

СЕКЦІЯ 2. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА МЕХАНІЗМИ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО
ЕФЕКТИВНОСТІ В УМОВАХ РІЗНИХ ФОРМ ВЛАСНОСТІ

Балан А.А., Іриченко А.О.

**Класифікація видів рейдерства, форм та способів
захоплення підприємства**

Серед українських економічних проблем нового століття рейдерство є однією із найзлободенніших. Протягом останніх років рейдерство в Україні перетворилося на справжню суспільну катастрофу.

Питання недружніх поглинань розглядається у працях вітчизняних [1-3], і зарубіжних учених [4]. Найчастіше автори дають загальну характеристику поняття "рейдерство", роз'яснюють типові рейдерські схеми, досліджують систему захисту підприємств від недружнього поглинання.

Але все ж на даний момент не достатньо розглянуті питання захисту об'єктів рейдерських нападів. Тому пропонується дослідити: існуючі види рейдерства, форми та способи захоплення підприємств рейдерами; встановити ієрархію основних учасників рейдерських захоплень .

Для того, щоб зрозуміти і осмислити всі поставлені в роботі питання, необхідно почати з витоків – з визначення основних видів рейдерства, форм та способів захоплення підприємства – цілі, а також показати їх взаємозв'язок.

В залежності від того які форми рейдери використовують в своїй діяльності, їх прийнято поділяти на «білих» (діє виключно по закону), «сірих» (балансуються на границі закону, але ця границя не переходиться) та «чорних» (йде «пліч – о – пліч» з бандитизмом) видів рейдерів.

В своє чергу різні «кольори» рейдерства використовують визначені способи захоплення підприємства – цілі (рис. 1).

Також рейдерів прийнято ділити на найманців, що працюють під дахом крупної бізнес-структури та отримують за розробку та реалізацію свого плану захвату, 20 – 25 відсотків «прибутку», і «вільних художників» (незалежні команди, які діють самостійно та отримують все) [3].

Замість настільки популярних на початку 90-х методів фізичної дії сучасні рейдери активно використовують адміністративний і судовий ресурси. Хоча і методи фізичної дії на топ-менеджмент компанії - цілі все ще залишаються такими, що використовуються.

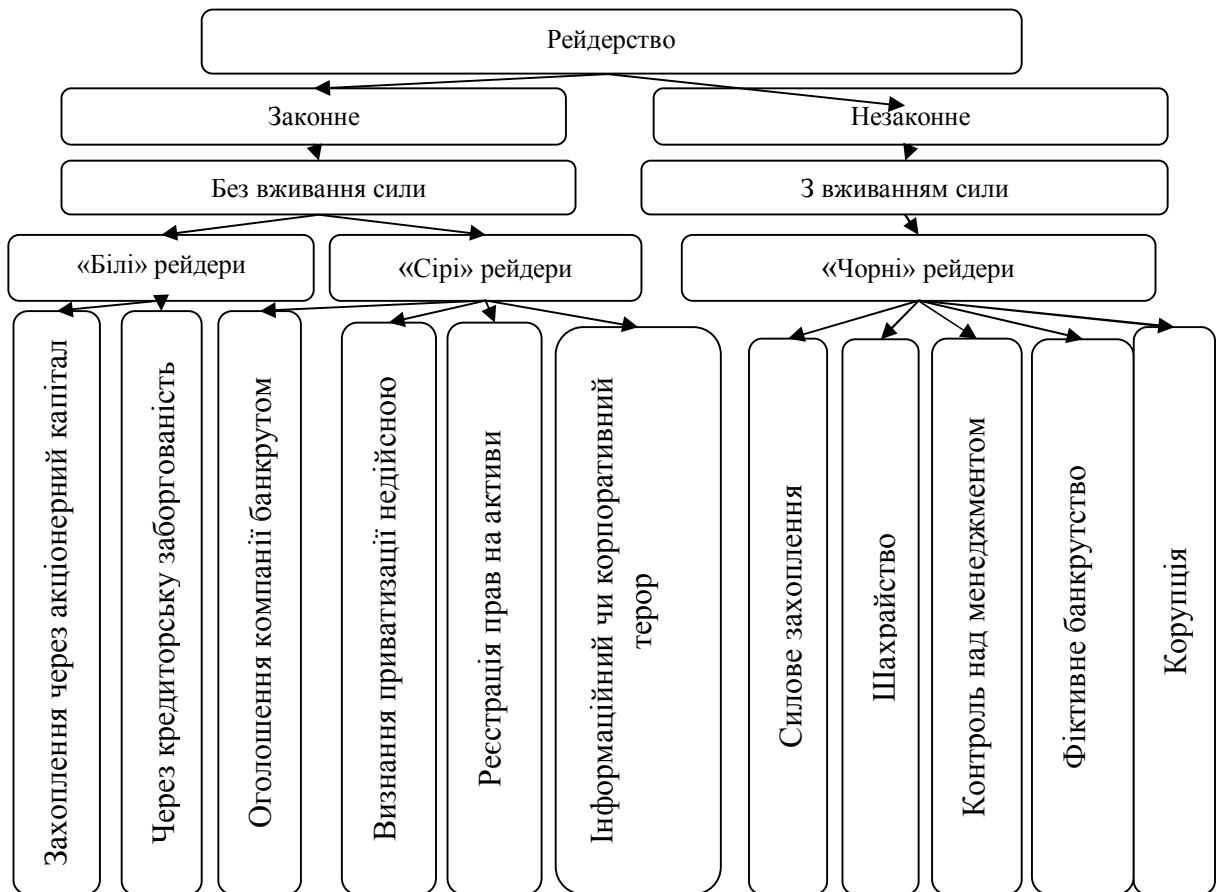


Рисунок 1 – Види рейдерства, форми та способи захоплення підприємства (систематизовано на підставі [1, 2, 3])

