

Міністерство освіти і науки України  
Північно-східний науковий центр Транспортної академії України  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет  
Харківська обласна державна адміністрація  
Управління у справах сім'ї та молоді

# ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

*Збірник матеріалів  
міжнародної науково-практичної конференції*

Частина 3

14 – 15 грудня 2007 р.

Харків  
ХНАДУ  
2007

Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції, 14 – 15 грудня 2007 р. – Ч. 3. – Харків: Вид-во ХНАДУ, 2007. – 256 с.

У збірнику представлено роботи науковців і практичних працівників з різних регіонів України, а також Росії, Білорусі, Туркменістану та Китаю, у яких висловлено багато цінних пропозицій з вирішення проблем і перспектив розвитку підприємництва. Збірник включає роботи фахівців різного рівня кваліфікації, тому представлені матеріали мають неоднакову глибину висвітлення проблем і наукову цінність та практичні висновки. Разом з тим у кожній роботі є цікаві пропозиції, які заслуговують на увагу.

### Редакційна колегія

Туренко Анатолій Миколайович	д.т.н., професор, ректор, ХНАДУ;
Богомолів Віктор Олександрович	д.т.н., професор, заступник ректора з наукової роботи, ХНАДУ;
Дмитрієв Ілля Андрійович	к.екон.н., професор, декан факультету управління і бізнесу, завідуючий кафедрою економіки підприємства, ХНАДУ;
Шинкаренко Володимир Григорович	д.екон.н., професор, завідуючий кафедрою менеджменту, ХНАДУ;
Гриньов Андрій Валентинович	д.екон.н., професор, завідуючий кафедрою міжнародної економіки, ХНАДУ;
Бережний Валерій Михайлович	к.екон.н., професор, завідуючий кафедрою економічної теорії і права, ХНАДУ;
Маліков Володимир Васильович	к.екон.н., професор, завідуючий кафедрою обліку і аудиту, ХНАДУ;
Горелов Дмитро Олександрович	д.екон.н., професор кафедри економіки підприємства, ХНАДУ;
Ястремська Олена Миколаївна	д.екон.н., професор, завідуючий кафедрою економіки, організації і планування діяльності підприємства, Харківський національний економічний університет
Мищенко Володимир Акимович	д.екон.н., професор, завідуючий кафедрою фінансів, контролінга і зовнішньоекономічної діяльності, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут».

## ЗМІСТ

### ПІДПРИЄМНИЦТВО ОЧИМА МОЛОДІ

<i>Азаренко Ю.В.</i> Основні проблеми малого бізнесу та шляхи їх розв'язання.....	10
<i>Ананко И.Н.</i> Изучение потребителей автотранспортных услуг.....	12
<i>Андрющенко О.Б., Скотаренко Н.П.</i> Формування PR-технологій на АТП.....	13
<i>Ареф'єв С.О.</i> Складові економічної безпеки підприємств.....	15
<i>Архипенко Е.В.</i> Формирование стратегии деятельности предприятия на международном рынке автотранспортных услуг.....	16
<i>Афанасьєва Ю.М.</i> Фінансовий результат підприємницької діяльності ...	18
<i>Бабур И.П., Коваль О.А.</i> Основные направления маркетинговой ориентации предпринимательской деятельности.....	20
<i>Бегун Е.А.</i> Оценка бизнес-плана автотранспортного предприятия.....	22
<i>Безруких Я.А.</i> Роль бизнес-плана в современной организации.....	23
<i>Белевцова О.Н., Довгаль Г.В.</i> Эффективность управления внутренними рисками как фактор успешного развития банка и банковской деятельности: опыт развитых стран.....	26
<i>Бережна М.В.</i> Санація промислового підприємства.....	27
<i>Бережна Н.В.</i> Управління прибутком підприємства.....	29
<i>Бережная Н.И., Андреевская С.Ю., Корецкая Д.Е.</i> Содействие развитию предпринимательского сектора Украины – приоритетное направление социально-экономической политики государства.....	31
<i>Бережний В.М., Першина А.А.</i> Реформування податкової системи України.....	32
<i>Біндюг Л.С., Андрєєвська Н.Ю.</i> Оцінка господарського ризику в стратегії і тактиці ціноутворення.....	34
<i>Біндюг Л.С., Нешков В.В.</i> Оцінка пріоритетності клієнтів за допомогою аналізу ієрархій.....	35
<i>Бойко И.А.</i> Выбор наиболее эффективного метода ценообразования....	37
<i>Бондарец С.А., Киселева А.А.</i> Проблемы субконтрактинга в Украине и пути их решения.....	39
<i>Буклей О.В.</i> Винагороди персоналу в загальному менеджменті якості.....	41
<i>Ващик И.В.</i> Матеріальное стимулирование – залог успеха компании ...	42
<i>Вдовиченко О.О.</i> Удосконалення оцінки стратегій дорожнього підприємства.....	44
<i>Величко Є.В.</i> Необхідність стратегічного планування на дорожньому підприємстві.....	45

