

системи законодавства. Ці проблеми потребують негайного вирішення з боку влади, задіявши при цьому нові джерела та форми фінансування будівельної галузі в країні, а також потрібно внести певні корективи до законодавства. Необхідно прискорити розвиток ринкових економічних відносин між учасниками будівельного процесу, провести ряд заходів, щодо формування раціональної регіональної структури, інфраструктури і спеціалізації учасників будівництва, структури капіталу галузі і рівня капіталізації, вдосконалити систему договірних відносин, формування вартості, ціни і прибутку учасників будівництва, достатніх для їхнього функціонування і розвитку в майбутньому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Черній Т. В. Стан та перспективи будівельної галузі в Україні / Черній Т.В. // Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2010. – №11. – С. 50-53.
2. Соха Ю. І. Формування будівельного ринку в Україні / Соха Ю. І., Прошак К. В. // Вісник НУ «Львівська політехніка». – 2009. – №640. – С. 203-208.
3. Котенко Т. Ю. Аналіз витрат як складова управління на підприємствах будівельної галузі / Котенко Т. Ю. // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №6. – С. 118-122.
4. Куйбіда В. Уроки кризи і оновлене бачення будівництва / Василь Куйбіда // Журнал «Дзеркало тижня». – 2010. – №3. – С. 10.
5. Шевченко Ю.І. Програмно-цільове управління в системі державного регулювання будівельного комплексу України / Шевченко Ю.І. // Фінанси України. – 2010. – №11. – С. 39.
6. Молчанов І. В. Уроки кризи і оновлене бачення будівництва / І. В. Молчанов // Журнал "Дзеркало тижня". – 2010. – № 14. – С. 23-26.
7. Дзюбенко С. В. Проблеми будівництва в умовах кризи / С. В. Дзюбенко // Журнал "Український юрист". – 2009. – № 11. – С. 19-21.
8. Соціально-економічний розвиток України / Держкомстат України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.

УДК 658.011.4(477)

ЕКОНОМІЧНА СТАБІЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЗРОСТАННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

Любченко Н.Л., к.е.н., ст. викладач,
Хмельницький національний університет

В статье рассмотрены основные принципы поведения предприятия при столкновении с возможной угрозой его экономической стабильности. Установлено, что залогом успеха хозяйствующих субъектов является применение партнерских отношений в производственной деятельности как одного из активов промышленного предприятия. Объединение усилий предприятий позволяет им достичь роста эффективности использования ограниченных ресурсов.

Ключевые слова: экономическая стабильность предприятия, угроза, модель поведения, партнерские отношения.

The basic principles of enterprise's conduct at a collision with a possible threat to its economic stability are considered in the article. It was identified that the mortgage of success of subjects of management is the application of partner relations in production activity as one of assets of industrial enterprise. Combination of efforts of the enterprises allows them to attain the increase of efficiency of the resources limited usage.

Key words: economic stability of enterprise, threat, model of conduct, partner relations.

Вступ. Виникнення та поширення на територію України світової фінансової кризи, яка переросла у кризу реального сектору національної економіки продемонструвала, як істотно вітчизняна економіка інтегрована у світовий економічний простір і залежна від нього. Вітчизняні промислові підприємства зазнали значних втрат та змушені переглядати свої конкурентні стратегії з метою вирішення проблеми поведінки у передкризовому становищі.

Аналіз останніх досліджень. Категорія економічної стабільності тільки нещодавно увійшла в практику підприємств, тому питання її теоретичного та практичного втілення потребують подальшого опрацювання. Проблема управління підприємствами присвячено чимало досліджень, зокрема і таких

відомих, як І. Ансофф [1, 2], В. Немцова [6]. Питання забезпечення економічної стабільності відображені у працях О. Ареф'євої [3], В. Гейця [4], Г. Клейнера [5], О. Шубровської [7].

Постановка завдання. Метою даної статті є спроба представити комплексну програму поведінки підприємства, яке знаходиться у передкризовому становищі.

Основний матеріал. У зарубіжній літературі з менеджменту основна увага приділяється опису рішень виходу з кризових явищ, але практично відсутні алгоритми поведінки підприємства, яке знаходиться у передкризовому становищі. Враховуючи інтенсивність наростання кризових явищ у практичній діяльності українських підприємств, пропонуємо для вирішення таких проблем обрати підхід, який запропонував один з найвідоміших західних теоретиків стратегічного управління І. Ансофф [1, 2]. Він розробив ряд моделей, які характеризують поведінку підприємства у кризовій або передкризовій ситуації. Коли деякі неочікувані фактори починають впливати на організацію, їх вплив зазвичай залишається прихованим в рамках нормальних коливань економічної діяльності. Таким чином, якщо можлива зміна не буде виявлена за допомогою спеціального прогнозу або аналізу, першочерговою реакцією на неї стануть заходи (зниження витрат, підвищення продуктивності праці, вдосконалення виробництва, активізація збуту), які в минулому допомагали підприємству корегувати можливе погіршення його економічних показників.