На ринку існує ряд гравців, що використовують тактику злиття для розширення свого бізнесу. Їх умовна класифікація представлена на рис. 2

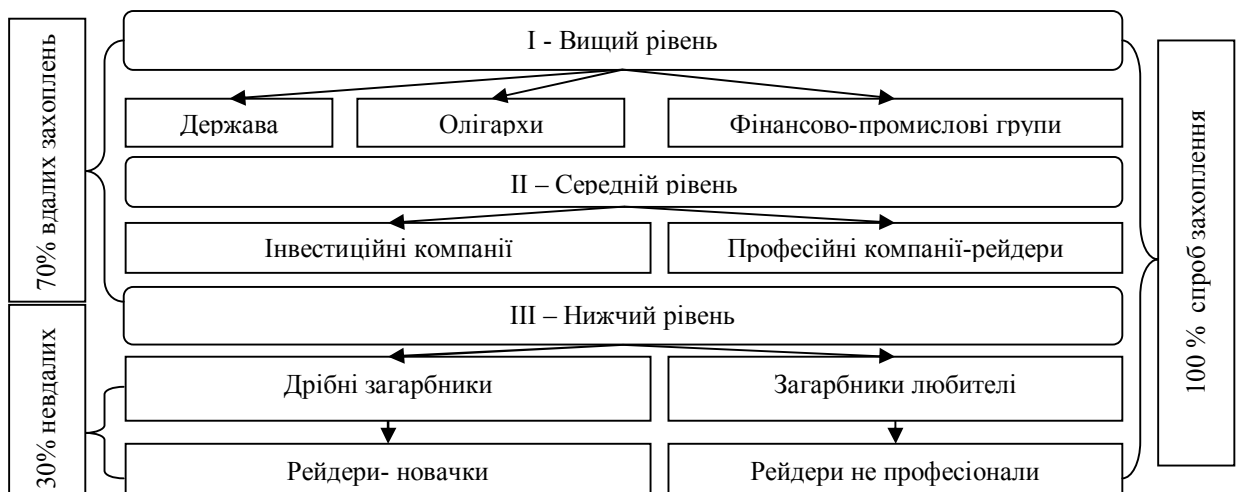


Рисунок 2 – Ієрархія основних учасників рейдерських захоплень (розроблено на підставі 2)

Таким чином дослідження існуючих видів, форм та способів захоплення рейдерства дає змогу проаналізувати за допомогою яких форм рейдер може здійснювати свої захоплення та які він використовує при цьому способи та «дірки» підприємства – цілі.

За допомогою встановлення ієрархії основних учасників рейдерських захоплень можна побачити, які особи та підприємства, що займаються рейдерством найбільш небезпечні та оцінити, в залежності від того на якому рівні знаходиться агресор, ймовірність вдалості захоплення.

Література:

1. Кульпінов В., Зайцев І. Поглинання непокірної // *Контракти*. – 2005, № 19
2. Селиванова І. Правовые аспекты поглощения компаний в Украине // *Юридичний радник*. – 2006, № 3 (11).
3. Смітюх А. Система захисту Акціонерного товариства від недружнього поглинання // *Юридичний журнал*. – 2007, № 5 (59).
4. Демидова Е. Враждебные поглощения и защита от них в условиях корпоративного рынка России // *Вопросы экономики*. – 2007, № 4.

Гончаренко А.А., Некрасова Л.А.

Проблемы развития малого и среднего бизнеса в Украине

Главной проблемой для малого предприятия являются трудности с финансированием. Отсутствие достаточного капитала у большинства населения, сложность, невыгодность, а иногда невозможность получения заемных средств тормозят развитие малого бизнеса. Задача государства – создать предпосылки, стимулирующие вложение инвестиций и предпринимательской энергии в данный сектор экономики.

Целью статьи является: разностороннее изучение предпринимательства в Украине, а также проблемы связанные с развитием предпринимательства.

Современная экономическая теория определяет предпринимательство как инициативную, самостоятельную хозяйственную деятельность людей, направленную на получение прибыли посредством организации и использования ресурсов в целях производства и реализации товара. С одной стороны, предпринимательство выступает как особый вид хозяйственной деятельности, в основе которой лежит ряд условий и требований (свобода в выборе направлений и методов деятельности, самостоятельность в принятии решений, ответственность за принимаемые решения, ориентация на достижение коммерческого успеха). С другой стороны, предпринимательство - это определенное стиль и тип поведения, составляющие которого инициатива, поиск нетрадиционных решений, масштабность и риск, деловая хватка. С третьей, предпринимательство - это особая функция, выполняемая в экономике: обеспечение развития и совершенствования хозяйственного механизма, постоянное обновление экономики, создание инновационной сферы. В Украине

особую актуальность приобретают такие условия развития предпринимательства: наличие соответствующих имущественных прав на условия и результаты производства; определенная экономическая, правовая и политическая среда; полная экономическая ответственность за результаты деятельности; этика предпринимательства [4, с.60].

«Только на протяжении нескольких последних годов в ... законодательные акты было внесено более тысячи изменений и дополнений, которые вступали в противоречие между собой и с действующими нормами. Малый предприниматель не в состоянии правильно ориентироваться в этом законодательном поле», – пишет Хандурин Н. [1, с. 47]. При этом Киселев А. П. поддерживает Хандурину Н., отмечая, что «... в Украине отсутствует действенный механизм поддержки, развития и защиты малого бизнеса... При этом следует синхронно развивать как государственную систему поддержки бизнеса, так и инициативу малых предприятий по объединению усилий в сфере государственно-финансовой деятельности [2, с. 107]». Среднегодовое количество нанятых работников на малых предприятиях Украины в 2009 году резко сократилось и едва превышало 1,7 миллиона человек, хотя еще в 2003 году этот показатель достигал 2 миллионов», – заявляют Саакова И., Тымчишин С. [3, с. 15]. Такая отрицательная динамика свидетельствует о том, что малые предприятия в Украине все больше походят на семейный бизнес, в котором задействованы преимущественно члены одной семьи.

