

вид., доп. і перероб. – К: КНЕУ, 2002. – 599 с. **8.** Ягода А. Г. Соціальна інфраструктура і політика: [навч. посібн.] / А.Г. Ягодка. – К.: КНЕУ, 2000. – 212 с. **9.** Шайхатдинов В. Ш. Право социального обеспечения Российской Федерации: [учебное пособие] / В. Ш. Шайхатдинов. – Екатеринбург, 1996. – Вып. 1. **10.** Сирота І. М. Право пенсійного забезпечення в Україні : [курс лекцій] / І. М. Сирота. – К. : Юринком Інтер, 1998. – 288 с. **11.** Мельник К. Ю. Соціально-правовий захист працівників органів внутрішніх справ (проблеми теорії та практики): дис. канд. юрид. наук. / К. Ю. Мельник. – Х., 2003. – 202 с. **12.** Борисенко Н.Ю. Пенсионное обеспечение: [учебник] / Н.Ю. Борисенко. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 576с. **13.** Соломка О.М. Пенсійне забезпечення в системі соціального захисту населення: Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. – Х., 2006. – 18 с. **14.** Роик В.Д. Превратить старость в радость: Основы жизнедеятельности населения в пожилом возрасте / В.Д. Роик. – М.: МИК, 2008. – 432 с. **15.** Юрій С.І. Соціальне страхування: [підручник] / С.І. Юрій, М.П., Шаварина, Н.В. Шаманська. – К.: Кондор, 2006. – 464 с. **16.** Ширант А.А. Принципи пенсійного забезпечення: автореф. дис. кан. екон. наук. – Київ, 2012. – 191 с.

Надійшла до редколегії 30.10.2013

УДК 001.4:364.442.6

Терміносистема соціального захисту / Ткаченко І. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 53(1026). – С. 167–172 – Бібліогр.: 16 назв.

В статье рассмотрены научные подходы к определению сути социальной защиты, пенсионного обеспечения, пенсионного страхования и представленные собственные трактовки этих понятий. Также схематично представлена система социальной защиты в сочетании двух подсистем (подсистемы социальных выплат и подсистемы пенсионных выплат). С целью приближения бюджета Пенсионного фонда к сбалансированному состоянию выделено понятие пенсионной помощи.

Ключевые слова: социальная защита, социальное обеспечение, социальное страхование, социальная помощь, пенсионное обеспечение, пенсионное страхование.

The article deals with scientific approaches to the definition of the essence of social security, pension, annuity and presented their own interpretations of these concepts. Also, a schematic representation of the social protection system in combination of two subsystems (subsystem of social benefits and pension payments subsystem). In order to bring the budget of the Pension Fund to a balanced state aid allocated to the concept of retirement.

Keywords: social protection, social security, social insurance, social assistance, pensions, pension insurance.

УДК 658.012.34:658.6

Л. А. ФИЛИПКОВСКАЯ, канд.. экон. наук, доц., НАУ им. Жуковского «ХАИ», Харьков;

А. Г. КРАВЧУК, магистрант, НАУ им. Жуковского «ХАИ», Харьков.

ОЦЕНИВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА

В работе предложены методы оценивания инвестиционных проектов предприятий, представленных рекламными агентствами. Для оценки инвестиционных проектов рассмотрены метод корректировки ставки дисконтирования, метод достоверных эквивалентов, технология анализа чувствительности показателей эффективности инвестиционной деятельности, метод сценариев, теория игр, «дерево решений», метод Монте-Карло. Так как рекламное агентство постоянно находится в условиях риска и неопределенности, показано, что для оценки его инвестиционной деятельности приемлемым является метод анализа чувствительности. Этот метод позволяет обрабатывать разнородную информацию, для реальной задачи инвестиционного анализа, характерной для сферы рекламы.

Ключевые слова: инвестиционный проект, финансовые средства, рекламное агентство, эффективность, анализ чувствительности, дерево решений.

© Л. А. Филипковская, А. Г. Кравчук, 2013

Введение. В широком смысле инвестиционная деятельность – это деятельность, связанная с вложением средств в объекты инвестирования с целью получения дохода (эффекта). В узком смысле инвестиционная деятельность, или собственно инвестирование, представляет собой процесс преобразования инвестиционных ресурсов во вложения.

Рекламное агентство, как объект инвестирования, можно рассматривать с двух сторон: с одной – как предприятие, имеющее собственные средства, которые оно может вложить в своё дальнейшее развитие (например, новые рекламные продукты с использованием «ноу-хау»), с другой – как актив, в который другим предприятиям целесообразно вкладывать свои средства (например, предоставление рекламных услуг для данных предприятий).

