя дедуктивный метод научного исследования, можно сказать, что как философская категория «качество» – это категория выражающая совокупность существенных признаков, особенностей и свойств, которые отличают один предмет или явление от других и придают ему определённую.

Применяя исторический метод научного познания термин «качество» был рассмотрен автором с момента возникновения по сегодняшний день.

Несмотря на то, что история исследования содержания категории «качество» уже насчитывает не одну сотню лет, до сих пор учеными по этому вопросу ведется оживленная дискуссия в свете современного развития теории и практики управления.

Уолтер Шухарт и Дж. Джуран определял качество как добротность, совершенство товара, т. е. качество товара представляет собой абсолютный, признаваемый всеми признак бескомпромиссного соответствия стандартам [2].

У. Э. Деминг на вопрос, что такое качество, отвечал, что «качество можно определить только пользуясь системой оценок того человека, который пользуется товаром, кто судит о качестве» [2], тогда как В. Шухарт считал что «качество» – это различие между предметами. Дифференциация по признаку «хороший – плохой» [2].

По мнению А. Фейгенбаум – «качество» изделия или услуги можно определить как общую совокупность технических, технологических и эксплуатационных характеристик изделия или услуги, посредством которых изделие или услуга будут отвечать требованиям потребителя при их эксплуатации [2]. Трактовка В. Ю. Огвоздина определяет «качество» как «совокупность объективно существующих свойств и характеристик продукции или услуги, уровень которых определяется сортностью или другими оценками качества, характеризующими потребительную стоимость продукции» [3].

Л. А. Гоберман и В. А. Гоберман считают что «качество» – установленная совокупность потребительских полезностей продукции, возникающую в результате взаимодействия потребителя и производителя и способную удовлетворять социально-экономические потребности в течение регламентированного срока действия (службы) и в соответствии с функциональным назначением продукции [3].

«Качество» – такое состояние объекта, такая совокупность его свойств, которые призваны удовлетворять или превосходить ожидания потребителей. Именно данное определение качества было закреплено в международных стандартах ИСО серии 9000 в 1994 году [3].

В последнем варианте МС ИСО серии 9000, которая вступила в действие в 2000 году, дана новая трактовка категории «качество», согласно которой

качество характеризуется как степень, с которой совокупность собственных характеристик объекта выполняет требования [3].

Таким образом, проведя анализ определения экономической категории «качество» в трактовке как иностранных, так и отечественных ученых, можно сделать вывод что «качество» – это определенность, включающая совокупность свойств объекта, позволяющих ему удовлетворять различные уровни потребностей и находящихся в постоянном движении, изменении, преобразовании.

### **Литература**

1. Философский энциклопедический словарь / под. ред. Акад. АН СССР Л. Ф. Ильчева. М. : Советская энциклопедия, 1983. – 234 с.
2. Экономика предприятия: ученик / под общ. и науч. ред Г. А. Швыданенко. 4-е изд. перераб. и доп. – Киев : КНЕУ, 2009. – 816 с.
3. Кислицин В. А. развитие системы управления качеством на предприятии: монография / В. А. Кислицын; НАН Украины. Ин-т экономики и промышленности. – Донецк, 2009. – 188 с.

**Пожидаев Д. А., БУ-51**

*Харьковский гуманитарный университет «НУА»*

## **АДАПТАЦИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ОЦЕНКИ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ К СИСТЕМАТИЧЕСКИМ РИСКАМ**

В современной экономике руководители производственного предприятия различных уровней вынуждены принимать управленческие решения, полагаясь на неполные данные о внешней среде, планировать производственную и финансовую деятельность и принимать решения в условиях неопределенности и риска, что существенно отражается на качестве этих решений, снижает эффективность и рыночную устойчивость самих предприятий [1; 2]. С другой

стороны, неопределенность и риск являются неотъемлемой частью рыночного окружения предприятий корпоративного сектора экономики, а, следовательно, предполагают оценку и учет.

Такие характеристики активов предприятия, как способ производительного использования, доходность и уровень риска, оказывают непосредственное влияние не только на результаты деятельности предприятия в производственной и финансовой сферах, но и в целом на его рыночную эффективность. Последняя является фактором структуры активов предприятия, а совокупный риск – следствие неоднородности активов по показателям доходности и риска.

Проведенный анализ данной проблематики показал, что базисом ее решения может служить модель оценки стоимости капитальных активов САРМ (Capital Asset Pricing Model) и возможные модификации этой модели. Традиционно модель САРМ представляют в виде формулы (1):

$$R_i = R_m + \beta_i(R_m - R_{rf}), \quad (1)$$

где  $R_i$  – ожидаемая доходность  $i$ -го актива;

$R_m$  – доходность рынка;

$R_{rf}$  – безрисковая доходность;

$\beta_i$  – стандартизированная мера систематического риска  $i$ -го актива;

разность  $(R_m - R_{rf})$  – рыночная премия за риск.

В качестве измерителя систематического риска в модели САРМ используется показатель  $\beta$ , характеризующий чувствительность доходности актива к изменениям среднерыночной доходности. На практике коэффициент бета рассчитывается на основе регрессионного анализа статистической информации фондового рынка по формуле (2):

$$\beta_a = \frac{Cov(ra, rm)}{D(rm)}, \quad (2)$$

где  $r_a$  – доходность актива;

$r_m$  – среднерыночная доходность.

Несмотря на то, что модель CAPM является упрощенным представлением финансового рынка, ее используют многие инвестиционные компании. Это позволяет констатировать, что проблематика совершенствования модели CAPM должна быть связана с разработкой методов оценки коэффициента бета с учетом неоднородности оцениваемых активов. Модель  $\beta_i$  – коэффициента должны учитывать не только отраслевую принадлежность предприятия и отраслевой риск, но и ряд других актуальных факторов: уровень конкуренции в отрасли, особенности рыночной деятельности предприятия на текущем этапе жизненного цикла организационно-правовую форму, структуру активов.

### **Литература**

1. Ступаков В. С. Риск-менеджмент : учеб. пособие / В. С. Ступаков, Г. С. Токаренко. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 288 с.
2. Тихомиров Н. П. Риск-анализ в экономике / Н. П. Тихомиров, Т. М. Тихомирова. – М. : Экономика, 2010. – 318 с.

**Рожкова А. А., БУ-51**

*Харьковский гуманитарный университет «НУА»*

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТРАХОВОЙ ЗАЩИТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В странах развитой экономики страховое дело имеет широчайший размах, обеспечивая предпринимателям надежную охрану их интересов от неблагоприятных последствий различного рода техногенных аварий, финансовых рисков, криминогенных факторов, стихийных и иных бедствий.

В экономической литературе, которая посвящена проблемам предпринимательства, существует множество подходов к предпринимательским

рискам, которые рознятся внутренней средой, уровнем производственного капитала, кадровым составом и т. д. В связи с этим у каждого предприятия возникают риски, непосредственно присущие только данной компании и связанные с его спецификой. Эффективность организации управления рисками во многом определяется их классификацией, которая создает возможности для эффективного применения соответствующих методов и приемов управления риском [1, с. 87].

Важно своевременно их выявить и определить вероятность наступления, время наступления, а также возможный ущерб. На современном украинском рынке страховых услуг, множество компаний борются за лидерство, продавая потребителям пакеты страховых услуг по управлению рисками на предприятии. Примерный перечень самых популярных из них: страхование коммерческой собственности – обеспечение защиты имущества, которым владеет/использует предприятие собственника, включая недвижимость, оборудование, транспорт, технику, инвентарь, а также, в отдельных случаях, имущество сотрудников и клиентов предприятия, от таких рисков как огонь, стихийные бедствия, вандализма; страхование общей ответственности – покрывает ущерб жизни и имущества других лиц; страхование прерыва производства – покрывает потери доходов (прибыли) предприятия вследствие прерывания деятельности на определенный период времени, вызванного ущербом, причиненным имуществу/персоналу предприятия; покрывает расходы на временное восстановление работы (аренда оборудования, оплата дополнительного зарплат и т. д.); страхование от мошенничества – покрывает убытки, которые могут быть причинены мошенническими действиями персонала, мошенничества с кредитными карточками и т. д.; личное страхование персонала – обеспечивает дополнительную социальную защиту персонала предприятия, гарант высокого качества медицинского обслуживания, уменьшение потерь фирмы, обусловленные временной нетрудоспособностью персонала [2, с. 211].