Доля малого и среднего предпринимательства в ВВП рыночных стран составляет: Великобритании — 50—54%, Германии — 50—53%, Италии — 57—60%, Франции — 55—62%, США — 50—52%, Японии — 52—55%, Украины — 10—15%. Можно ли в таком случае считать Украину страной с рыночной экономикой? Зарубежный опыт развития малого и среднего предпринимательства (МСП) также свидетельствует о том, что рыночная экономика начинается там, где критическая масса предпринимательских структур составляет примерно одно действующее предприятие малого бизнеса на 30—50 жителей данной территории. И еще — по данным экспертов ООН, в мире в настоящее время в сфере малого и среднего бизнеса (предприятия с числом наемных работников до 100 человек и от 100 до 500 человек соответственно) занято 50% работающего населения, включая семейный бизнес. Так, в США на предприятиях МСП занято 70,2 млн. человек, в странах ЕС — 68 млн., в ФРГ — 18,5 млн., в Италии — 16,8 млн., во Франции — 15,2 млн., в Японии — 39,5 млн. О «рыночности» нашей экономики красноречиво свидетельствует уже тот факт, что, согласно данным одной из влиятельных и авторитетных международных организаций, Украина по уровню экономических свобод в 2003 году заняла 117 место в мире [1, с.48]. На мой взгляд, с начала 90-х годов, когда в Украине стали осуществлять широкую приватизацию, в том числе малую приватизацию государственных и коммунальных предприятий, была совершена большая ошибка. Тогда процесс пустили на самотек, а предпринимательство отдали в руки населению, которое не имело ни знаний, ни опыта, ни навыков в этой сфере. В то же время опыт показывает, что большинство неудач МСП связано с менеджерской неопытностью или профессиональной некомпетентностью собственников этих предприятий. Приступив к приватизации, необходимо было создать государственную структуру на

уровне центрального органа исполнительной власти, которая бы в новых рыночных условиях свободной конкуренции реализовывала на практике политику государства в области малого предпринимательства, обеспечивая ему эффективную правовую, финансовую и организационную поддержку. Государственный комитет по вопросам регуляторной политики и предпринимательства далек от решения проблем малого бизнеса. Они не сводятся только к упрощенной системе налогов, учета и отчетности. Поэтому, на мой взгляд, для становления и развития малого бизнеса в Украине необходимо создать Администрацию малого бизнеса Украины (АМБУ), которая предметно и постоянно занималась бы решением насущных проблем предпринимательства. Кроме того, развитие малого и среднего бизнеса в Украине не обеспечено должным образом законодательно. Как правило, во всех развитых странах есть специальные законы о малом предпринимательстве. Так, в Японии в 1963 году принят закон о малых и средних предприятиях, в США действует федеральный закон о малом бизнесе 1953 года. Законы позволяют классифицировать МСП по категориям (в зависимости от величины их годового оборота, количества наемных работников, вида деятельности, отраслевой принадлежности), которые в свою очередь позволяют осуществлять дифференцированную государственную поддержку субъектов малого бизнеса. В Украине же к подобным критериям относится лишь численность работающих (в соответствии с указом Президента 1998 года) — не более 50 лиц — и годовой объем продаж товаров и услуг — до 1 млн. грн. Как показывает мировой опыт, этого явно недостаточно.

Сегодня предпринимательская деятельность в Украине, включая малый бизнес, регулируется тридцатью двумя законами, двадцатью двумя постановлениями правительства, четырнадцатью указами Президента и сотнями приказов и инструкций министерств и других центральных органов исполнительной власти. Только на протяжении 1997—2000 годов в эти законодательные акты было внесено более тысячи изменений и дополнений, которые вступали в противоречие между собой и с действующими нормами. Разве в состоянии малый предприниматель правильно ориентироваться в этом законодательном поле?

В Украине и большинстве постсоветских стран особую актуальность приобретают ниже перечисленные условия:

1. Наличие соответствующих имущественных прав на условия и результаты производства, поскольку предприниматель обязательно должен быть собственником произведенного продукта и дохода, полученного в результате его реализации. Только при этих условиях возникает должная заинтересованность для осуществления предпринимательской деятельности.

2. Определенная экономическая, правовая и политическая среда. Формальное признание имущественных прав на условия и результаты производства может уживаться с другими правовыми нормами, регулирующими экономическую жизнь общества, но не обеспечивающими на деле достаточной степени экономической самостоятельности для предпринимательской деятельности. Различного рода ограничения, формирующие экономическую среду, должны обеспечивать достаточный «коридор свободы». Для предпринимателя это выражается в получении достаточной самостоятельности при:

- выборе вида хозяйственной деятельности;
- определении потребителей товаров и поставщиков ресурсов;
- определении цен;
- распоряжении полученным доходом.

3. Полная экономическая ответственность за результаты деятельности. Этот пункт непривычен Украине как постсоциалистической стране, однако стоит помнить, что отрицательными результатами предпринимательской деятельности могут быть:

- убыточность, т. е. превышение расходов над доходами;
- существенная потеря имущества;
- банкротство (признание полной неплатежеспособности).

4. Этика предпринимательства. Этика предпринимательства является одним из факторов его доходности или прибыльности. Вот морально-этические нормы, утвержденные в среде предпринимателей на цивилизованных рынках.