<b>Сизоненко О.А., Дементьева С.А.</b> Гармонизация бухгалтерського и налогового учета льготных пенсий.....	193
<b>Сітайло О.Л.</b> Впровадження бюджетування на АТП.....	195
<b>Скрипник О.В.</b> Человеческий фактор – действенная альтернатива информационным технологиям.....	197
<b>Скрипник О.В.</b> Спрос, предложение и прогноз развития рынка товаров.....	199
<b>Стецюк О.С., Васищева А.Э., Целых Н.М.</b> Направления совершенст- вования эффективного использования экономического потенциала регионов.....	200
<b>Стрелина Е.Н., Русская А.Г.</b> Кредитование малого бизнеса в Украине.....	202
<b>Тарасенко Ю.В., Пісоцька Є.І.</b> Електронна звітність – на користь платникам податків та податківцям.....	204
<b>Табет Т.О., Бабінська О.В.</b> Тенденції зовнішнього інвестування в економіку України.....	206
<b>Тимченко Р.М.</b> Регіональні аспекти підтримки малого бізнесу.....	208
<b>Ткаченко В.П.</b> Особливості маркетингу персоналу на ринку автотранспортних послуг.....	210
<b>Токарь Д.О.</b> Особенности управления персоналом на отечественных предприятиях.....	212
<b>Токар І.І., Карамішева І.В.</b> Міжнародні інвестиції та їх вплив на розвиток економіки України.....	214
<b>Торбляк Е.В.</b> Особенности учета консервации основных фондов предприятий негосударственного сектора.....	215
<b>Трипутень А.С.</b> Проблеми технічної забезпеченості аграрно-промислового комплексу.....	217
<b>Трофімова А.В.</b> Фактори, що перешкоджають притоку капіталу та іноземних інвестицій в економіку України.....	219
<b>Турков Д.Ю.</b> Бухгалтерські та податкові наслідки недоліків законодавчого регулювання вексельного обігу в Україні.....	220
<b>Уварова Н.О., Вовк І.С.</b> Удосконалення тарифної системи на основі єдиної тарифної сітки в галузях АПК.....	222
<b>Уханёва А.И.</b> Обоснование направлений развития АТП.....	224
<b>Фандеєва А.Є.</b> Вибір актуальної моделі підприємницької діяльності.....	226
<b>Федотова І.В., Кожемякін А.О.</b> Методика оцінки рівня лояльності споживачів до АТП та його послуг.....	228
<b>Федотова І.В., Нурждіна Н.С.</b> Оцінка роботи апарату управління АТП.....	230
<b>Филиппов В.Ю.</b> Маркетинговые аспекты подготовки будущих предпринимателей: внешние коммуникации.....	231

підприємства. Радари оцінки будуються за ряд років та результати порівнюються між собою.