Характерной особенностью современных рынков является высокая степень неопределенности внешней среды организации. Основными условиями неопределенности, в которых функционируют рекламные агентства, является:

- рекламный рынок в целом, по сравнению с другими типами рынков предлагает виртуальный товар, так как фактически рекламодаделец покупает некое будущее рекламное пространство, оценить которое можно будет лишь спустя значительный промежуток времени;

- по сравнению с товарным рынком, где предприятия конкурируют между собой как продавцы (производители), на рекламном рынке все хозяйствующие субъекты соперничают как рекламодатели (потребители рекламных продуктов). Причем степень этой конкуренции зависит от долгосрочных приоритетов товаропроизводителей, которые находят отражение в рыночной стратегии;

- недооценка фактора неполноты информации может привести к выбору стратегии, не позволяющей организации ни защититься от угроз со стороны конкурентов, ни развивать свои уникальные возможности. Опасна и другая крайность – отказ от строгих рамок планирования и принятие сугубо интуитивных решений.

Цель исследования, постановка задачи. Оценка эффективности инвестиционного проекта представляет собой один из наиболее ответственных этапов в решении целого ряда стратегических задач организации.

Целью исследования является выбор рационального метода оценивания эффективности инвестиционной деятельности предприятия в условиях неопределенности.

Важным аспектом эффективности инвестиционного проекта является анализ зависимости инвестиционных параметров от изменения одного или нескольких параметров рынка рекламных услуг, а также показателей деятельности самого рекламного агентства.

При проведении количественного и качественного анализа конкретного инвестиционного проекта рекламному агентству необходимо принимать во внимание такие действия:

- оценка и расчет инвестиционных потоков финансирования по проекту;
- учет воздействия разнообразных факторов на практическую реализацию инвестиционного проекта;

- расчет финансово-экономических показателей состояния объекта рекламного бизнеса;

- выбор наилучших условий и оптимальных методов инвестиционного обеспечения проекта рекламного агентства, призванных увеличить его потенциал.

Обоснованность принимаемого инвестиционного решения напрямую зависит от того, насколько объективно и всесторонне проведены эти мероприятия. В основе оценивания эффективности инвестиционного проекта лежит система показателей, соизмеряющих полученный эффект от реализации инвестиционного проекта с его инвестиционными затратами. Ключевым вопросом в этой связи является сопоставление денежных потоков, что обусловлено следующими факторами: временной стоимостью денег, нестабильностью экономической ситуации.

Анализ основных достижений и литературы. В многочисленной литературе описаны различные модификации формул вычисления показателей экономической эффективности инвестиционного проекта (*NPV, PI, DPP, IRR, MIRR*) в зависимости от исходных условий [2, 3, 7].

Общим недостатком вышеперечисленных показателей эффективности инвестиционного проекта является требование определенности входных данных, что является неоправданным упрощением реальности, так как любой инвестиционный проект характеризуется множеством факторов неопределенности.

Источниками неопределенности являются, прежде всего, неполнота и недостаточность знаний о внешней среде, фактор случайности в деятельности организации (внезапное изменение спроса на продукцию, неожиданный срыв поставки сырья) и конфликтность (противодействия) в оценке инвестиционных решений.

В литературе [1, 6, 10, 11, 13] учитывают также измеримую неопределенность или риск (неполная неопределенность). Риск проекта связан с опасностью потери ресурсов, недополучением доходов или появлением дополнительных расходов. Основными источниками рисков являются ограниченность информационных, материальных, финансовых, трудовых и других ресурсов при принятии решений, а также недостаточность знаний научных методов обработки экономической информации.

Неустраняемая неопределенность порождает столь же неустраняемый риск принятия инвестиционных решений.

Наличие различных видов неопределенностей приводит к необходимости адаптации показателей оценки экономической эффективности инвестиционного проекта к применению определенных математических методов, позволяющих формализовать и одновременно обрабатывать различные виды неопределенности.

К наиболее распространенным на практике методам оценивания инвестиционных проектов относятся:

- метод корректировки ставки дисконтирования (премия за риск);
- метод достоверных эквивалентов (коэффициентов достоверности);
- анализ чувствительности показателей эффективности (*NPV, IRR* и др.);
- метод сценариев;
- методы теории игр (критерий максимина, максима и др.);
- построение «дерева решений»;

– имитационное моделирование по методу Монте-Карло.