В современных условиях развития рыночной экономики, взаимоотношения между субъектами хозяйствования осложняются и наблюдается повышение степени риска во всех сферах хозяйствования. Так, предпринимательская сфера в рыночной среде связана с определенным риском: банкротства, катастрофы, недополучения прибыли, потери капитала и т. д. Кроме того, жизнедеятельность каждого человека также имеет рисковый характер (травматизм, нетрудоспособность, смерть), что требует непредвиденных расходов.

Наличие элементов риска, которые непременно сопровождают общественное производство, а также предпринимательскую деятельность и жизнь отдельных граждан, порождает необходимость их предупреждения, возмещения, уменьшения убыточных последствий. Взаимоотношения между людьми по поводу обеспечения устойчивых гарантий защиты их имущественных интересов формируют спрос на продукты гаранта безопасности в страховой сфере.

### **Литература**

1. Осадець С. С. Страхування : підручник / кер. авт. кол. і наук. ред. С. С. Осадець. – Вид. 2-ге, перероб. і доп. – Київ : КНЕУ, 2002. – 87 с.
2. Шелехов К. В. Страхування : навч. посібник / К. В. Шелехов, В. Д. Бігдаш – Київ : МАУП, 1998. – 211 с.

## **УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ПОЛИТИКОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современных условиях даже при высокой доходности бизнеса недостаточное внимание к проблемам дебиторской политики предприятия может привести к тому, что компания станет объектом враждебного поглощения.

Дебиторская задолженность это вид активов, характеризующих:

- сумму долгов, причитающихся организации от юридических и физических лиц в результате хозяйственных взаимоотношений с ними;
- счета, причитающиеся к получению в связи с поставками в кредит или оплатой в рассрочку.

Политика управления дебиторской задолженностью – это составная часть общей политики управления оборотными активами, заключающаяся в оптимизации общего ее размера и обеспечении своевременной ее инкассации. Разработка на предприятии политики управления дебиторской задолженностью предполагает:

- анализ динамики и состава дебиторской задолженности, а также периода ее инкассации в предшествующем периоде,
- формирование принципов осуществления расчетов предприятия с контрагентами на предстоящий период,
- выявление финансовых возможностей предоставления предприятием товарного (коммерческого) или потребительского кредита,
- определение возможной суммы оборотных активов, отвлекаемых в дебиторскую задолженность по товарному (коммерческому) и потребительскому кредиту, а также по выданным авансам.

Кредитоспособность предприятия – это наличие у заемщика предпосылок, возможностей получить кредит и возратить его в срок. Принимая решение о предоставлении кредита заемщикам, коммерческие банки обращают, прежде всего, внимание на их кредитоспособность, для чего анализируют отчетные балансы предприятий, исследуют показатели, характеризующие финансовое положение, хозяйственную деятельность [1].

Любое предприятие в структуре текущих активов имеет дебиторскую задолженность, размер которой зачастую внушителен. Конкуренция и стремление к увеличению объемов реализации продукции вынуждают применять товарный кредит. Однако чрезмерная тяга к расширению рынка сбыта с применением такого способа продаж может спровоцировать неконтролируемый рост дебиторской задолженности и снижение ликвидности. Контроль и управление дебиторской задолженностью могут избавить компанию от указанных проблем, а значит, повысить экономическую выживаемость в сложном мире бизнеса.

Сама по себе дебиторская задолженность имеет не только отрицательные стороны, но и положительные. Ее наличие говорит о привлекательности и конкурентоспособности продукции, позволяет привлечь покупателей, в том числе испытывающих финансовые затруднения. Однако дефицит денежных средств, отвлечение финансовых ресурсов предприятия и риски возникновения безнадежной дебиторской задолженности значительно перевешивают эту чашу весов.

Влияния инфляции на дебиторскую и кредиторскую задолженности имеет различные направления влияния – с одной стороны обесценивая дебиторскую задолженность отрицательно влияя на показатели проекта, а с другой – обесценивая кредиторскую задолженность положительно сказывается на показателях эффективности проекта.

Ключевыми индикаторами финансово-экономической устойчивости предприятия выступают: ликвидность, рентабельность, финансовая устойчивость, деловая активность (коэффициенты оборачиваемости дебиторской задолженности, кредиторской задолженности, активов, эффективной работы с контрагентами).

На основе проведенных исследований можно сделать вывод о том, что наша задача заключается в построении такой системы принятия решений, которая позволила бы оценивать и сравнивать выгоды и риски при заключении сделок с отсрочкой платежа. Поэтому для достижения оптимальной величины дебиторской задолженности и обеспечения своевременного ее погашения разрабатывается и регулярно пересматривается кредитная политика. Кредитная политика должна соответствовать стратегии развития предприятия и подразумевает решение главных вопросов: каким контрагентам можно предоставлять товарный кредит, а каким нежелательно; на каких условиях и на какой срок предоставляется такой кредит; каков порядок изъятия дебиторской задолженности.

### Литература

1. Кредитоспособность предприятий [Электронный ресурс] // Экономическая энциклопедия. – Режим доступа : <http://enbv.narod.ru/text/Econom/ses/str/0270.html>
2. Про кредитоспособность заемщика [Электронный ресурс] // Ваш финансовый партнер. – Режим доступа : <http://vip-partner.ru/joom/kreditosposobnost-zaemshchika.html>
3. Коллас Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. Проблемы, концепции и методы : учебн. пособие : пер. с франц. / Под ред. проф. Я. В. Соколова. – М. : Финансы, ЮНИТИ, 1997. – 576 с.

## **УПРАВЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ**

На современном этапе ведения предпринимательской деятельности в Украине особое значение приобретает управление денежными потоками предприятия. Мировой опыт свидетельствует о том, что одно из ведущих мест в хозяйственной деятельности принадлежит управлению денежными средствами. Именно, правильное управление ими позволяет качественно и эффективно вести предпринимательскую деятельность.

Однако, в современных условиях финансово-экономической нестабильности, политической ситуации, финансового кризиса один из этапов управления денежными потоками – планирование, тормозится наличием неосведомленности финансовых менеджеров о возможных изменениях курса валют, процентных ставок, инфляции, влияющих на осуществление хозяйственной деятельности [1, с. 39].

В этих условиях экономической неустойчивости и ограниченного объема финансовых ресурсов проблема повышения эффективности работы предприятия, в первую очередь, сводится к совершенствованию управления финансовыми потоками.

В настоящее время представляется возможным утверждать, что на многих украинских предприятиях недостаточное внимание уделяется планированию и управлению денежными потоками. Это определяет необходимость разработки и внедрения новых технологий планирования, анализа и контроля денежных потоков в современных украинских условиях, которые характеризуются высоким уровнем инфляции, неразвитостью рынка ценных бумаг, сложностью осуществления финансовых инвестиций [2; 3].

Вот почему для украинских предприятий на сегодняшний день особенно актуальным является разработка и реализация обоснованной и эффективной системы управления денежными потоками.

Эффективное управление денежными потоками повышает степень финансовой и производственной гибкости компании, так как приводит к улучшению оперативного управления, особенно с точки зрения сбалансированности поступлений и расходования денежных средств, повышению эффективности управления долговыми обязательствами и стоимостью их обслуживания, улучшению условий переговоров с кредиторами и поставщиками, увеличению объемов продаж и оптимизации затрат за счет больших возможностей маневрирования ресурсами компании. Таким образом, эффективное управление денежными потоками предприятия способствует формированию дополнительных инвестиционных ресурсов для осуществления финансовых инвестиций, являющихся источником прибыли.

### **Литература**

1. Финансовый менеджмент / под ред. Е. С. Стояновой. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : Перспектива, 2010. – 656 с.
2. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами. / Пер. с англ. под ред. Я. В. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 800 с.
3. Бланк И. А. Управление денежными потоками / И. А. Бланк. – Киев : Эльга, Ника-Центр, 2002. – 736 с.

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рыночная экономика не может развиваться без инвестиций, поэтому большое внимание к инвестициям различного типа в Украине проявляют и государственные органы, и бизнес. Экономическая деятельность отдельных хозяйствующих субъектов и страны в целом в значительной мере характеризуется объемом и формами осуществляемых инвестиций.

Термин «инвестиции» происходит от латинского слова «invest», что означает «вкладывать». В наиболее широкой трактовке инвестиции представляют собой вложение капитала с целью последующего его увеличения. При этом прирост капитала должен быть достаточным с тем, чтобы компенсировать инвестору отказ от использования имеющихся средств на потребление в текущем периоде, вознаградить его за риск, возместить потери от инфляции в предстоящем периоде.