Цей метод дозволяє узагальнити інформацію і зробити висновки щодо ефективності роботи апарата управління на даному підприємстві, а також запропонувати заходи щодо підвищення інтегрального показника, тобто заходи щодо покращення роботи апарата управління.

Запропонована методика дає можливість порівняльної, прогнозної оцінки роботи апарату управління АТП, а також допомагає визначити, які показники необхідно покращити. Перевагами є: наочність, що дозволяє вже по формі радара визначити в чому той чи інший показник переважає чи поступається іншим. Методика дозволяє контролювати роботу апарата управління і підтримувати необхідний рівень його роботи.

## МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ: ВНЕШНИЕ КОММУНИКАЦИИ

Филиппов В.Ю.

*Одесский национальный политехнический университет*

Подготовка будущих предпринимателей сопровождается активным использованием маркетинговых технологий связанных со всеми аспектами подготовки и организацией учебного процесса – от рекламы ВУЗа до внедрения инструментов маркетинговых исследований его конкурентов и осуществления внешних коммуникаций.

Внедрению маркетинговых технологий должно способствовать развитие Интернета и информационных технологий, однако более половины учебных заведений не вносит в свои рекламные проспекты данные относительно электронных средств связи. Другие или владеют только web-сайтом, или имеют только электронную почту.

Такое недостаточное внимание к маркетинговым технологиям реализации коммуникаций формирует у потенциальных студентов негативное представление об уровне развития информационных технологий в ВУЗе. Сегодня электронные средства связи имеют 17% ВУЗов Украины, 4.4% – Крыма, 7.1% – г. Севастополя и г. Одессы.

Значительная часть ВУЗов также серьезно недооценивает роль информационных систем в формировании имиджа своего учебного заведения. В каждого из них разработан стратегический план развития заведения, целью которого является формирование лидирующих позиций на рынке образовательных услуг, однако, роль Интернета в этих планах незначительна.

Во всех ВУЗах Украины существует Интернет-подключение, однако его наличие не гарантирует эффективное использование в учебном процессе. Как правило, в настоящий момент в ВУЗах реально работает в Интернете достаточно ограниченное количество людей, которые или

хорошо владеют новыми технологиями, или по ряду причин приближенные к высшим административным кругам. Ограниченность доступа – это главный недостаток отечественного Интернета в ВУЗе. Преодолеть такой синдром возможно путем создания определенных организационных структур, призванных лоббировать интересы широкого круга пользователей в ВУЗе. Возможны три способа организации подобных структур:

- создание Интернет-центра ВУЗа – централизованного органа по использованию имеющейся материальной базы, организации массового доступа в Интернет и системы учебы персонала, поддержке ВУзовских web-ресурсов и другие;

- создание координационного совета с внедрением Интернета в ВУЗе, способного решать вопрос концептуального характера – определение направлений развития Интернет-технологий, создание соответствующей материальной базы, планирования, анализа и контроля деятельности его интернет-структур;

- одновременное функционирование Интернет-центра и координационного совета.

Позитивный образ ВУЗа часто зависит от организации системы коммуникаций, то есть наличия максимально возможного количества контактной информации, включая и ту, которая предоставляется нетрадиционными средствами связи. Поэтому правильная организация работы и предоставление информации на web-сайтах учебных заведений позволят полноценно удовлетворить потребности, как потенциальных абитуриентов, так и партнеров, заинтересованных в сотрудничестве. Еще одним плюсом является то, что массовые публичные и школьные библиотеки смогут проводить мероприятия по профориентации, используя при этом web-сервера адреса ВУЗа.