Предпринимательская деятельность представляет собой совокупность последовательно или параллельно проводимых операций. Она организуется таким образом, чтобы все действия осуществлялись за определенное время, для этого предпринимательству необходим высокий уровень организации. Продолжительность операции оказывает значительное влияние на ее эффективность и прибыльность. Обычно чем короче период сделки, тем выше ее эффект для предпринимателя. С одной стороны, снижаются затраты, а с другой стороны – увеличивается оборачиваемость денежных средств. Таким образом, можно сказать, что время есть фактор предпринимательства. В Украине особую актуальность приобретают такие условия развития предпринимательства: наличие соответствующих имущественных прав на условия и результаты производства; определенная экономическая, правовая и политическая среда; полная экономическая ответственность за результаты деятельности; этика предпринимательства. Сегодня ведущую роль в создании эффективного негосударственного сектора играет малый бизнес. Как раз малые и средние предприятия, разные коммерческие структуры, которые относятся к среде малого бизнеса, берут на себя риск и работают согласно с новыми требованиями, которые относятся к эффективности. Создание широкой сети малых предприятий во всех отраслях хозяйства повлияет на демонополизацию и развитие конкуренции. Но развитие сектора малого бизнеса сталкивается с множеством проблем.

Литература:

1. Хандурин Н. Малое предприятие – мостик к гражданскому обществу / Н. Хандурин // Зеркало недели. – 2004. – № 12. – С. 47–48.
2. Киселев А. П. Теория и практика современного бизнеса (или как создать фирму и работать на себя) / А. П. Киселев. – К. : Издательство ЛИБРА, 1995. – 248 с.
3. Кросби Алан. Наследование бизнеса. Кто продолжит ваше дело? / Алан Кросби. – СПб: Питер, 2004. – 204 с.
4. Сулейманова А.Э. Проблемы предпринимательства в Украине / Проблемы материальной культуры – ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ, ст.60-62.
5. Исследование условий формирования и развития малого бизнеса в Украине : научный отчет / Ключко Ю.А.– К. : НИИС, 2007. – С. 2-12.

Моніторинг чинників впливу на процес забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств

На сьогоднішній день конкурентоспроможність промислового підприємства виступає в якості одного з основних критеріїв оцінки ефективності його діяльності та розвитку на ринку. Поняття “конкурентоспроможність” (КС) нерозривно пов’язано з поняттям конкуренції. Конкурентні відносини в економіці визначаються різноманітними чинниками: політико-правовими, соціально-економічними, організаційно-технологічними й іншими. Вплив цих чинників дозволяє проводити оцінювання конкурентоспроможності як продукції (товарів, робіт, послуг), так і підприємств.

Слід відзначити, що внаслідок розбіжності поглядів науковців щодо визначення КС підприємства на сьогоднішній день так і не існує її загально визнаного поняття. Конкурентоспроможність, як порівняльна перевага промислових підприємств на ринку товарів і послуг, є складною і багаточинною економічною категорією. Ця категорія поєднує різносторонні інтереси споживачів, постачальників, власників, працівників, кредиторів, держави та інших суб’єктів ринку [1].

З метою забезпечення своєї конкурентоспроможності протягом тривалого часу промисловим підприємствам, необхідно проводити регулярний моніторинг, як чинників зовнішнього середовища, так і внутрішніх чинників, що забезпечують конкурентоспроможність. Ведення такого моніторингу дозволить їм швидко реагувати на зміну зовнішнього середовища, своєчасно отримувати оперативну інформацію стосовно власної КС та найближчих конкурентів і відповідно до цього коригувати управлінські дії при відхиленні від визначеного рівня КС [2].

При цьому слід зазначити, що моніторинг КС не слід ототожнювати з її аналізом і контролем, оскільки він являє собою безперервне спостереження за результатами господарської діяльності промислового підприємства та його бізнес-процесів, за станом та зміною чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають як на рівень КС так і на процес її організаційно-економічного забезпечення з метою попередження небажаних відхилень по найважливіших параметрах (рис. 1).

Таким чином, в сучасних умовах господарювання результати моніторингу впливу чинників на процес формування та забезпечення КС промислових підприємств являється інформаційною базою, необхідною та достатньою для формування ефективних управлінських рішень на засадах безперервного спостереження за результатами господарської діяльності промислового підприємства та його бізнес-процесів, за станом та зміною чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають як на рівень КС так і на процес її організаційно-економічного забезпечення.



Рисунок 1 – Система моніторингових індикаторів чинників впливу на процес забезпечення КС промислового підприємства.

Література:

1. Іванов Ю. Б., Орлов П. А., Іванова О. Ю. Конкурентні переваги підприємства : оцінка формування та розвиток : [Монографія] / Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова. – Х. : ВД “ІЖЕК”, 2008. – 352 с.
2. Аветісян К. П., Толкачева Г. В. Формування системи моніторингу конкурентного розвитку підприємства / К. П. Аветісян, Г. В. Толкачева // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. – 2009. – С. 235-243.

Специфіка та фактори інноваційного розвитку підприємства в умовах економіки України

В умовах інформаційної економіки значно підвищується роль інноваційної направленості розвитку підприємства. Як відомо, ріст і розвиток - це різні поняття, і якщо зростання об'єкта є тільки кількісним збільшенням його ключових параметрів (маси, об'єму, прибутку, штатного складу, і т.д.) без якісної зміни змісту цих параметрів, то розвиток - це обов'язкова якісна зміна об'єкту. Стосовно такого об'єкту, як промислове підприємство, це означає, що розвиток обов'язково пов'язаний з тим чи іншим перетворенням, оновленням його внутрішньої організації, виробленої продукції, складу контрагентів. Тобто розвиток завжди пов'язаний з освоєнням інновацій.