Роль инвестиций в обеспечении эффективности предприятия состоит в следующем:

- главный источник формирования производственного потенциала предприятия;
- основной механизм реализации стратегических целей экономического развития;
- важнейшее условие обеспечения роста рыночной стоимости предприятия;
- главный инструмент реализации инновационной политики;
- один из механизмов решения задач социального развития персонала [1, с. 131].

Эффективное управление инвестиционной деятельностью предприятия обеспечивается реализацией следующих принципов:

- интегрированность с общей системой управления предприятием, поскольку выбор направлений и форм инвестирования прямо или косвенно обеспечивает эффективность всех сфер деятельности предприятия;

- комплексный характер формирования управленческих решений, так как управленческие решения в инвестиционной сфере взаимосвязаны и оказывают прямое или косвенное воздействие на результаты финансовой деятельности;

- динамизм управления, учитывающий изменение факторов внешней среды, темпов экономического развития, форм организации производства и финансовой деятельности, финансового состояния предприятия и т. п.;

- разнообразие подходов к разработке управленческих решений, т. е. учет альтернативных возможностей действий. При наличии альтернативных вариантов управленческих решений их выбор для реализации основывается на системе критериев отбора;

- ориентированность на стратегические цели развития предприятия, т. е. отклонение инвестиционных решений, которые противоречат миссии предприятия, стратегическим направлениям его развития [2, с. 87].

На основе принципов управления инвестиционной деятельностью может быть сформулирована экономическая сущность инвестиционной деятельности. С развитием инвестиционной теории происходило изменение точек зрения экономистов на ее содержание.

Выделяют три подхода к определению экономической сущности инвестиционной деятельности:

- первый подход сформирован классической экономической теорией, представители которой (А. Смит, А. Курно и др.) утверждали, что главной целью инвестиционной и других видов деятельности предприятия является максимизация прибыли. Однако полученная высокая прибыль может быть

полностью израсходована на текущее потребление, как следствие, предприятие будет лишено основного источника формирования собственных финансовых ресурсов для дальнейшего развития [3, с. 90].

– второй подход характерен для теории устойчивого равновесия, представители которой формулируют основную цель инвестиционной деятельности как обеспечение финансового равновесия предприятия в процессе его развития. Однако эта цель, минимизируя уровень инвестиционных рисков, не позволяет реализовать все резервы роста рентабельности инвестиций.

– третий подход сформирован современной экономической теорией, которая в качестве основной цели инвестиционной деятельности выдвигает обеспечение максимизации благосостояния собственников предприятия, которое выражается в максимизации рыночной стоимости предприятия. В этой цели находят отражение факторы времени, доходности, риска.

Проведенный анализ существующих подходов к определению экономической сущности инвестиционной деятельности показал, что наиболее приемлемым для реалий Украины является третий подход, учитывающий факторы времени, риска и доходности. Исходя из вышеизложенного, экономическая сущность процесса инвестирования на предприятии представляет собой процесс вкладывания капитала с целью максимизации рыночной стоимости предприятия в текущем и будущем периодах.

### **Литература**

1. Инвестиции : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Экономика» (080100) / Б. Т. Кузнецов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 679 с.

2. Чернов В. А. Инвестиционная стратегия : учеб. пособие для вузов / В. А. Чернов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 332 с.

3. Гуртов В. К. Инвестиционные ресурсы / В. К. Гуртов. – М. : Экзамен, 2005. – 380 с.

## **АСПЕКТИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах, коли підприємства щодня мають розробляти, обґрунтовувати і приймати економічно вивірені господарські та управлінські рішення, питання тактики та стратегії є пріоритетними.

Актуальність теми обумовлена нестабільністю зовнішнього середовища, що постійно спонукає сучасні підприємства до активного пошуку ефективних стратегій розвитку. У кризових умовах зростає потреба в формуванні стратегій розвитку, що враховують невизначеність зовнішнього середовища функціонування підприємства, і дозволяють знизити вплив несприятливих економічних чинників, що можуть призвести до втрати прибутків або навіть банкрутства.

Формування стратегії розвитку підприємства є ключовим завданням стратегічного управління [1]. Від правильного підходу до реалізації стратегії залежить успіх виконання стратегічного плану, стабільність і ефективність управління розвитком підприємства. Для створення ефективної стратегії підприємства необхідна методика, що дозволяє оцінити, ефективність чинної стратегії, проблеми з якими стикається підприємство, конкурентоспроможність підприємства. Для цього необхідно визначення цільової функції управління, яка покликана встановити, яким підприємство буде упродовж всього горизонту стратегічного управління.

У світовій практиці існує багато підходів до розробки стратегії розвитку. Лідером у формуванні підходів до розробки стратегій вважається Гарвардська школа бізнесу. Над створенням підходів працювали відомі вчені К. Ендрюс,

М. Портер, Г. Хемел і К. Прахалад. Підходи до розробки стратегії бізнесу, засновані на конкурентній позиції підприємства, і самі конкурентні стратегії, розробив М. Портер (матриця 5 сил) [3]. Концепцію стрижневих компетенцій розробив К. Прахалад і Г. Хемел. К. Ендрюс розробив SWOT-аналіз, що характеризує, як внутрішнє, так і зовнішнє середовище підприємства. Наведені підходи відносяться до матричних методів розробки стратегії.

Як вважає один з провідних теоретиків і фахівців в області стратегічного управління М. Портер, існує три основні підходи до розробки стратегії поведінки підприємства на ринку. Перший підхід пов'язаний з лідерством в мінімізації витрат виробництва. Таким чином, підприємство досягає найнижчих витрат виробництва і реалізації своєї продукції. Другий підхід до розробки стратегії пов'язаний зі спеціалізацією у виробництві продукції. У цьому випадку, підприємство повинне здійснювати високоспеціалізоване виробництво і якісний маркетинг для досягнення лідерства в своїй сфері діяльності. Третій підхід відноситься до фіксації певного сегмента ринку і концентрації зусиль підприємства на обраному ринковому сегменті. У цьому випадку підприємство досконально з'ясовує потреби певного сегмента ринку в певному типі продукції.

На думку О. Віханського, «Стратегія – це довгостроковий, якісно спланований напрям розвитку підприємства, що стосується сфери, засобів і форми його діяльності, системи взаємин усередині підприємства, а також позиції підприємства в навколишньому середовищі, і призводить до досягнення його цілей» [2, с. 10].

Згідно з О. Віханським вибір і формування стратегії розвитку має на меті налагодження довгострокового напрямку розвитку підприємства, що стосується сфери, засобів і форм його діяльності, системи взаємин усередині підприємства, а також позиції в навколишньому середовищі. Тому будь-якому підприємству, перш ніж розпочати формування стратегії розвитку, необхідно провести аналіз його фінансово-економічного стану і вже потім, формувати стратегію, яка б

сприяла усуненню виявлених порушень у функціонуванні підприємства, а також посилювала виявлені позитивні тенденції. Однак, для порівняння ефективності альтернативних стратегій підприємства необхідно розробити кілька інтегральних показників діяльності.

Основною метою кожного підприємства, фірми чи компанії є отримання максимально можливого обсягу прибутку, тому логічним є використання такого показника, як чистий прибуток. Однак, наявність прибутку не обумовлює в повному обсязі рівень ефективності роботи підприємства. Узагальнюючим відносним показником, що характеризує ефективність результатів діяльності підприємства та здатності керівництва правильно використовувати активи для отримання прибутку, є показник рентабельності активів.

На думку О. Віханського, одним з ключових факторів вибору стратегії розвитку є стан підприємства в галузі, тобто його конкурентоспроможність [2, с. 46].

У підсумку можна зазначити, що запропонований методичний підхід до розробки стратегії дозволяє на основі комплексного підходу оцінити потенціал підприємства, доповнюючи існуючі підходи інформаційно-комунікаційною складовою, що є основою розробки ефективної стратегії розвитку підприємства.

### **Література**

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; Пер. с англ. – М. : Экономика, 1989. – 563 с.
2. Виханский О.С Стратегическое управление / О. С Виханский. – М. : Гардарика, 1998. – 164 с.
3. Портер М. Стратегия конкуренции / М. Портер ; Пер. с англ. – Київ : Основа, 2003. – 496 с.

