Отже, науковий підхід до управління маркетинговими комунікаціями дозволяє реалізувати сильні сторони фірми і виявити слабкі, адже маркетингові комунікації – необхідна умова розвитку будь-якого підприємства.

Список літератури: **1.** *Бокарев Т.* Оценка эффективности рекламных кампаний в Интернете // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 200. – № 2. – с. 18–21. **2.** *Котлер Ф.* Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с. **3.** *Вебер Л.* Эффективный маркетинг в Интернете. / Л. Вебер; пер. с англ. Елены Лалаян. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 320 с.

УДК: 336.7

А.В. Опанасенко, Д.В.Коробков

ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОРТФЕЛЯ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

За останні роки в Україні сформувалася і досить динамічно розвивається нова складова економіки – фінансовий ринок, важливою частиною якого є ринок цінних паперів. Слід зазначити, що на сьогодні ринок цінних паперів в Україні більшою мірою не відповідає тим загально-економічним функціям, що на нього покладено. Це підтверджується тим, що після періоду росту кінця 2004 − та середини 2008р.р., та середини 2009 − середини 2010р.р. фондовий ринок вступив у фазу рецесії, яка виражається в зниженні рівня ліквідності цінних паперів, зменшенню об’ємів торгів, учасників торгів та рівня інвестицій у ринок капіталу в Україні в цілому.

Враховуючи описану вище ситуацію, яка склалася на українському ринку цінних паперів, а також відсутність появи нових фінансових інструментів (наприклад таких як, деривативів на банківські метали, іноземну валюту, сільськогосподарську продукцію та ін.), у сучасний період часу формування консервативного портфеля цінних паперів з позиції мінімізації ризиків є найбільш оптимальною стратегією розміщення коштів вкладників інститутів спільного інвестування.

Портфель цінних паперів є тим інструментом, за допомогою якого інвестору забезпечується певний рівень дохідності при певному рівні ризику. Слід зазначити, що як рівень дохідності, так і рівень ризику визначається суб’єктом інвестування виходячи з цілі та поведінки інвестування (агресивна, збалансована та консервативна). Дохід в результаті формування інвестиційного портфелю може виражатися як у вигляді зростання курсової вартості об’єктів інвестування, так і отримані доходу від володіння цими об’єктами (наприклад

купонні платежі по облігаціям). Також формування інвестиційного портфеля цінних паперів дозволяє знизити несистематичні ризики за допомогою диверсифікації і вибрати стратегію управління (активний або пасивний портфельний менеджмент), яка найбільшим чином відповідає визначеним цілям інвестування.

Таким чином, формування інвестиційного портфеля цінних паперів потенційно дозволяє отримати певний рівень прибутковості при більш низькому рівні очікуваного ризику в порівнянні з інвестуванням тільки в один від цінних паперів.

Р.Г. ДОЛІНСЬКА, проф., НТУ «ХПІ», Харків,
Б.Г. ЗАВГОРОДНІЙ, магістрант, НТУ «ХПІ», Харків,

ВДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНИХ КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ І ЗБУТУ ОПАЛЮВАЛЬНОЇ ТЕХНІКИ

Реалізація цілей ЗЕД в умовах глобалізації передбачає стратегічні рішення щодо управління міжнародними каналами розподілу і збуту: визначення структури каналу, вибір партнерів і розподіл функцій між ними, врахування вимог споживачів з інших країн щодо необхідного рівня обслуговування тощо.

На зовнішніх ринках спостерігається посилення конкуренції не стільки між самими товарами, скільки між каналами розподілу і збуту продукції. У кінцевому випадку здобуває перемогу той канал, що пропонує товари з найменшим співвідношенням ціни до якості при належному рівні обслуговування клієнтів.

Канали розподілу характеризуються кількістю рівнів і шириною. Кількість рівнів каналу розподілу визначається видом товару, галузевою приналежністю, ємністю і характером закордонного ринку. Ще однією характеристикою каналу розподілу є ширина каналу – кількість посередників на кожному рівні каналу розподілу.

В ході дослідження каналів розподілу та збуту опалювальної техніки на зовнішньому ринку. встановлено, що підприємство використовує однорівневий та дворівневий канали (рис. 1).