

соціальної відповідальності підприємства, стимулює підприємців до стратегічних вкладень у людський капітал і таким чином, формує соціально - орієнтоване підприємницьке середовище.

Соціально - орієнтоване підприємницьке середовище визначається сукупністю таких соціально - економічних умов, які забезпечують: а) самостійність ініціативної діяльності підприємця; б) мінімізують ризик, його діяльності в конкурентному ринковому середовищі; в) забезпечують і гарантують законність його матеріальної відповідальності; г) створюють необхідні передумови для інновацій; д) забезпечують спрямованість мотивації його діяльності на комерційний успіх і одночасно соціальну відповідальність. Дотепер у сучасній науці ще не запропоновано механізму створення відповідного комплексу соціально - економічних умов, що є підставою для подальших наукових вишукувань по проблемі соціальної відповідальності підприємства.

УДК 658.114

ПРОЦЕС ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АВТОТРАНСПОРТУ

Зайцева І.Ю., докторант (УкрДАЗТ)

В останні кілька років в українську практику поступово впроваджується сучасна закордонна концепція управління підприємством – концепція управління вартістю. Дана концепція зводиться до такого: з погляду акціонерів (інвесторів) фірми, управління нею має бути націлене на забезпечення збільшення ринкової вартості фірми та її акцій, тому що таке збільшення дозволяє акціонерам (інвесторам) одержувати найбільш значущий, у порівнянні з іншими його формами, дохід від вкладень у фірму – курсовий грошовий дохід від перепродажу усіх або частини належних їм акцій

чи курсовий грошовий дохід, що виражається у збільшенні вартості (цінності) належних акціонерам чистих активів, а отже, і суми їхнього власного капіталу. Неухильно зростаючий тиск поглинень, якому піддавалися менеджери в четвертій хвилі злиттів, надав їм величезного стимулу для збільшення вартості своїх компаній, щоб зменшити їхню уразливість до поглинання. Найбільш уразливими до поглинання були компанії з курсом акцій, що падає, але ліквідними активами. Менеджери виявили, що використання управлінської стратегії, яка викликає швидке зростання акцій, робить компанію більш дорогою ціллю. Якщо ціна акцій зростає, рейдерам важко переконати акціонерів, що керівництво погано справляється зі своїми обов'язками і що є способи управління, які більш ефективно підвищують її вартість.

Зростання цін акцій знижує ефективність декількох тактик поглинання. Він ускладнює тендерну пропозицію, підвищуючи вартість контролю, і знижує ефективність битви за доручення, оскільки важче зібрати необхідну кількість голосів акціонерів, коли керівництво підвищило вартість їх інвестицій. Деякі прихильники поглинень стверджують, що тиск на менеджмент приносить вигоду акціонерам, змушуючи керівників починати дії зі збільшення вартості їх інвестицій. Ціна акцій стає атестатом результатів діяльності керівництва. У даній ситуації менеджери змушені регулярно стежити за оцінкою своїх дій з боку ринку, що в підсумку призведе до збільшення суми дивідендів за акціями і відповідно зміцнення матеріального становища акціонерів підприємства.

Упровадження системи управління вартістю на автотранспортному підприємстві - досить тривалий процес. Так, західні фахівці оцінюють його тривалість у 2-3 роки. Визначимо основні етапи процесу впровадження системи управління вартістю на автотранспортному підприємстві у таблиці 1.

Таблиця 1

Процес впровадження системи управління вартістю на автотранспортному підприємстві

Етап 1-й	Етап 2-й	Етап 3-й	Етап 4-й	Етап 5-й
Упровадження точки відліку - оцінювання ринкової вартості автотранспортного підприємства	Складання схеми факторів вартості компанії	Створення системи оцінювання оперативних і стратегічних управлінських рішень	Аналіз укладення підрозділів у вартість компанії	Підготовка звіту з позиції управління вартістю
Упровадження системи оперативного контролю над вартістю активів				

	Підготовка кадрів	
--	-------------------	--

Отже, застосування концепції управління вартістю може не тільки дати результати, пов'язані з поліпшенням фінансового стану компанії, але й одночасно збільшити імідж компанії в очах як власних акціонерів, так і потенційних інвесторів компанії.