Проведенное маркетинговое исследование web-сайтов пяти мировых и пяти украинских ВУЗов показало, что украинские сайты явно проигрывают зарубежным в маркетинговой эффективности:

1. Почти все сайты ВУЗов имеют только ознакомительный характер;
2. Web-сайты ВУЗов имеют общее назначение и потому не могут удовлетворить интересы определенных групп посетителей, поскольку не несут необходимой информации;
3. ВУЗы предоставляют мало информации о своих структурных подразделениях (факультетах, кафедрах, центрах);
4. Не предусмотрено ежедневное обновление новостей ВУЗов, их конкретизация в разрезе интересов кафедр и специальностей;
5. Интерактивных элементов управления или не предусмотрено, или они имеют локальный характер и используются в отдельных разделах сайтов.
6. Внешние коммуникации осуществляются в пассивном режиме – в виде переписки (не применяются открытые системы связи через Интернет).

Таким образом, состояние использования интернет-ресурсов ВУЗом можно квалифицировать как недостаточное. Это негативно сказывается на процессе подготовке будущих предпринимателей, так как образуется разрыв между теоретическими курсами, в которых указывается важная роль маркетинговых технологий и внешних коммуникаций, и практикой, где это не применяется. Поскольку ВУЗ является неприбыльной организацией – использование маркетинговых технологий в нем имеет свои особенности, а организация внешних коммуникаций является традиционной и менее проблемной. Поэтому первоочередной упор надо делать именно на них.

## ДЖЕРЕЛА ВНУТРІШНЬОГО ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Франасюк А.В.

*Одеський національний політехнічний університет*

Забезпечення фінансування поточної діяльності та розвитку підприємства є одним з першочергових завдань фінансового менеджменту.

Відомо, що фінансування може здійснюватись за рахунок внутрішніх та зовнішніх джерел, які знаходять відображення й у структурі пасиву бухгалтерського балансу.

На перший погляд, у разі недостатності прибутку, як основного джерела фінансування, зовнішні джерела – довгострокові та короткострокові позики, можуть вирішити фінансові проблеми компанії. Проте, незважаючи на стрімкий розвиток ринку позикового капіталу, для багатьох підприємств зовнішні джерела досі є мало доступними або дорогими.

З позиції забезпечення фінансової стійкості та незалежності, внутрішнє фінансування є завжди кращим, так як не створює зовнішніх зобов'язань.

Внутрішнє фінансування – це коли компанія фінансується з власних коштів, зі свого фінансового кругообігу. Таке фінансування підходить для більшості стійких підприємств, що володіють можливістю самостійно поповнювати оборотні кошти та створювати резерви для інвестування. Для організації зовнішнього фінансування підприємству необхідно вступити у фінансові відносини з джерелами коштів, а для внутрішнього фінансування достатньо прийняти відповідні рішення про розподіл коштів усередині компанії.

Загальновідомими джерелами внутрішнього фінансування є прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг) та амортизація. Проте, коли цих основних джерел не вистачає, перед підприємством постає необхідність пошуку додаткових внутрішніх джерел та резервів. Серед таких джерел слід зазначити:

- збільшення статутного фонду к за рахунок внесків попередніх власників, так і за рахунок залучення нових співвласників;

Наукове видання

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ  
ПІДПРИЄМНИЦТВА**

*Збірник матеріалів  
міжнародної науково-практичної конференції*

Частина 3

Відповідальний за випуск *Д.А. Горюв*

Комп'ютерна верстка *Н.А. Купіної*

*Авторська редакція*

Підписано до друку 3.12.2007 р. Формат 60×84 1/16. Папір офсетний.  
Гарнітура Times New Roman Сут. Віддруковано на ризографі  
Ум. друк. арк. 11.6. Обл.-вид. арк. 12.3.  
Зам. № 1005/07 Тираж 200 прим. Ціна договірна

**ВИДАВНИЦТВО**

**Харківського національного автомобільно-дорожнього університету**

**Видавництво ХНАДУ, 61200, Харків-МСП, вул. Петровського, 25.  
Тел./факс: (057)700-38-64; 707-37-03, e-mail: rio@khadi.kharkov.ua**

*Свідоцтво Державного комітету інформаційної політики, телебачення  
та радіомовлення України про внесення суб'єкта видавничої справи  
до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів  
видавничої продукції, серія № ДК №897 від 17.04.2002 р.*