## **КОРПОРАТИВНЫЙ ИМИДЖ КАК АСПЕКТ УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современном бизнесе уже ни у кого не вызывает сомнений, что основным критерием оценки его эффективности является отнюдь не полученная прибыль, а рост его стоимости. Следует отметить, что стоимость успешных западных компаний складывается из двух составляющих: 40% материальных и 60% нематериальных активов, что означает, что основной вклад в стоимость компании вносят ее бренд, ее репутация, ее имидж [1]. Именно положительный корпоративный имидж выступает одним из самых важных инструментов повышения стоимости предприятия.

Отечественные специалисты, оценивая стоимость предприятия, в основном учитывают только стоимость материальных активов, пренебрегая стоимостью нематериальных. Если же стоимость нематериальных активов все же учитывается, то во внимание берутся только ценные бумаги, патенты, технологические и технические новшества, а вот репутация и собственно корпоративный имидж предприятия так и не учитываются. А ведь зачастую именно корпоративный имидж предприятия является наиболее весомой составляющей нематериальных активов. Так, например, корпорация «Нестле» приобрела фирму «Роунтри» за 2,55 млрд. дол. США, что более чем в пять раз превысило балансовую стоимость фирмы. Корпорация «Моррис» купила фирму «Крафт» почти за 13 млрд. дол. США, что в четыре раза больше балансовой стоимости этой фирмы [2].

В качестве самого яркого примера негативного влияния корпоративного имиджа на стоимость компании можно привести гиганта мировой розничной торговли Wal-Mart в начале 2000-х годов. Именно отсутствие хорошей

корпоративного имиджа долгое время было ахиллесовой пятой Wal-Mart. Его методы ведения бизнеса создали плохую репутацию среди сотрудников (плохие условия труда и низкая его оплата), поставщиков (постоянное давление с целью снижения цен на товары), местных сообществ (выдавливание небольших магазинов) и т. д. В результате, обладая хорошими финансовыми результатами, Wal-Mart все же не мог в полной мере использовать их для развития своего бизнеса и повышения его стоимости. Например, осуществлять экспансию за пределы США, так как правительства многих стран были наслышаны о сомнительных бизнес-методах компании. Главным тормозом на пути развития Wal-Mart стал его негативный корпоративный имидж. В результате руководству сети пришлось не просто запустить PR-программу по ее исправлению, но и приступить к кардинальному изменению методов ведения бизнеса [3].

Имея огромное влияние на стоимость предприятия имидж, тем не менее, остается довольно размытой категорией для отечественных предприятий. Поэтому уточним определение понятия «корпоративный имидж».

О. Феофанов рассматривает имидж как основное средство психологического воздействия рекламодателя на потребителя [4]. В то же время Ф. Котлер исследует понятие «имидж» с позиции образа фирмы [5]. Словарное же определение слова «имидж» следующее: имидж — стереотипизированный образ конкретного объекта, существующий в массовом сознании [6]. По мнению автора, корпоративный имидж имеет сложную комплексную природу, включает социально-психологические, ценностные, этические и мировоззренческие компоненты. В связи с этим определение корпоративного имиджа целесообразно давать с позиций системного подхода. Исходя из вышеизложенного, корпоративный имидж хозяйствующего субъекта — это система его социально-экономических и организационных отношений, направленных на формирование образа, соответствующего общественным ценностям и запросам потребителей, деловых партнеров, государственных структур, работников. Он выступает как один из инструментов достижения

стратегических целей компании, и, что самое главное, оказывает огромное влияние на ее стоимость.

На основе проведенного исследования можно сделать вывод о том, что формирование положительного корпоративного имиджа является одним из важных рычагов повышения стоимости предприятия. При улучшении корпоративного имиджа повышается уровень конкурентоспособности предприятия, возрастает его рыночная стоимость.

### Литература

1. Шаипова С. Увеличение стоимости компании – закономерный результат эффективной PR-политики / С. Шаипова. РЦБ. РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rcb.ru/rcb/2006-01/7403/>.

2. Юркова Т. И. Модуль 3.5. Учёт деловой репутации / Т. И. Юркова, С. В. Юрков. – Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.aup.ru/books/m88/3\\_5.htm](http://www.aup.ru/books/m88/3_5.htm).

3. Харченко И. Как репутация компании влияет на стоимость бренда / И. Харченко Дело [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://delo.ua/business/kak-reputacija-kompanii-vlijae-145260/>.

4. Феофанов О. США : реклама и общество: учеб. для вузов. / О. Феофанов. – М. : Дело, 1974.– 245 с.

5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. / Ф. Котлер, С. Г. Божук. –2-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, 2006. – 464 с.

6. Словарь / Под. ред. М. Ю. Кондратьева // Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в шести томах / Ред.-сост. Л. А. Карпенко. Под общ. ред. А. В. Петровского. – М. : ПЕР СЭ, 2006. – 176 с.

## **ВЫБОР СТРАТЕГИИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Одной из наиболее актуальных и болезненных проблем для современного предприятия является проблема определения и обеспечения оборотным капиталом. Актуальность ее обусловлена тем, что предприятию жизненно необходимо для сохранения непрерывности своего производственного цикла сформировать источник финансирования своих текущих активов. В настоящее время актуальной проблемой практически всех украинских предприятий является недостаток собственных оборотных средств. Причины такого положения заключаются в использовании неэффективных методов работы с поставщиками, клиентами и управления запасами материальных ресурсов и оборотными средствами, вложенными в эти запасы. Довольно большая часть оборотных средств используется на предприятиях неэффективно, они «заморожены» в излишних запасах материальных ресурсов (сырья, материалов, комплектующих изделий, покупных полуфабрикатов, запчастей и т. д.) и в готовой продукции.

Наличие чистого оборотного капитала как превышения текущих активов над текущими пассивами означает определенную финансовую устойчивость предприятия, его способность своевременно рассчитываться по своим обязательствам, достигаемую за счет некоторого снижения общей прибыльности инвестированного капитала [2].

Таким образом выбор способа финансирования оборотных средств включает в себя выбор между риском (вероятностью неплатежеспособности предприятия) и прибыльностью.

Целью стратегии финансирования оборотных активов является выбор оптимального уровня и рациональной структуры оборотных активов с учетом специфики деятельности каждого предприятия [1].

Система управления оборотными активами представляет собой часть общей финансовой стратегии предприятия, заключающейся в формировании необходимого объема и состава оборотных активов, рационализации и оптимизации структуры источников их финансирования.

Выбор стратегии финансирования оборотных средств предприятия включает в себя такие этапы:

- анализ использования оборотных активов за прошедший период;
- определение риска неплатежеспособности покупателей, рассчитать прогнозное значение резерва по сомнительным долгам;
- выбор оптимального соотношения между денежными средствами и вложениями в краткосрочные ценные бумаги;
- определение размера и структуры источников финансирования оборотных активов;
- разработка стратегии финансирования оборотных активов.

В теории известны четыре модели стратегии финансирования текущих активов: идеальную, агрессивную, консервативную, компромиссную [3].

Для каждого отдельного предприятия следует разрабатывать как политику управления оборотными активами, так и политику финансирования оборотных активов, что даст предприятию возможность сохранять достаточно высокий уровень ликвидности, платежеспособности, финансовой устойчивости предприятия в рыночных условиях. Стратегия финансирования оборотных активов в значительной степени зависит от выбора источников покрытия переменной части оборотных активов. Наряду с этим, следует учитывать и факторы, влияющие на структуру оборотных активов, а именно: сфера деятельности предприятия, стадия развития, условия работы с контрагентами, инфляция, сезонные колебания, конкуренция и другие [2].

Политика управления оборотным капиталом должна обеспечить поиск компромисса между риском потери ликвидности и эффективностью работы.

### **Литература**

1. Савчук Владимир. Управление издержками и бюджетирование / Владимир Савчук // Office. – 2002. – № 1/2. – С. 50–53.
2. Березин Влад. Промышленные системы управления предприятиями / Влад Березин // Office . – 2002. – № 1/2. – С. 58–60.
3. Воробьев Петр. Бюджетирование деятельности производственных предприятий (опыт разработки и внедрения) / Петр Воробьев, Федор Земеров // Проблемы теории и практики упр. – 2001. – № 6. – С. 112–117.
4. Артюхов Михаил. Системы управления предприятием / Михаил Артюхов // Финансовый директор . – 2003. – № 2. – С. 42–45.