УДК 658.152.001.76:656.2

ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ З ВИПУСКУ ПРОДУКЦІЇ ДЛЯ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Калініченко Л. Л. к.е.н., доцент. (УкрДАЗТ)

Ситуація, що склалася на ринку виробників продукції для залізничного транспорту (майже відсутність замовлень внутрішніх споживачів та неконкурентоспроможність їх продукції на європейському ринку) свідчить про необхідність заходів, що спрямовані на підвищення конкурентоспроможності через інвестиційно-інноваційний розвиток. Як наслідок, створиться комплексний ефект, як на рівні галузі машинобудування, так і на рівні транспортної системи держави, що сприятиме їх взаємодії і розвитку.

Існує логічний взаємозв'язок між проблемами: інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств-виробників продукції для залізничного транспорту (ПВПЗТ), розвитку залізничного транспорту, підвищенням потенціалу транспортної системи держави, розвитком мережі МТК, збільшенням транзитного потенціалу держави, входженням вітчизняної транспортної системи до Транс'європейської транспортної мережі, визнанням України в ЄС.

Розвиток залізничного транспорту, на основі здійснення інноваційної діяльності ПВПЗТ, можна розглядати як джерело розвитку інших галузей економіки. Існування такого зв'язку підкреслювали Голюков А. П., Дикань В. Л., Данілішин Б. М.. Тобто, промислові гіганти повинні бути зацікавлені в розвитку залізничного транспорту, що може проявлятися у впровадженні відрхувань на розвиток залізничного транспорту. Але цей додатковий податковий тягар може бути компенсований за рахунок зменшення ставки інших податків, наприклад, податку на прибуток.

Існує необхідність додаткового залучення інвестицій в сферу виробництва продукції для залізничного транспорту (тільки приведення у

відповідність до європейських стандартів експлуатаційних характеристик вітчизняного рухомого складу потребує значних обсягів капіталовкладень). Не менш гостро постає питання відновлення нормального функціонування сфери реалізації рухомого складу на внутрішньому ринку, кризисне становище якого обумовлено відсутністю попиту з боку "Укрзалізниці", що пояснюється ціною неконкурентоспроможністю продукції з закордонними аналогами і недостатньо розвинутою системою лізингових угод. В таких умовах необхідні інвестиційні вкладення в створення нових технологій і обладнання, які забезпечать конкурентоспроможність рухомого складу і його комплектуючих на внутрішньому і зовнішньому ринку, на основі залучення інтелектуального потенціалу.

Одним з заходів, який націлений на нарощування конкурентних переваг ПВПЗТ, їх фінансове оздоровлення, впровадження нових технологій, продукції, повинен стати інноваційний реінжиніринг, тобто домінантою становлення нової моделі росту підприємств стає система інноваційних процесів, наукових знань, нових технологій, продуктів.

З переліку основних стратегій інноваційного розвитку найбільш ефективною для ПВПЗТ є стратегія "технологічного стрибка", яка ґрунтується на широкому спектрі науково-дослідних розробок, що забезпечують довгострокові конкурентні переваги. Але на ранніх етапах виходу підприємств на новий рівень розвитку прийнятною буде стратегія "стеження за лідером", який формує шлях технологічного розвитку. Тобто, сьогодні існує необхідність у дієвій системі обміну технологіями, створенні ринку технологій, де об'єктом обміну і реалізації виступають технології.

УДК 338.5:656.611.2

МОДЕЛІ РАЗВИТИЯ ПОРТОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

*Кибик О.Н., д.э.н., доцент (ОНЮА)
Кравченко А.В., заместитель начальника
Мариупольского морского торгового порта по
вопросам экономики и финансов*

Последнее десятилетие в сфере развития морских портов Украины наблюдаются кардинальные перемены. Морские порты в традиционном виде перестали эффективно функционировать. В теоретическом плане и в