В таблице дана характеристика описанных методов.

Таблица. Характеристика методов оценивания эффективности инвестиционного проекта

Название метода	Достоинства	Недостатки
Метод корректировки ставки дисконтирования	Предусматривает приведение будущих денежных потоков к настоящему моменту времени по более высокой ставке.	Не дает никакой информации о степени риска. Предполагает существенные ограничения в моделировании различных вариантов развития инвестиционного проекта [2].
Метод достоверных эквивалентов	Предполагает корректировку не нормы дисконта, а денежных потоков инвестиционного проекта в зависимости от достоверности оценки их ожидаемой величины. С этой целью рассчитываются специальные понижающие коэффициенты a_t для каждого планового периода t .	Зависимость денежных потоков от реализации инвестиционного проекта интерпретируется как поступления от безрисковых вложений, что приводит к невозможности проведения анализа эффективности инвестиционного проекта в условиях неопределенности и риска [6].
Метод анализа чувствительности	Позволяет на количественной основе оценить влияние на инвестиционный проект изменения его главных переменных.	Допускается изменение одного параметра инвестиционного проекта изолированно от всех остальных [7].
Метод Монте-Карло	Является наиболее сложным, но и наиболее мощным методом оценки и учета рисков при принятии инвестиционного решения.	Наблюдается высокая чувствительность получаемого результата к законам распределения вероятностей и видам зависимостей входных переменных инвестиционного проекта [11].
Метод сценариев	Позволяет учесть одновременное влияние изменений факторов риска.	Требует выполнения достаточно большого объема работ по отбору и аналитической обработке информации для каждого возможного сценария развития. При этом надо учесть эффект ограниченного числа возможных комбинаций переменных, так как количество сценариев, подлежащих детальной проработке, ограничено [7, 11].
Теория игр	Рассматривает варианты альтернативных инвестиционных проектов в условиях неопределенности. Обеспечивает выбор наиболее целесообразного инвестиционного проекта на основе принятия научно обоснованного инвестиционного решения.	Предполагается ограниченное количество сценариев развития (конечное множество состояний окружающей среды) [5].
Построения «дерева решений»	Применяется в ситуациях, когда более поздние решения сильно зависят от решений, принятых ранее, и в свою очередь, определяют сценарии дальнейшего развития событий.	Характеризуется технической сложностью практического использования при наличии больших размеров исследуемого «дерева» решений. Присутствует слишком высокий субъективизм при назначении оценок вероятностей [8].

Таким образом, проведенный анализ традиционных методов оценки эффективности инвестиционного проекта в условиях риска и неопределенности свидетельствует об их теоретической и практической значимости.

Результаты исследования. Деятельность рекламных агентств такова, что влияние факторов неопределенности на инвестиционный проект приводит к возникновению непредвиденных ситуаций. Не учтенные в проекте негативные сценарии развития событий, могут сорвать реализацию инвестиционного проекта.

На основе анализа литературных источников и особенностей функционирования рекламного агентства предлагается методика оценивания эффективности его инвестиционной активности на базе методов построения дерева решений и анализа чувствительности (см. рис.).

Для адекватной оценки эффективности инвестиционного проекта необходимо использовать реальные значения показателей деятельности предприятия. Поэтому как и некоторые зарубежные и отечественные исследователи в работах [8, 9, 10, 11] оценивание эффективности и риска инвестиционных проектов предлагается выполнять на основе анализа чувствительности.

В международной практике широко используется анализ точки безубыточности (break even point analysis), который является простейшим способом, позволяющим проводить грубую оценку рисков проекта.

В ходе анализа чувствительности (уязвимости), применяемого к проекту, происходит последовательно-единичное изменение каждой переменной: переменной меняют значение на прогнозное число процентов, на этой основе пересчитывается новая величина принятого критерия (например NPV или IRR). Затем оценивается процентное изменение критерия по отношению к базисному случаю и рассчитывается показатель чувствительности, представляющий собой отношение процентного изменения критерия к изменению значения переменной на один процент (так называемая эластичность изменения показателя). Таким же образом исчисляются показатели чувствительности по каждой из остальных переменных.