У науковій літературі питання інноваційного розвитку економіки (Федулова Л.І., Бажал Ю.М., Гаман М.В. [2]), проблеми інноваційного розвитку на мікрорівні (Кузьмін О.Є. [4], Стадник М.В., Йохна М.А.), досить ґрунтовно висвітлені у працях відомих учених-економістів. Разом з тим, багато питань, пов'язаних з дослідженням факторів інноваційного розвитку промислових підприємств в Україні, потребують поглибленого вивчення.

Метою даного дослідження є дослідження специфіки та розробка класифікації факторів інноваційного розвитку промислових підприємств в умовах економіки України.

Інноваційною вважається діяльність, спрямована на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, яка зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів та послуг. Інноваційний тип розвитку характеризується перенесенням акценту на використання принципово нових прогресивних технологій, переходом до випуску високотехнологічної продукції, прогресивними організаційними та управлінськими рішеннями в інноваційній діяльності щодо мікро- та макроекономічних процесів розвитку (створення технопарків, технополісів, проведення політики ресурсозбереження та інтелектуалізації діяльності)[2]. Підприємство вважається інноваційно активним, якщо тенденції його розвитку обумовлені комплексним впровадженням всіх видів інновацій: продуктових та процесних [2]. Тут слід зазначити, що ототожнення інновації тільки з винаходом або технологічно новим продуктом не зовсім правильно. Інновація може торкатися всіх складових підприємства як системи, його функцій і видів діяльності. Особливо важливими в підвищенні інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств є скоріше процесні інновації, оскільки їх реалізація дозволяє отримати більш значимі конкурентні переваги в різних областях. Це пояснюється тим, що до процесних інновацій відносять впровадження на підприємствах сучасних концепцій менеджменту, таких як концепція менеджменту знань, ощадного управління, комп'ютерного інтегрованого виробництва та інших [3]. Інновації можуть бути реалізовані лише за умови задоволення необхідних і достатніх умов. Основною умовою для інноваційного розвитку будь-якого підприємства є усвідомлення необхідності інновацій з боку керівництва та внутрішня готовність до їх впровадження. До достатніх умов будь-якої інноваційної діяльності слід віднести необхідне ресурсне забезпечення, яке включає матеріально-ресурсну, фінансову та інтелектуальну складові. А також вдосконалення процесів взаємодії підприємства із

зовнішнім середовищем, вдосконалення і зміна процесів управління рухом матеріальних запасів і грошових коштів на підприємстві, нововведення під внутрішньовиробничого управління, впровадження методології контролінгу, впровадження заходів щодо зниження рівня постійних операційних витрат, нововведення в технологічні процеси випуску продукції. Для промислового підприємства найбільш природним способом утриматися на плаву є розвиток шляхом перманентного освоєння інновацій у сфері власної компетенції. У зв'язку з цим виникає необхідність у розробці концепції управління підприємством на основі впровадження інновацій. Такий процес досить трудомісткий, але тільки так можна досягти стійких тенденцій довгострокового розвитку підприємства, підвищити його виробничо-збутові та організаційно-економічні можливості.

Взаємовплив зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства дуже великий і різноманітний, це призводить до виникнення двох факторів сили, тиску: тиск ринку (спонукаючий підприємство шукати способи задоволення побажань ринку) і вплив підприємства на ринок (шляхом випуску нового товару і організації нової ринкової ніші). Нехтування цими факторами з боку керівництва підприємства неминуче веде до його загибелі (стабільність - стагнація - відставання - витіснення з ринку - банкрутство). Можна виділити такі групи факторів інноваційного розвитку підприємств: нормативно-правові - формують правову основу інноваційного розвитку підприємств в Україні на основі системи законних та підзаконних актів; організаційно-управлінські - здійснюють вплив через інституційно-управлінські та інституційно-організаційні зміни в інноваційній сфері; фінансово-економічні - визначають особливості здійснення інноваційної діяльності підприємств з позицій грошово-кредитних, бюджетно-податкових, амортизаційних важелів інноваційного розвитку; техніко-технологічні - здійснюють вплив на технічні та технологічні боки інноваційної діяльності промислових підприємств; екологічні - визначають вплив нових технологій, нових матеріалів, нових видів енергії на довкілля в процесі інноваційної діяльності підприємств; соціальні - впливають на інноваційний розвиток через ступінь освіченості населення, рівень знань і науки в країні; інформаційні - визначають особливості інноваційного розвитку підприємств на основі використання інформаційних ресурсів. Також фактори інноваційного розвитку підприємства можна поділити за контрольованістю (на керовані і некеровані); за можливістю прогнозованості (на відчутні і скриті); за цільовою спрямованістю (стратегічно спрямовані і форс-мажорні).

За результатами проведених досліджень можна зробити висновок, що інноваційний розвиток підприємства передбачає зміну діяльності підприємства по всіх його напрямках. Він включає такі етапи, як виявлення недоліків у діяльності підприємства, діагностика інноваційного розвитку підприємства, розробка моделі інноваційного управління підприємством, оцінка ефекту від впровадження інновацій. Важливим є розуміння факту, що інноваційний розвиток – це шлях, який базується на поглибленні поєднання цілей підприємства, його підсистем, цілей кожної особистості, яка працює в колективі, вдосконаленні її діяльності, вдосконаленні бізнес-процесів для досягнення загальних стратегічних цілей. Тому актуальним є забезпечена висококваліфікованими кадрами, що володіють не тільки знаннями з тематики підприємства, але і специфічними знаннями та вміннями спеціального інформаційного пошуку та технологіями нестандартних рішень. Тому система управління повинна передбачати інтеграцію цілей, ресурсів, персоналу та його знань і мотивованості, дій (процесів та процедур менеджменту), безперервний розвиток

творчого потенціалу працівників, колективну співпрацю, тощо.