**Цыпин И. Д, БУ-2**

*Харьковский гуманитарный университет «НУА»*

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЛОГИСТИКА – НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ЛОГИСТИКИ**

На данный момент времени специалисты в сфере логистики утверждают, что бизнес спровоцировал рождение нового направления в логистике – экономическую логистику. Данный вид логистики изучает экономические отношения, возникающие в границах логистического полигона, где функционируют логистические системы. Таким образом, можно утверждать, что предметом экономической логистики служат именно экономические отношения, возникающие при функционировании логистических систем. Эти отношения учитывают взаимодействие со структурой экономики страны и пространственной организацией хозяйственных единиц [1].

Изучение современной литературы позволяет констатировать, что экономические основы логистики базируются на учете разнохарактерных факторов регулирования затрат по всей цепочке ценностей – от закупок до реализации исходя их динамики спроса. При этом динамический аспект экономических процессов является преобладающим в логистике.

Учитывая вышеуказанное, можно констатировать, что экономическая логистика является составляющей новой экономики, которая ориентирована на услуги. Эта экономика учитывает издержки рыночных транзакций и тем самым приобретает черты коммуникационной экономики.

### **Литература**

1. Економіка логістичних систем : [монографія] ; за ред. Є. Крикавського та С. Кубіва. – Львів : Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2008. – 596 с.

**Шаповалов М. В., ЭП 5-2**

*ХНЭУ им. С. Кузнеця*

## **АНТИКРИЗИСНЫЙ МОНИТОРИНГ В УПРАВЛЕНИИ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современных условиях хозяйствования, определяемых затяжным кризисом и нестабильностью внешней среды, особо важную роль необходимо отводить антикризисному управлению на предприятии, которое позволило бы эффективно решать текущие проблемные задачи, и предупреждать появления последующих кризисных явлений превентивными мерами. Однако, следует отметить, что сейчас на отечественных предприятиях уделяют недостаточно внимания данному вопросу, что чревато негативными последствиями.

Исследованием проблематики и современных тенденций антикризисного управления занимались ряд отечественных и зарубежных ученых, среди

которых можно выделить таких, как Е. П. Жарковская [1], В. И. Короткова, Р. А. Попова, В. И. Орехова, О. В. Манойленко [2] и др.

Управление на современных хозяйствующих субъектах не должно ограничиваться исключительно на сфере труда, технологий и экономики воспроизводства [3].

Ведь, в социально-экономических системах, которыми являются предприятия, важное место занимают потребности и ценности персонала организации и другие ключевые аспекты, которые будут рассмотрены более подробно. Особое место также следует выделить для мониторинга, направленного на предупреждение кризисных явлений и разработку превентивных мер в этом направлении.

Если предприятие все-таки оказалось в состоянии кризиса, то процесс выхода из него должен быть грамотно организован и скоординирован [5].

Поэтому важно сказать, что управление предприятием не должно ограничиваться исключительно на решении вопросов, связанных с функционированием и развитием хозяйствующих субъектов. Необходимо также внедрять и специальное, ориентированное на предупреждение кризисов, управление, которое может быть выражено специфической системой мониторинга, упомянутой ранее.

Задачей данной системы можно определить отслеживание и выявление причинно-следственных связей управленческих решений текущих (функционирования) и долгосрочных (развития) задач в контексте их влияния на увеличение/снижение риска образования на предприятии кризисных явлений и процессов.

В зависимости от того, в какой ситуации находится предприятие, необходимо определять и спектр мероприятий, обеспечивающих эффективное решение образованных проблем. В общем виде соотношение мероприятий при управлении, включающем систему антикризисного мониторинга, представлено на рис.1 (составлено автором на основе [4]).

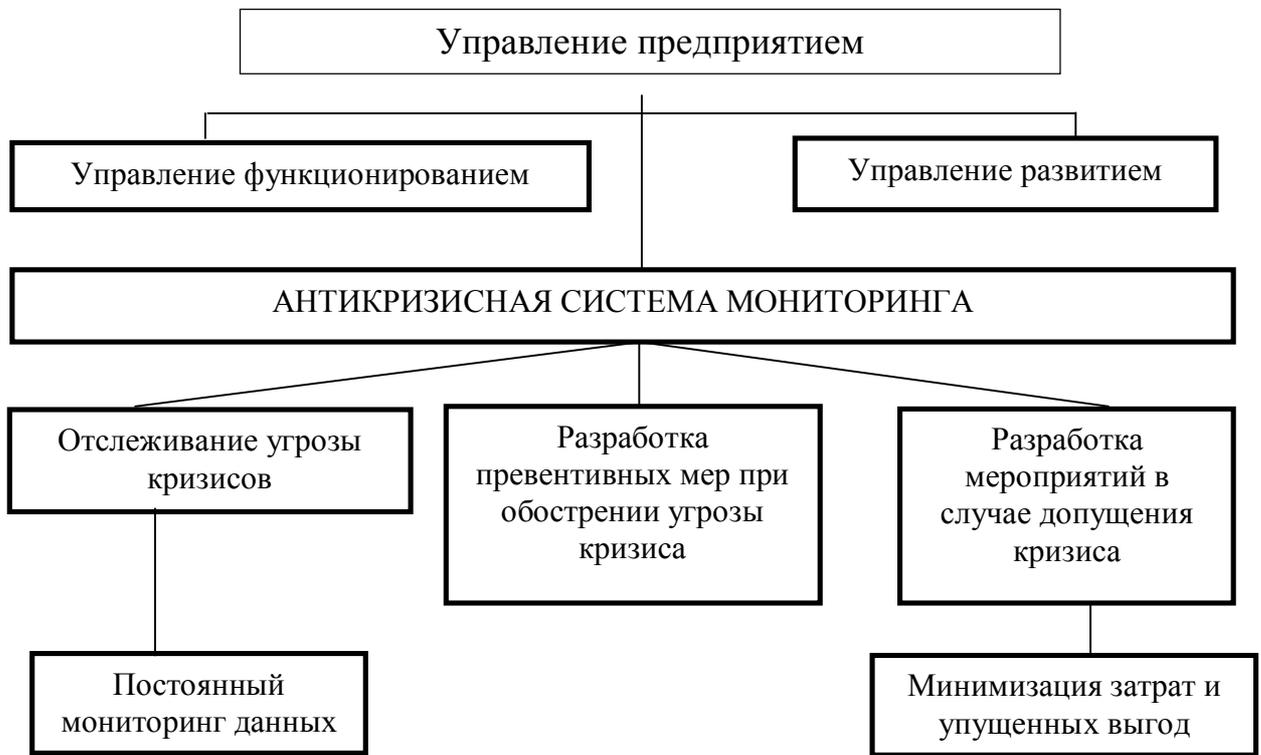


Рис.1 Система антикризисного мониторинга в управлении предприятием

Действительно, как в планировании краткосрочной, так и долгосрочной деятельности, предприятие должно рассматривать свое функционирование через призму антикризисного мониторинга, которое при своевременном принятии эффективных решений позволит путем минимизации затрат и количества упущенных выгод достичь положительного результата в превентивных антикризисных мерах.

В данной работе подчеркнута важность антикризисного мониторинга в управлении как одного из ключевых факторов успешного развития предприятия.

### Литература

1. Жарковская Е. П. Антикризисное управление / Е. П. Жарковская, Б. Е. Бродский. – М. : Омега – Л, 2011.– 358 с.
2. Манойленко О. В. Антикризове управління у корпоративному секторі економіки: автореф. дис.д-ра екон. наук : 08.00.03 / О. В. Манойленко ; Н.-д. центр індустр. пробл. розв. НАН України. – Харків, 2010. – 35 с.

3. Логунова, Т. Г. Антикризисное управление персоналом промышленного предприятия [Текст] / Т. Г. Логунова, Р. В. Мафарова // Актуальні проблеми економіки : Науковий економічний журнал. – 2012/1. – № 5. – С. 198–203.

4. Скібіцькій О. М. Антикризисний менеджмент: навч. посіб. / О. М. Скібіцькій. – Київ : Центр учбової літератури, 2009. – 568 с.

5. Антикризисное управління підприємством [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://library.if.ua/books/6.html>

**Шарова Ю. С., БУ-5**

*Харьковский гуманитарный университет «НУА»*

## **МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

В современных условиях ведения бизнеса, которые характеризуются кризисными ситуациями, политической нестабильностью, несогласованностью и несовершенством правовой базы, отсутствием научно обоснованной концепции реформ, криминализацией бизнеса, возникает необходимость изучения и усовершенствования методических подходов к формированию и обеспечению экономической безопасности хозяйственной деятельности предприятия. Необходимо отметить, что создать универсальную систему экономической безопасности невозможно, поскольку каждое предприятие уникально, имеет свои особенности функционирования, рыночные связи, возможности, потенциал и ориентировано на определённый сектор рынка [1].