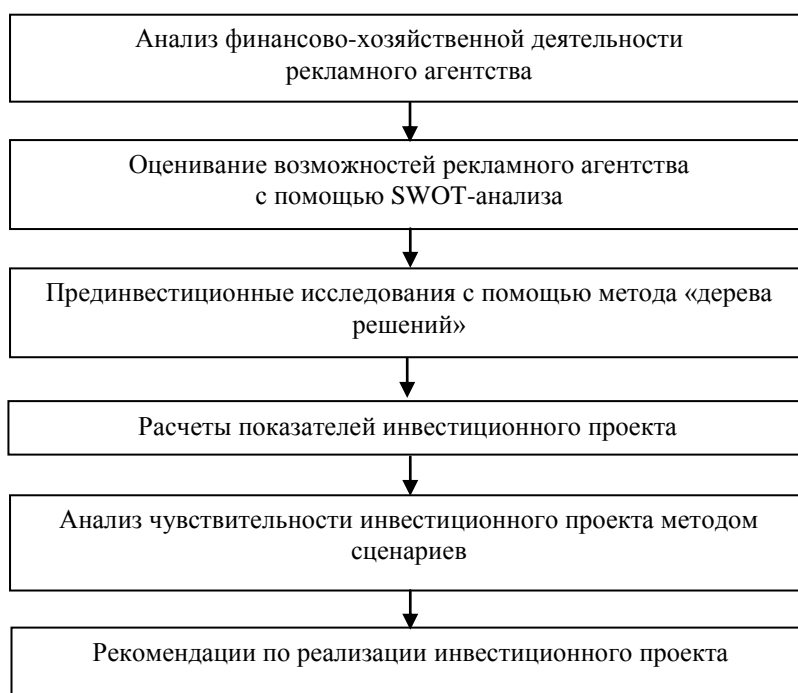


Рис. – Этапы оценивания эффективности инвестиционной деятельности рекламного агентства

На следующем шаге, используя результаты проведенных расчетов, осуществляют экспертное ранжирование переменных по степени важности и экспертную оценку прогнозируемости значений переменных. Далее эксперт может построить так называемую «матрицу чувствительности», позволяющую выделить наименее и наиболее рискованные для проекта переменные (показатели).

Итак, анализ чувствительности является наиболее приемлемым для анализа эффективности инвестиционной деятельности рекламных агентств.

Проведение анализа рисков проекта требует использования компьютерной техники и программных продуктов. Реализация анализа чувствительности возможна, например, на основе электронных таблиц MS Excel, а также MS Project, ProjectExpert, ALT-invest.

Выводы. Таким образом, сравнительный анализ традиционных методов оценки эффективности инвестиционных проектов показал, что не все методы способны показать реальную картину инвестиционной деятельности объектов рекламного бизнеса.

Для получения наиболее достоверных результатов анализа эффективности инвестиционной деятельности необходимо использовать реальные данные финансовой отчетности. Такие же данные использует анализ чувствительности, при котором критические значения факторов определяют пороговые величины изменения переменных. Это отличный вспомогательный инструмент, облегчающий отбор ключевых (рисковых) переменных модели, влияние которых на результат проекта будет анализироваться более точными методами. Анализ чувствительности позволяет обрабатывать разнородную информацию, характерную для реальных задач инвестиционной деятельности рекламных агентств.

Список литература: 1. Алтунин А.Е. Модели и алгоритмы принятия решений в нечетких условиях [Текст] / А.Е. Алтунин, М.В. Семухин. – Тюмень: Изд-во «ГГУ», 2000. – 352 с. 2. Бирман Г. Экономический анализ инвестиционных проектов [Текст] / Г. Бирман, С. Шмидт. – М.: ЮНИТИ, 1997. – 345 с. 3. Бланк И.А., Основы финансового менеджмента [Текст]. / И.А. Бланк. – К.: «Ника-Центр, Эльга», 2001. – 512 с. 4. Борисов А.Н. Обработка нечеткой информации в системах принятия решений [Текст] / А.Н. Борисов, А.В. Алексеев, Г.В. Меркурьева. – М.: «Радио и связь». 1989. – 304 с. 5. Бузырев В.В. Выбор инвестиционных решений и проектов: оптимизационный подход [Текст] / В.В. Бузырев, В.Д. Васильев, А.А. Зубарев. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1999. – 224 с. 6. Виленский П.Л. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика [Текст] / П.Л. Виленский, В.Н. Лившиц, С.А. Смоляк. – М.: «Дело», 2004. – 888 с. 7. Ендовицкий Д.А. Комплексный анализ и контроль инвестиционной деятельности: методология и практика [Текст] / Д.А. Ендовицкий. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 400 с.: ил. 8. Заде Л.А. Основы нового подхода к анализу сложных систем и процессов принятия решений [Текст] / Л.А. Заде. – М.: «Знание», 1974, с. 5-49. 9. Кельтон В. Имитационное моделирование [Текст] / В. Кельтон, А. Лоу. – СПб.: «Питер»; Киев: Издательская группа ВНУ, 2004. – 847 с. 10. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент [Текст] / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 768 с.: ил. 11. Грачева М.В. Количественные методы в экономических исследованиях [Текст] / М.В. Грачева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 791 с.