У таблиці 1 [1] розглянуто три варіанти поведінки підприємства при зіткненні з можливою загрозою його економічної стабільності. Вибір типу реакції залежить від рівня мінливості зовнішнього середовища. Тип поведінки визначається залежно від трьох факторів: горизонт прогнозування, затримка внаслідок зволікань та час, який знадобиться підприємству, щоб відреагувати на можливу загрозу.

Таблиця 1

Порівняння варіантів управління при появі можливої загрози економічній стабільності

Період	Модель поведінки керівника		
	реактивна	активна	планова
До початку реакції	Можлива відстрочка початку дій після усвідомлення загрози та до моменту її прояву.	Підготовка та перехід до дій при досягненні прийнятної межі	Прогнозування ситуації та заходів протидії, тобто випереджуюча дія до появи загрози
Після початку реакції	Припущення про оперативний характер проблеми. Послідовна реакція (запізнення). Застосування оперативних заходів, які були успішними в минулому. Звернення до стратегічної реакції	Припущення про оперативний характер проблеми. Вибір оптимальних варіантів оперативної реакції. Звернення до стратегічної реакції.	Розпізнавання характеру загрози. Вибір оптимальних варіантів стратегічних та оперативних реакцій. Випробування різних варіантів відповідних реакцій

Практика показує, що найбільша помилка менеджменту – використовувати усі конкурентні стратегії одночасно. Це шлях до погіршення показників, тому що підприємство, яке намагається використовувати усі стратегії одночасно, не зможе як слід використати ні одну з них через “вбудовані” протиріччя.

З метою нейтралізації загроз та забезпечення своєї економічної стабільності підприємства можуть застосовувати різні варіанти стратегій та вживати заходів щодо посилення позитивних тенденцій та ослаблення негативних. Запорукою успіху суб'єктів господарювання є застосування партнерських стосунків у виробничій діяльності як одного з активів промислового підприємства. На нашу думку, підприємствам машинобудівної галузі в умовах ринкової економіки доцільно дотримуватись маркетингу партнерських відносин для безперервної ефективної взаємодії з іншими суб'єктами ринку.

За сучасних умов ціни та якість продукції різних виробників відрізняються незначним чином, тому одним з інструментів забезпечення економічної стабільності стає робота із споживачем. Підприємства, що працюють в цьому напрямі, збільшують лояльність своїх покупців. Тому що лояльні покупці – запорука економічно стабільної роботи промислового підприємства. Підтвердженням цього є відоме “правило Парето”: 20 % постійних споживачів приносять 80 % прибутку.

Зростання рівня стандартизації товарів призводить до того, що їх придбання формує задоволеність покупця, тобто його очікування справдилися. Проте задоволеність споживача – це його пасивний

стан, який не завжди означає лояльність. Головним чинником споживчої лояльності є формування виробником високої цінності товару для покупців. Створенню такої цінності сприяє безперервна взаємодія з покупцем за допомогою його залучення в бренд. У таблиці 2 наведені основні засади формування споживчої лояльності за допомогою взаємодії з клієнтом.

Таблиця 2

Характеристика парадигми взаємодії із споживачем

Ознака	Споживча лояльність
Підхід	Споживчоцентричний (активний і виробник і споживач)
Об'єкт діяльності	Безперервна взаємодія із споживачем
Мета	Залучення споживача у взаємодію
Структура споживчої цінності	Товар + послуги + взаємодія з брендом
Комунікації	Безперервний діалог між виробником та споживачем
Характеристики споживача	Активний співучасник процесу взаємодії з виробником

Висока лояльність, залученість у бренд означає активну позицію покупця, що відданий розвитку бренду, постійно його підтримує, захищає, просуває серед свого оточення.

Формування відносин взаємодії передбачає не тільки співпрацю зі споживачами, але й з партнерами. Останнім часом набуває популярності така стратегія, як усунення кордонів між підприємствами, взаємодія та співробітництво з іншими компаніями. Об'єднання зусиль підприємств дозволяє їм досягнути зростання ефективності використання обмежених ресурсів. Менеджери таких підприємств від стану суперництва переходять до орієнтації на партнерські відносини (табл. 3).

Нова парадигма ґрунтується на довірі та готовності учасників до пошуку справедливих вирішень конфліктних ситуацій так, щоб партнерство було вигідним для обох сторін. Зусилля керівників спрямовані на зменшення витрат та зростання добавленої цінності кожного з учасників партнерства, а не на максимізацію власної вигоди, як раніше. Нова модель характеризується високим рівнем обміну інформацією. Крім того, збільшується кількість особистих контактів, що необхідно для забезпечення коригуючого зворотного зв'язку та вирішення поточних проблем. Партнери нерідко об'єднують свої зусилля щодо проектування та виробництва товарів та завжди орієнтуються на довготривалу перспективу. Іноді учасники допомагають один одному і в сферах, які не передбачені домовленостями про партнерство.