Несмотря на достигнутые результаты в исследовании экономической безопасности предприятия, можно заметить, что уделяется недостаточно внимания проблемам разработки теоретических принципов и практических рекомендаций к формированию системы обеспечения экономической безопасности предприятия. Кроме того, система экономической безопасности

должна быть уникальной и закрытой для не уполномоченных лиц и других хозяйствующих субъектов, исходя из того, что никакая система не может быть идеальной, и при наличии сведений о построении и особенностях деятельности системы экономической безопасности, может быть найдено слабое место и нанесен вред предприятию [3].

Построение и функционирование системы экономической безопасности должно происходить с соблюдением определенных требований и принципов. При формировании системы экономической безопасности на каждом отдельном предприятии, для дальнейшего эффективного ее функционирования необходимо придерживаться следующих требований: полная согласованность деятельности данной системы с системой управления предприятием; функционирование системы безопасности должно выступать одним из основных средств достижения целей предприятия; постоянная готовность системы экономической безопасности к развитию; четкое определение ответственности, обязанностей, уровней допуска и доступа; возглавлять деятельность относительно защиты и координировать должен человек, который предан своей работе и обеспечению безопасности; система экономической безопасности должна органично вплестаться в работу всего предприятия. Кроме общих принципов, присущих всем сложным системам, система экономической безопасности промышленных предприятий, должна базироваться на некоторых специфических принципах, в частности: согласованность общей стратегии деятельности предприятия со стратегией обеспечения безопасности; принцип стимулирования (материальное и моральное поощрение обеспечения безопасности); доброжелательная атмосфера в коллективе, которая будет способствовать свободному высказыванию мыслей, идей, предчувствий, фактов относительно угроз, возможностей, или изменений в работе предприятия и их обсуждению; сознательное принятие рискованных решений при высокой вероятности получения преимуществ в будущем; достаточный уровень финансирования (в зависимости от требований к системе защиты);

экономичность осуществления тех или иных мер безопасности (расходы должны не превышать убытков или потерь в случае бездеятельности); своевременность получения информации и оперативное принятие решений; охватывание системой всех уровней предприятия и сфер деятельности; мощная информационная поддержка; выпуск безопасной продукции (при любых условиях и обстоятельствах). Соблюдение всех перечисленных принципов позволит системе экономической безопасности органично дополнить общую работу предприятия, стать неотъемлемым элементом успешной деятельности, а также длительного и эффективного ведения бизнеса.

Таким образом, формирование системы экономической безопасности на предприятиях должно базироваться на общих и специфических принципах, которые обосновывают необходимость создания централизованной, децентрализованной или смешанной систем. В зависимости от типа системы экономической безопасности необходимо формировать соответствующие информационные каналы и потоки для обоснования рекомендаций и вариантов принятия решений для эффективной безопасной работы предприятия [2].

### **Литература**

1. Габети А. В. Типологический анализ экономической безопасности // Экономика и управление: Сборник научных трудов / Под ред. Карлика А. Е. Часть I. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 296 с.
2. Кузнецов И. Н. Бизнес-безопасность / И. Н. Кузнецов – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007.– 416 с.
3. [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://nauka-rastudent.ru/18/2729/> – Заглавие с экрана.

## **СВЯЗЬ МЕЖДУ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ И КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ**

В условиях рыночной экономики, все больше обостряется конкурентная борьба между производителями продукции. Покупатели становятся более требовательны к качеству продукции. Следовательно качество – это совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением. Уровень качества продукции – важнейшая характеристика ее конкурентоспособности.

Конкурентоспособность товара – решающий фактор его коммерческого успеха на развитом конкурентном рынке. Это многоаспектное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации. Следовательно, наблюдается тенденция, направленная на достижение высшего уровня качества и создание надежных изделий, что и определяет конкурентоспособность продукции. Нередко ставится знак равенства между конкурентоспособностью товара и его качеством [1].

С одной стороны, конкурентоспособность определяется качеством товара, а с другой – ценой. Большое влияние на конкурентоспособность оказывают также ситуация на рынке, имидж предприятия, мода, реклама.

Конкурентоспособность товаров характеризуется следующими показателями:

- показатели полезности (эффект от использования);

- затраты на потребление, техническое обслуживание, ремонт, утилизацию;
- показатели конкурентоспособности предложения (способы продвижения продукции, каналы сбыта, сервисное обслуживание).

Кроме названных, конкурентоспособность товара формируют её технические параметры (мощность, надежность, долговечность), нормативные (соответствие продукции стандартам, техническим условиям, законодательству) и экономические (цена, уровень доходов покупателя) [2].

Показатель конкурентоспособности определяется отношением полезного эффекта к цене потребления. Полезный эффект товара – это и есть его качество.

Таким образом, главным условием для обеспечения успеха производителя на рынке является производство товара, который наиболее полно удовлетворяет требования потребителя, чем товары конкуренты. Как показывает зарубежная практика, основными составляющими конкурентоспособности являются низкая себестоимость товара и высокое качество [3].

В большинстве случаев может быть установлена прямая зависимость между уровнем качества продукции и её конкурентоспособностью. Таким образом уровень качества является важной (основной) составной частью конкурентоспособности продукции. Соответствие уровня качества заданным целям лежит в основе успеха предприятия. Но необходимо также ориентировать продукцию на конкретный рынок, благодаря чему продукция будет пользоваться спросом, а при отличном качестве – удовлетворять все потребности покупателей, и иметь высокую конкурентоспособность среди товаров – аналогов.

### **Литература**

1. Кнышова Е. Н. Экономика организации : учебник / Е. Н. Кнышова, Е. Е. Панфилова – М. : ИД "ФОРУМ" : ИНФРА-М. – 2013.

2. Гельвановский М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях М. Гельвановский, В. Жуковская В., И. Трофимова // Российский экономический журнал. – 2002. – № 3.

3. Конкурентоспроможність підприємства : конспект лекцій для студентів ден. форми навчання, які навчаються за напрямом підгот. 8.03050401 – Економіка підприємства / Нар. укр. акад. ; [каф. економіки підприємства ; авт.-упоряд. О. Є. Басманова]. – Харків : Вид-во НУА, 2016. – 52 с.

**Штефан Ю. В., БУ-51**

*Харьковский гуманитарный университет «НУА»*

## **БИЗНЕС ПЛАН: ПОНЯТИЕ И ПОДГОТОВКА**

Разговор о бизнес-планах становится все более актуальным, так как, в сферу экономики пришло новое поколение предпринимателей, которые зачастую не имеют понятия о бизнес-планировании и предпочитают полагаться на свою интуицию. Кроме того, наши предприятия испытывают настоящий голод в инвестиционных средствах и поэтому предприятию необходимо доказать инвестору, что он должен вложить свои средства именно в этот проект.

Бизнес-план – это основной инструмент для планирования нового бизнеса. Основная цель бизнес-плана – привлечь средства инвесторов в новый проект. Вместе с тем, бизнес-план как форма используется также для планирования отдельных проектов в рамках уже действующей организации, которая, по сути, является инвестором собственного внутреннего проекта.

Подготовка бизнес-плана – последовательность создания документа, в котором обосновываются управленческие решения по созданию новых бизнесов, по функционированию действующего предприятия и его развитию.

Методология внутрифирменного планирования охватывает совокупность теоретических выводов, общих закономерностей, научных принципов,

экономических положений, современных требований рынка и признанных практикой методов разработки планов. [1, с. 44].

Методика планирование характеризуется составом (набором) применяемых на том или ином предприятии методов, способов и приемов обоснования конкретных плановых показателей, а также содержание, форму, структуру и порядок разработки внутрифирменного плана.

К основным методам планирования относятся: балансовый, опытно-статистический, нормативный, экономико-математический. Каждый из перечисленных включает в себя десятки разновидностей, приемов и способов расчетов.

Конечным результатом планирования является ожидаемый экономический эффект, определяющий в общем виде степень достижения плановых показателей, социально-экономических или иных целей. Сравнение планового показателя с фактическим служит надежным основанием для оценки достоверности конечных практических результатов и степени разработанности применяемых методов планирования.

Соблюдение принципов планирования обеспечивает качество планов и их пригодность для принятия верных управленческих решений. К основным принципам планирования относят: единство, непрерывность, гибкость, точность: Принцип единства, который означает, что используемые в планировании показатели необходимо обосновывать в их единстве, с учетом теоретической и практической взаимозависимости.[2, с. 89].