Надійшла до редколегії 25.10. 2013

УДК 658.012.34:658.6

Оценивание эффективности инвестиционной деятельности рекламного агентства / Филипковская Л. А., Кравчук А. Г. // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХП». – 2013. – № 53(1026). – С. 172–178. – Бібліогр.: 7 назв.

У роботі запропоновано методи оцінювання інвестиційних проектів підприємств, представлених рекламними агентствами. Для оцінки інвестиційних проектів розглянуті метод коригування ставки дисконтування, метод достовірних еквівалентів, технологія аналізу чутливості показників ефективності інвестиційної діяльності, метод сценаріїв, теорія ігор, « дерево рішень », метод Монте -Карло. Так як рекламне агентство постійно перебуває в умовах ризику і невизначеності, показано, що для оцінки його інвестиційної діяльності прийнятним є метод аналізу чутливості. Цей метод дозволяє обробляти різномірну інформацію, для реального завдання інвестиційного аналізу, характерною для сфери реклами.

Ключові слова: інвестиційний проект, фінансові кошти, рекламне агентство, ефективність, аналіз чутливості, дерево рішень.

Proposed methods of evaluation for investment projects submitted by advertising agencies. Evaluation of investment projects considered by the method of adjustment of the discount rate, the method of certainty equivalents, technology analysis of sensitivity of parameters of efficiency of investment activities, the method of scripting, game theory, decision tree, Monte-Carlo method. As the advertising Agency is constantly in the conditions of risk and uncertainty, it is shown that for the valuation of its investment activity is acceptable method of sensitivity analysis. This method allows processing all the information for the real objectives of the investment analysis, characteristic of the field of advertising.

Keywords: investment project, funds, advertising Agency, efficiency, sensitivity analysis, decision tree.

УДК 005.336.4

Г. А. ХАРЧЕНКО, канд. екон. наук, НУБІП України, Київ;
Ю. М. БОРОВИЙ, магістрант, НУБІП України, Київ.

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕТОДІВ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

В роботі розглянуто класифікацію соціально-психологічних методів менеджменту. Обґрунтовано доцільність їх застосування в управлінні підприємством

Ключові слова: управління персоналом, соціально-психологічний метод, соціальний вплив, психологічний вплив.

Вступ. Нині в умовах високої конкурентної боротьби виграють лише ті підприємства, які можуть запропонувати високоякісне виробництво певного виду продукції або послуг, а це неможливо без професійно підготовленого персоналу. Важливе значення тут відіграють соціально-психологічні методи управління, роль яких з кожним роком підвищується.

Аналіз останніх досліджень та літератури. В економічній літературі проблемам теорії та практики управління персоналом в цілому та соціально-психологічним методам зокрема присвячено велика кількість наукових праць вітчизняних і закордонних вчених, зокрема Т. І. Балановської, О. Д. Гудзинського, П. В. Журавльова, Й. С. Завадського, А. А. Корсакової, Л. І. Михайлової, С. Л. Тарасова, А. Маслоу, Ф. Тейлора, Ф. Хедоурі та інших. Проте окремі питання щодо особливостей соціально-психологічних методів управління залишаються невирішеними.

Мета роботи – обґрунтування пріоритетності соціально-психологічних методів в управлінні підприємствами.

Виклад основного матеріалу дослідження. В ринкових умовах при інтелектуалізації усіх видів праці значною мірою зростає роль соціально-психологічних факторів управління. Раціональна організація забезпечує високу продуктивність праці лише в тому випадку, якщо ефективно використовуються індивідуальні й психологічні особливості кожного працівника.

Під соціально-психологічними методами слід розуміти сукупність специфічних методів дії на особисті стосунки і зв'язки між працівниками, а також на соціальні процеси в організації [2; 3; 5]. Під впливом соціально-психологічних факторів в управлінні формуються суспільна свідомість, психологічні зв'язки в колективі, сумлінне відношення до праці. Психологічний стан працівника може сприяти