Література:

1. Гринько Т. Щодо інноваційного потенціалу як складової частини інноваційної активності підприємств / Вид-во Інноваційний аспект, 2010. С. 56-58.
2. Єфетова К.Ф., Тарасова Н.В. Інноваційний шлях розвитку вітчизняної промисловості // Інновації: практика та досвід. – 2007. – № 14. – С. 13-21.
3. Кристенсен К., Рейнор М. Решение проблемы инноваций в бизнесе. Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост / Клейтон М. Кристенсен, Мйкл Е. Рейнор ; Пер. с англ. —М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. — 290 с.
4. Кузьмін О.Є., Князь С.В., ін. Інвестиційна та інноваційна діяльність : [Монографія]. – Львів : ЛБІ НБУ, 2003. - 233 с.

Ладнюк К.С.

Ключові елементи формування механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю суб'єктів господарювання

Прагнення отримати прибуток більший, ніж усередині країни, спонукає господарюючі суб'єкти виходити на міжнародний ринок. І в умовах активного розвитку інтеграційних процесів і зростання економічної взаємозалежності країн у світі відбувається зміна умов ведення бізнесу. При цьому важливим аспектом є дотримання і швидкість адаптації до міжнародних норм і стандартів ведення бізнесу, що відповідним чином впливає на конкурентоспроможність позицій вітчизняних суб'єктів господарювання. Саме тому, виникає необхідність у формуванні механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю суб'єктів господарювання - це складова частина системи управління зовнішньоекономічною діяльністю, що забезпечує вплив на фактори, від стану яких залежить результат діяльності підприємства.

Під час виконання роботи автором використано праці наступних вчених: Багрова І.В., Власик В.Е., Воронкова А.Е., Гетьман А.А., Калюжна Н.Г., Оленко В.І., Редина Н.І., Сухарський В.С. і Фатхутдінов Р.А..

Механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю в економічній літературі розглядається як складова частина системи управління зовнішньоекономічною діяльністю, що забезпечує вплив на фактори, від стану яких залежить результат діяльності керованого об'єкта [5].

Об'єкт управління зовнішньоекономічною діяльністю - це те, на що спрямовано управління. У нашому випадку - це зовнішньоекономічна діяльність [3].

Відповідно до Закону України "Про зовнішньоекономічну діяльність" від 16 квітня 1991, зовнішньоекономічна діяльність - це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарювання, заснована на взаємовідносинах між ними як на території України так і за її межами.

Вплив на об'єкт управління зовнішньоекономічною діяльністю здійснюється через виробничі структури, фірми, організації, колективи людей для забезпечення їх життєздатності, узгодженості в роботі й досягненні кінцевого результату. Економіст Сухарський В.С. відзначає, що розглядаючи поняття суб'єкт управління зовнішньоекономічною діяльністю "слід розрізняти такі поняття як керуюча і керована ланки. Керуючу ланку представляють спеціальні органи управління, працівники апарату управління, які безпосередньо здійснюють розробку і реалізують рішення з метою кращого використання потенційних можливостей, закладених у керованій ланці, і досягнення поставленої мети. Керована ланка є елементом системи, що сприймає керований вплив від керівної ланки [4].

В Україні до керуючої системи зовнішньоекономічною діяльністю відносяться: Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, Національний банк України, Міністерство зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України, Державний митний комітет України, Антимонопольний комітет України та Місцеві Ради народних депутатів України та їх розпорядчі органи.

До керованої системи управління зовнішньоекономічною діяльністю відносяться:

- фізичні особи - громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, мають цивільну правоздатність і дієздатність згідно з законами України і постійно проживають на території України;

- зареєстровані в Україні юридичні особи, які мають постійне місцезнаходження на території України (підприємства, організації та об'єднання всіх видів, включаючи акціонерні, асоціації, спілки, концерни, консорціуми, будинки, посередники та консультативні фірми, кооперативи, кредитно-фінансові установи, міжнародні об'єднання, організації та інші), в тому числі юридичні особи, майно або капітал яких є повністю у власності іноземних суб'єктів господарської діяльності;

- об'єднання фізичних або юридичних або фізичних і юридичних осіб, які є юридичними особами, але які не мають постійного місцезнаходження на території України і яким цивільно-правовими законами України не заборонено здійснювати господарську діяльність;

- спільні підприємства за участю суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України;

- структурні одиниці іноземних суб'єктів господарської діяльності, які не є юридичними особами згідно з законами України (філії, відділення і т.п.), але мають постійне місцезнаходження на території України;

- інші суб'єкти господарської діяльності, передбачені законами України.

У функції управління зовнішньоекономічною діяльністю належить: планування, організація, мотивація та контроль.

Мотивація як функція управління являє собою процес спонукання до діяльності для досягнення особистих цілей підприємства. Мотивація необхідна для продуктивного виконання роботи.

Менеджери, що працюють на міжнародному рівні, повинні мати на увазі, що відносна значимість різних потреб людей може варіюватися в різних районах,

особливо, якщо вони знаходяться на різних рівнях розвитку. У Японії, наприклад, основний зміст роботи - забезпечення умов для існування (45,4% опитаних), в Америці та Голландії цим мотивом керуються і частина працівників відповідно [9].

Функція контролю, тобто процесу забезпечення організацією своїх цілей, на міжнародному рівні має певні особливості. Основними завданнями цієї функції є: усунення невизначеності в діяльності організації; попередження кризових ситуацій; підтримка успіху.