Принцип непрерывности, когда на смену одному выполненному плану приходит новый, на смену второму – третий и так далее. Это больше касается планов различного периода: краткосрочный план является частью среднесрочного, среднесрочный – частью долгосрочного.

Принцип гибкости означает способность плана менять свою направленность при изменении условий среды.

Принцип точности требует обоснованности, детализации и конкретизации планового показателя. Обоснованность означает соответствие показателя имеющимся ресурсам.

При организации планирования, ее составляющими элементами являются: порядок и последовательность разработки плана, система информации, исполнители.

Порядок и последовательность разработки плана осуществляется в несколько этапов: обоснование целей деятельности, сбор информации, проведение экономического анализа проблемы, составление прогнозов и планов, утверждение и доведение планов до исполнителей. Далее следует выполнение плана исполнителями и мониторинг этого процесса..

Соблюдение технологии разработки бизнес-планов, как последовательности этапов, и применение на каждом этапе адекватных приемов и методов обоснования, принципов планирования позволяет, с одной стороны – экономить время на создание планов, с другой – повышать их качество, то есть реалистичности управленческих решений.

## **Литература**

1. Егоров Ю. Н. Планирование на предприятии : учебник / Ю. Н. Егорова, С.А.Варакуты – М. : ИНФРА-М. – 2006.
2. Колибаба В. И. Бизнес-планирование: учебник / В. И. Колибабы, И. А. Астраханцева – М. : “ИД ФОРУМ” : ИНФРА-М. – 2013.

## **ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ СТВОРЕННЯ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КЛАСТЕРА**

Актуальність даної роботи полягає в тому, що в умовах, що склалися в Україні, проблема сталого функціонування підприємств паливно-енергетичного комплексу набула великого значення. Рішення завдань сталого економічного розвитку, що стоять перед суспільством, можливе лише за умови створення належної енергетичної основи, здатної забезпечити підприємства ефективною діяльністю. Тому актуальним є підвищення ефективності паливно-енергетичного комплексу на рівні підприємств, регіонів та України, в цілому.

Метою роботи є вивчення особливостей розвитку паливно-енергетичного комплексу Харківського регіону та дослідження можливості формування регіонального паливно-енергетичного кластера.

Кластери – це об'єднання бізнес-суб'єктів, що функціонують в межах чітко окреслених територіальних утворень. Кластери можна розглядати як одну з різновидів великих мереж підприємницького типу. Вони являють собою мережу, що охоплює широкий спектр соціально-економічних аспектів та їх формування переслідує якусь загальну мету [1].

Світовий досвід корпоративного господарювання показує, що існує кілька підходів до оцінки ефективності функціонування кластера. Одним з найбільш поширених підходів є оцінка синергетичного ефекту кластера, коли загальна вартість підприємств, що входять в кластер, стає більше суми вартостей входять до неї організацій [2].

Паливно-енергетичний комплекс Харківського регіону, включає паливну промисловість (видобуток природного газу, газового конденсату, нафти,

виробництво продуктів їх переробки), а також електроенергетичну промисловість (виробництво і розподіл тепла та електроенергії).

Харківська область добре забезпечена природним газом. На території Харківської області знаходяться 46 родовищ нафти і природного газу. Виробництво електричної і теплової енергії в Харківській області забезпечують один ТЕС, чотири ТЕЦ і одна ГЕС. Виробництво даних видів енергії значно перевищує потреби Харківської області.

З метою формування адекватної стратегії на паливно-енергетичному ринку запропоновано в роботі алгоритм, що містить аналіз факторів зовнішнього середовища (PEST-аналіз) та факторів внутрішнього середовища. Фактори внутрішнього і зовнішнього середовища вибираються і оцінюються експертами на підставі методу Дельфі. Підсумком повинен стати комплексний SWOT-аналіз, на підставі якого може бути сформована стратегія розвитку паливно-енергетичного комплексу Харківської області, яка включає: створення паливно-енергетичний кластер; формування необхідних правових, економічних та організаційних механізмів, що будуть сприяти прояву синергетичного ефекту за рахунок взаємодії підприємств кластеру; зменшенню собівартість енерго- та газопостачання за рахунок ефективного партнерства з промисловими підприємствами [3].

Економічна ефективність від функціонування паливно-енергетичного кластера на території Харківського регіону проявляється, перш за все, в наступному: збільшується кількість платників податків і оподатковуваний база за рахунок збільшення прибутку підприємств кластера; підвищується зайнятість населення в даній галузі; можуть бути знижені тарифи на тепло і електроенергію за рахунок її здешевлення для виробників; з'являються передумови для економічного зростання регіону.

Для самих підприємств, що входять в кластер, економічна ефективність проявляється в тому, що: з'являється потенціал інноваційного зростання, розвивається інфраструктура для досліджень і розробок; скорочуються витрати

підприємств; з'являються можливості для більш успішного виходу на міжнародні ринки підприємств енергомашинобудування; забезпечується раціональне завантаження сервісних компаній і малих підприємств ПЕК; підвищується продуктивність підприємств.

Що стосується стану економіки Харківського регіону та перспектив його розвитку, то створення паливно-енергетичного кластера виключно важливо для подолання структурної стагнації і переведення економіки на інноваційний шлях розвитку як в масштабах регіону в цілому, так і на рівні окремих галузей економіки. Це вимагає постійних контактів учасників інноваційного процесу, що дозволяють коригувати наукові дослідження, дослідно-конструкторські розробки і виробничий процес, а також урахування регіональних можливостей для створення паливно-енергетичних кластерів на певних територіях.

### Література

1. Карпінська Г. В. Теоретичні і методичні засади реструктуризації та кластеризації підприємств/ [монографія] / Г. В. Карпінська – Одеса, 2011. – 202 с.
2. Ковальова Ю. М. Кластер як нова форма організації та розвитку економіки: [Електронний ресурс] / Ю. М. Ковальова. – Дон. держ. унів. управл. конф. «Становление современной науки – 2014». – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/17\\_SSN\\_2007/Economics/22544.doc.htm](http://www.rusnauka.com/17_SSN_2007/Economics/22544.doc.htm)
3. Телетов О. С. Кластеризація як інноваційний шлях розвитку регіону [Текст] / О. С. Телетов, Ю. А. Сірік // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали доповідей Міжнар. наук.-практич. конф., присвяченої 20-річчю наукової діяльності ф-ту економіки та менеджменту СумДУ, м. Суми, 3–5 квітня 2012 р. / Відп. за вип. О. В. Прокопенко. – Суми : СумДУ, 2012. – Т. 3. – С. 144–146.

## **КЛАССИФИКАЦИЯ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Основу рыночной экономики составляет понятие конкуренции, как главной движущей силы эволюции взаимоотношений субъектов, функционирующих в данной среде. Наиболее успешным участником такого соревнования является тот, кто способен выдерживать конкурентную борьбу на отечественном и внешнем рынках, кто имеет более высокий уровень конкурентоспособности.

Несмотря на достаточно глубокий уровень разработки проблемы конкурентоспособности, единого подхода к ее количественной оценке до сих пор нет. Проблемы анализа и оценки конкурентоспособности сложны и многогранны. Свой вклад в решение этих проблем внесли такие зарубежные и отечественные ученые, как М. Портер, Ф. Котлер, Е. Дихтль, Е. П. Голубков, А. Н. Печенкин, А. Глухов, П. С. Завьялов, Г. Л. Багиев и др., которые разрабатывали теоретические и методические аспекты оценки конкурентоспособности предприятия. Однако до сих пор отсутствует четкая систематизация полученных результатов исследований. Наиболее известные на сегодняшний день модели и методы оценки конкурентоспособности товара и предприятия можно разделить на две группы: аналитические и графические методы. Данное деление на методы оценки конкурентоспособности товара и методы оценки конкурентоспособности предприятия достаточно условны, так как они во многом совпадают, меняется только объект исследования.

В табл.1 представлена классификация, достоинства и недостатки методов оценки конкурентоспособности товара и предприятия.