Таблиця 3

Перехід до парадигми партнерства

Від орієнтації на суперництво	До орієнтації на партнерство
Підозри, конкуренція, відсутність довіри	Довіра, збільшення добавленої цінності для обох сторін
Ціна, продуктивність, власний прибуток	Рівність, справедливість, збільшення прибутку для обох сторін
Інформація та зворотний зв'язок обмежені	Електронні бізнес-зв'язки для обміну інформацією та цифрових трансакцій тісна координація, віртуальні команди та обмін працівниками
Конфлікти вирішуються у судовому порядку	Вирішення конфліктів шляхом переговорів, досягнення консенсусу
Мінімум участі та інвестицій	Участь у товарних розробках та виробництві партнера
Короткострокові контракти	Довгострокові контракти
Відносини обмежені вимогами договорів	Ділова співпраця виходить за договірні межі

Вплив різноманітних загроз та ризиків на діяльність господарюючих суб'єктів є достатньо всеохоплюючим. Так, для закордонних політиків та бізнесменів Україна є досить цікавим та перспективним, але вельми ризикованим партнером, де загроза втрати інвестицій залишається високою. Більше того, політичний фактор несе в собі потенційну загрозу економічній стабільності і довгострокові інвестиції у вітчизняну економіку, що є необхідною умовою економічного зростання, ускладнюються че-

рез високий рівень ризику. Тому керівництву підприємства обов'язково потрібно проводити діагностику діяльності, яка передбачає регулярну ідентифікацію джерел виникнення загроз, визначення можливих масштабів наслідків та визначення ролі кожного із джерел у загальному профілі загроз. Ці заходи дозволять визначити можливості нейтралізації загроз економічній стабільності підприємства, наприклад, завдяки використанню популярної останнім часом парадигми партнерства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ансофф И. Новые корпоративные стратегии / И. Ансофф ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 1999. – 116 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; научн. ред. Л. И. Евенко. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
3. Ареф'єва О. В. Економічна стійкість підприємства : сутність, складові та заходи її забезпечення / О. В. Ареф'єва, Д. М. Городинська // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 8. – С. 83–90.
4. Геєць В. М. Нестабільність та економічне зростання : монографія / В. М. Геєць. – К. : Інститут екон. прогнозів, 2000. – 344 с.
5. Клейнер Г. Б. Предприятие в нестабильной экономической среде. [Риски, стратегии, безопасность] / Г. Б. Клейнер, В. Л. Тамбовцев, Р. М. Качалов. – М. : Экономика, 1997. – 288 с.
6. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. – К. : ЕксОб, 2001. – 560 с.
7. Шубровська О. Сталий економічний розвиток: поняття і напрям досліджень / О. Шубровська // Економіка України. – 2005. – № 1. – С. 36–42.

УДК 330.332

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПРОЕКТ ЯК МЕТОД ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ НЕРУХОМОСТІ

Розмислова Н.О., аспірантка

Східноукраїнський національний університет імені В. Даля, м. Луганськ

В статье рассмотрены пути повышения финансовой устойчивости объектов инвестиционной недвижимости на основе методов инвестиционного проектирования. По результатам исследования предложены показатели эффективности инвестиционного проекта по объектам инвестиционной недвижимости.

Ключевые слова: *Инвестиционная недвижимость, инвестиционный проект, основной капитал, ресурсы инвестора, инвестиционный процесс.*

The ways of improvement of the financial sustainability of the investment property through the use of techniques of investment planning are considered in the article. The indicators of the efficiency of the investment project in relation to the investment property were offered after the result of this research.

Key words: *investment property, investment project, capital, resources, investor, investment process.*

Постановка проблеми. Останнім часом інвестиції виконують особливу роль у житті будь-якої країни. Коли є гроші, їх можна інвестувати в основні засоби або в оборотні кошти, та якщо продукція має достатній ринок збуту, то можна жити досить респектабельно навіть в умовах нестабільної економіки. Але де знайти вільні гроші? Згідно з визначенням, гроші є у інвесторів, але більшість їх знаходиться в обігу, де фінанси «працюють» за своїми правилами. Інвестори готові вкладати гроші тільки в ті проекти, які принесуть їм найбільшу користь.

Під інвестиційною діяльністю розуміють вкладення фінансових ресурсів та здійснення практичних дій в цілях отримання прибутку й досягнення корисного ефекту. Інвестиції в основний капітал пов'язані з витратами на нове будівництво, розширення, реконструкцію та технічне переозброєння підприємства, придбання машин, устаткування, інвентарю, проектно-дослідницькі роботи та інші витрати, що збільшують вартість основних засобів.

Під інвестиціями або капіталовкладеннями в найзагальнішому сенсі розуміється тимчасова відмова економічного суб'єкта від споживання ресурсів у теперішній час та їх використання для зміцнення фінансової стійкості у майбутньому.