Коли підприємство здійснює свій бізнес на зарубіжних ринках, функція контролю набуває додаткового ступеня складності. Оскільки при виході на міжнародний рівень кількість цілей у підприємницькій діяльності значно збільшується, то контроль в цьому випадку ускладнюється. Менеджери повинні не тільки встановлювати стандарти, вимірювати результати та приймати коригувальні заходи, але при цьому долати бар'єри, пов'язані з проблемами комунікації. Подібні проблеми можуть виникати через географічне розташування, мовні та культурні відмінності.

Метод управління – це спосіб здійснення управлінської діяльності, при якому досягаються цілі управління зовнішньоекономічною діяльністю [3].

Методи управління покликані забезпечити високу ефективність діяльності колективів, їх злагоджену роботу, сприяти максимальній мобілізації творчої активності кожного члена. Цим методи управління відрізняються від усіх інших технічних та технологічних методів, використовуваних в ході вирішення комплексних виробничо-господарських завдань.

Мотивація як функція управління являє собою процес спонукання до діяльності для досягнення особистих цілей підприємства. Мотивація необхідна для продуктивного виконання роботи.

Менеджери, що працюють на міжнародному рівні, повинні мати на увазі, що відносна значимість різних потреб людей може варіюватися в різних країнах, особливо, якщо вони знаходяться на різних рівнях розвитку. У Японії, наприклад, основний зміст роботи - забезпечення умов для існування (45,4% опитаних), в Америці та Голландії цим мотивом керуються і частина працівників відповідно [2].

Функція контролю, тобто процесу забезпечення організацією своїх цілей, на міжнародному рівні має певні особливості. Основними завданнями цієї функції є: усунення невизначеності в діяльності організації; попередження кризових ситуацій; підтримка успіху.

Коли підприємство здійснює свій бізнес на зарубіжних ринках, функція контролю набуває додатковий ступеня складності. Оскільки при виході на міжнародний рівень кількість цілей у підприємницькій діяльності значно збільшується, то контроль в цьому випадку ускладнюється. Менеджери повинні не тільки встановлювати стандарти, вимірювати результати та приймати коригувальні заходи, але при цьому долати бар'єри, пов'язані з проблемами комунікації. Подібні проблеми можуть виникати через географічне розташування, мовні та культурні відмінності.

Метод управління – це спосіб здійснення управлінської діяльності, при якому досягаються цілі управління зовнішньоекономічною діяльністю [5].

Важливу роль в формуванні ефективного механізму управління ЗЕД відіграє стратегія. Автори Багорова І.В., Редіна Н.І., Власик В.Є. і Гетьман О.О. в підручнику “Зовнішньоекономічна діяльність підприємств” наводять кілька основних тез, що відносяться до стратегії і повинні бути зрозумілі і, що найбільш важливо, прийняті вищим керівництвом. По-перше, стратегія формулюється і розробляється вищим керівництвом, але її реалізація передбачає участь усіх рівнів управління. По-друге, стратегічний план повинен розроблятися з точки зору всього підприємства, а не конкретного індивіда. По-третє, стратегічний план повинен обґрунтовуватися серйозними дослідженнями і фактичними даними. По-четверте, стратегічні плани повинні бути розроблені так, щоб не тільки залишатися цілісними протягом тривалого часу, але і бути досить гнучкими [1].

Ефективність менеджменту ЗЕД суб’єктів господарювання залежить від структури організації. Проектування структури організації повинно базуватися на її стратегічних планах. Оскільки в сучасному динамічному зовнішньому середовищі стратегія, як правило, змінюється, то відповідно і структура організації повинна змінюватися. Проектування структури включає наступні етапи:

1. розподіл організації по горизонталі на широкі блоки (структурні підрозділи)
2. встановлення співвідношення повноважень різних посад
3. визначення посадових обов'язків.

Суб’єкти господарської діяльності, що діють в масштабах країни, компанії, що працюють на міжнародному рівні, повинні вибирати організаційну структуру, яка відповідає їх стратегії. Вибір організаційної структури таких суб’єктів визначає рішення трьох основних стратегічних питань: 1) як спонукати відповідну організацію, діяти в основному на внутрішньому ринку, якомога повніше використовувати для свого зростання можливості, з'являються; 2) як найбільш ефективно використовувати знання про особливості продукції та різних географічних регіонів з метою координації ділової активності на міжнародному рівні; 3) як координувати діяльність закордонних філій і окремого суб’єкта господарювання в багатьох країнах, зберігаючи при цьому їх власне обличчя.

Найбільш широке поширення мають такі типи структур: - бюрократичні або механічні (функціональні, дивізіональні) - адаптивні або органічні (проектні, матричні).

Отже, для того, щоб приймати дійсно ефективні рішення щодо своєї діяльності на різних міжнародних ринках, суб’єкту господарювання слід перебудувати свою структуру таким чином, щоб міжнародні операції мали не менш важливе значення ніж операції всередині країни.

В підручнику визначено, що правильно сформований механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю є запорукою ефективної діяльності для кожного суб’єкта господарювання, здійснює або планує здійснювати зовнішньоекономічну діяльність. Адже добре продуманий механізм управління веде до більш чіткої координації діяльності суб’єкта господарювання, стимулює керівників до реалізації своїх рішень в подальшій роботі, сприяє більш чіткому визначенню фірмою своєї мети і завдань, покращує забезпечення суб’єкта господарювання необхідною

інформацією, допомагає більш раціональному розподілу ресурсів, сприяє активізації роботи по вивченню світового ринку.