Таблица 1 – Классификация методов оценки конкурентоспособности предприятия

Количество параметров оценки	Название метода	Достоинства метода	Недостатки метода
<b>Графические методы оценки конкурентоспособности товара и предприятия</b>			
Количество осей координат = 2	Матрица БКГ	При наличии достаточно достоверной информации точно показывает положение предприятия	Отсутствует прогностичность, не показывает причин данного положения фирмы
	Модель «Привлекательность рынка – преимущества в конкуренции»	Позволяет определить положение фирмы относительно других конкурентов; выработать дальнейшие стратегии	Модель статична, трудно оценить качественные характеристики
	Матрица Портера	Наглядное структурирование достижения конкуренции	Не дает конкретных рекомендаций по достижению конкурентных преимуществ
Количество осей координат > 2	Метод «многоугольник конкурентоспособности предприятия»	Достаточная легкость использования для оперативного анализа ситуации, определения текущего положения относительно конкурентов	Сложность при расчете показателя, получении исходных данных, отсутствие прогнозной информации
<b>Универсальные аналитические методы оценки конкурентоспособности предприятия</b>			
Количество параметров ≤ 2	Метод рейтинговой оценки	Достаточно точно определяет место данного предприятия относительно его конкурентов	Сложность при расчете показателя, полученных исходных данных, отсутствие прогнозной информации
	Оценка на основе расчета доли рынка	Метод позволяет определить тип и место фирмы на рынке	Нельзя определить причины выявленного положения фирмы, разработать необходимую стратегию
Количество параметров > 2	Метод оценки конкурентоспособности на основе потребительской стоимости	Оценка конкурентоспособности с учетом факторов внутренней среды фирмы	Сложность расчетов, сбора необходимой информации

Количество параметров оценки	Название метода	Достоинства метода	Недостатки метода
<b>Аналитические методы оценки конкурентоспособности промышленного предприятия</b>			
Количество параметров > 2	Метод оценки на основе теории эффективной конкуренции	Оценка конкурентоспособности с учетом факторов внешней среды фирмы	Сложность расчетов, сбора необходимой информации
<b>Аналитические методы оценки конкурентоспособности торгового предприятия</b>			
Количество параметров > 2	Метод оценки конкурентоспособности торговой услуги	Оценка конкурентоспособности с учетом факторов внутренней среды фирмы	Сложность сбора необходимой информации, учитываются только узкий круг факторов
	Метод оценки на основе теории эффективной конкуренции	Охватывает все наиболее важные оценки хозяйственной деятельности фирмы	Сложность расчетов, сбора необходимой информации
	Маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности предприятия торговли	Определяет важность отдельных факторов конкурентоспособности предприятия для потребителя и дает их количественную оценку	Необходимость для достоверности данных обеспечивать правильную выборку анкетированных

Составлено автором по данным [1,2,3]

Отмеченные недостатки существующих подходов к оценке конкурентоспособности предприятий обуславливают невысокие возможности практического применения большинства из них. Основной причиной такового является изначально недостаточно четко определяемое большинством экономистов понятие конкурентоспособности предприятия и критериев оценки этого показателя, что требует дальнейших исследований по данному вопросу.

#### **Литература**

1. Душенькина Е. Экономика предприятия : конспект лекций / Е. Душенькина – М. : Эксмо, 2009. – 160 с.
2. Уровень конкурентоспособности предприятия как базовый результат эффективности использования ресурсов. / Барткова Н. Н., Крупина Н. Н. // Научный вестник Уральской академии, 2010. – № 2 (12) – С. 35–48.

## Содержание

Ахтырский Е. С. Адаптивная гибкость предприятия.....	12
Баранова А. С. The European Experience Of Indemnity Insurance .....	15
Беспалько И. А. Выбор ценовой стратегии предприятием в условиях конкурентной среды.....	17
Блізніченко О.О. Теоретичні аспекти страхування майна підприємств.....	19
Бондарь В. В. Экономические методы стимулирования персонала предприятия.....	21
Боровська С. Д. Розвиток деривативів у до- та після кризовий період.....	23
Васильев М. С. Обоснование стратегического плана развития предприятия.....	25
Воловик А. Б. Управління конкурентоспроможністю продукції підприємств .....	29
Волошко И. В. Проблемы и перспективы развития туристической индустрии в Украине.....	30
Геращенко М. Ю. Управление инвестициями путем оптимизации финансовых потоков .....	33
Горгуль К. Р. Разработка антикризисной стратегии на предприятии.....	36
Господицько Г. А Державне управління як фактор розвитку економіки країни.....	36
Гуца Н. Логістична діяльність торговельно-посередницької структури.....	40
Давыдов Д. Ю. Оценка стоимости предприятия в процессе реструктуризации.....	42
Елдынов Н. С. Управление логистическими затратами на предприятии .....	44
Задорожный Я. В. К вопросу экономической оценки имущества предприятия.....	46
Захарова А. А. Ресурсы организации и эффективность их использования.....	49

Зверев С. И. Управление активами предприятия на основе ценностно-ориентированного подхода.....	51
Иванников Н. О. Сущность контроля реализации бизнес-проекта .....	53
Ильченко А. Е. Обзор методов оценки интеллектуального капитала.....	56
Кардаш С. А. Приоритеты в государственном управлении и бизнесе.....	58
Князева В. Ю. Психологический и профессиональный портрет современного менеджера. ....	60
Колесник А. А. Влияние коммунальных платежей на доходы домохозяйств.....	63
Конева В. В. Значимость логистики для современных предприятий.....	66
Кононенко М. И. Анализ инвестиционных качеств ценных бумаг предприятия.....	68
Коробко А. В. Специфіка управління трудовим колективом.....	70
Краснолуцкий В. И. Теоретические основы вывода на рынок нового продукта.....	73
Кучерова М. А. Основы стратегічного управлінського обліку.....	75
Лашин П. М. Особенности внедрения института финансового омбудсмена в Украине.....	77
Левкович. М. С. Виды антикризисных стратегий предприятия.....	80
Лободин Р. О. Многомерный сравнительный анализ как основной метод оценки конкурентоспособности предприятия.....	83
Локойда К. И. Институциональные факторы развития промышленной политики Украины.....	86
Мазитова В. Р. Экономическая сущность понятия «Финансовые результаты».....	89
Мазитова В. Р. Управление капиталом предприятия.....	92
Нечпай А. П. Совершенствование системы управления затратами на предприятии .....	94
Оганесян М. Г. Оценка эффективности инвестиционных проектов.....	97

Плотникова И. И. Проблемы управления запасами на отечественных предприятиях.....	99
Подкопай В. А. Сущность и содержание научной категории «Качество».....	101
Пожидаев Д. А. Адаптация инструментов оценки активов предприятия к систематическим рискам.....	104
Рожкова А. А. Теоретические аспекты страховой защиты предприятия.....	106
Романенко М. В. Управление дебиторской политикой предприятия.....	109
Сагайдаков Д. С. Управление денежными потоками предприятия в условиях финансово-экономической нестабильности.....	112
Соловьев В. В. Экономическая сущность инвестиционной деятельности предприятия.....	114
Сукачова В. О. Аспекти розробки стратегії розвитку сучасного підприємства.....	117
Тарантюк Л. Л. Корпоративный имидж как аспект управления стоимостью предприятия.....	120
Топтун Т. М. Выбор стратегии финансирования оборотных средств предприятия.....	123
Цыпин И. Д. Экономическая логистика – новое направление логистики.....	125
Шаповалов М. В. Аतिकризисный мониторинг в управлении как ключевой фактор успешного развития предприятия.....	126
Шарова Ю. С. Методическое обеспечение управления развитием системы экономической безопасности на предприятии.....	129
Шевченко Е. Д. Связь между конкурентоспособностью и качеством продукции...	132
Штефан Ю. В. Бизнес план: понятие и подготовка.....	134
Юрченко О. Ю. Економічна ефективність створення паливно-енергетичного кластера.....	137
Яновский Н. И. Классификация методов оценки конкурентоспособности предприятия .....	140

*Наукове видання*

# **УПРАВЛІННЯ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОЇ РІВНОВАГИ**

**ПРОГРАМА ТА МАТЕРІАЛИ X КОНФЕРЕНЦІЇ МОЛОДИХ  
УЧЕНИХ КАФЕДРИ ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВА**

14 грудня 2016 р.

В авторській редакції  
Комп'ютерний набір: *І. В. Гнедая*

Підписано до друку 12.12.2016. Формат 60×84/16.  
Папір офсетний. Гарнітура «Таймс».  
Ум. друк. арк. 8,14. Обл.-вид. арк. 8,34.  
Тираж 100 пр. Зам. №

План 2016/17 навч. р., поз. № 19 у переліку робіт кафедри

Видавництво  
Народної української академії  
Свідоцтво № 1153 від 16.12.2002.

Надруковано у видавництві  
Народної української академії

Україна, 61000, Харків, МСП, вул. Лермонтовська, 27.