Література:

1. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" № 959-XII від 16.04.91р.
2. Бочан І.О., Михасюк І.Р. Глобальна економіка : [підручник]. - М. : Знання, 2007. - 403 с.
3. Гребельник О.П., Романовський О. О. Основи зовнішньоекономічної діяльності : [навчальний посібник]. - М.: Деміур, 2003. - 296 с.
4. Дахно І.І. Міжнародна торгівля : [навчальний посібник]. К. : МАУП, 2003. - 321 с.
5. Економіка підприємств : [підручник] / За ред. А.В. Шегда. - М. : Знання, 2006. - 614с.

Сааджан В.А., Киляян Т.А.

Проблемы кредитования среднего и малого бизнеса в Украине

Слабое развитие частного предпринимательства в Украине принято объяснять не только сложностями администрирования и недостатками регуляторной среды, но и недостаточным доступом этой категории предприятий к заемным ресурсам.

До финансово-экономического кризиса 2008 года займы для малого и среднего бизнеса, несмотря на видимое обилие кредитных программ, не были в числе приоритетных банковских продуктов. В посткризисный период значительная их часть стала одной из главных проблемных категорий. Участились попытки уклониться от выплат по кредитам через процедуры фиктивных предпринимательских банкротств. Значительно возросшие риски кредитования привели к очень серьезному ужесточению условий выдачи финансирования, а ставки по кредитам подскочили до заградительного уровня - свыше 30-40% годовых. Процесс оказался фактически замороженным.

В 2010 году целый ряд банков заявили о возобновлении программ кредитования малого бизнеса, а его стоимость заметно снизилась. По оценкам финансистов, если в начале 2010-го ставки колебались на уровне 25-30% годовых, то в начале 2011 года они опустились до 20-25% (в среднем по рынку снижение составило 6-7%).

Однако основные усилия финансистов как и раньше были направлены в другие сферы - на завоевание крупных корпоративных клиентов, а также на выдачу займов физическим лицам, которые и приносили банкам основной доход.

Поэтому рассмотренные проблемы кредитования среднего и малого бизнеса остаются сегодня актуальными.

Вопросами кредитования среднего и малого бизнеса занимаются ряд экономистов, таких как Лободин Ю., Харчук Ю., Горбунова А..

Одной из ключевых проблем при выдаче банковских ссуд малому бизнесу была и остается его непрозрачность. Так для оформления и получения кредита кредитные организации требуют:

1. годовые балансы за последние два года;
2. ежеквартальные балансы за текущий год;
3. отчеты о финансовых результатах (форма № 2) за последние два года и за текущий год;
4. декларацию о прибыли, с приложениями, на последнюю отчетную дату;
5. справки из банков, где открыты счета заемщика, об отсутствии задолженности по кредитам – или а) справка о размере задолженности по кредитам, б) копии кредитных договоров, в) копии договоров залога и поручительства;
6. оборотно-сальдовые ведомости (выписки) из банков, где открыты текущие счета заемщика, за последние 12 месяцев, а также справка по форме №31 об оборотах по счету и справка по форме № 30 («касса») за последние 12 месяцев с указанием корреспонденции с соответствующими счетами.
7. расшифровку дебиторской и кредиторской задолженности на последнюю отчетную дату и на дату обращения в банк с указанием дебиторов и кредиторов, сумм задолженности, дат возникновения и погашения задолженности, конкретных товаров, работ и услуги по которым возникла задолженность;
8. копию акта проверки налоговой администрацией.

Однако как непрозрачная структура самого бизнеса, так и отсутствие полноценной финансовой и бухгалтерской отчетности, а порой - и откровенно примитивный уровень финансовой грамотности предпринимателей делают анализ рисков подобного кредитования малопродуктивным, а зачастую - и вовсе бесполезным для банков занятием.

Поэтому вторым проблемным моментом остается низкая доля собственного капитала в бизнесах. Предоставление кредитных ресурсов – это всегда риск. Кредитор готов рисковать в определенных пропорциях. Но когда в балансе предприятия всего 5-15% собственного капитала, а остальной - заемный, риски существенно увеличиваются. Любая управленческая ошибка может обернуться неплатежеспособностью. Кредиторы устанавливают минимальный запас прочности, не меньше 30%, но таким запасом обладают ограниченное число предприятий.

Следующей проблемой являются подходы предпринимателей к организации бизнеса. Экономическая база малых предприятий довольно слаба. Большинство предприятий не могут сформировать элементарный бизнес-план. А при предоставлении кредита банк требует финансовую модель, связанную с данным кредитом и подтверждающую окупаемость инвестиций или бизнес-план или же ТЭО эффективности кредитуемого проекта, в которых должны быть проработана детальная расшифровка валового дохода, валовых расходов, чистой прибыли, всех бюджетных платежей и возмещений.

Роль инновации в конкурентоспособности предприятия

Украинский промышленно-производственный сектор характеризуется выпуском материалоёмкой и энергоёмкой продукцией, что не позволяет ей быть конкурентоспособной и эффективной. Эта проблема не нова, возникла достаточно давно, но в условиях экономического кризиса – постоянно растущих цен на газ, электроэнергию и другие виды материальных ресурсов становится особо острой. Это требует неотложных мер по формированию политики разработки выпуска инновационной продукции с целью создания конкурентных преимуществ, как для производителя, так и для эффективного использования потребителей такой продукции, что становится необходимым условием для экономического роста предприятий и их конкурентоспособности.

Проблеме конкурентоспособности продукции, предприятий, менеджменту инновационной деятельности предприятий посвящены многие работы известных экономистов, в которых рассматриваются перспективы инновационных стратегий, тенденций повышения конкурентоспособности предприятий и оценки конкурентоспособности. Разработкой этих вопросов занимались такие экономисты как Фатхутдинов Р. А., Крутова Н. Ю., Медынский В.Г., Буркинский Б. В., Санто Б. и др.

Несмотря на весомость работ, связанных с конкурентоспособностью, взятие на государственном уровне курса на развитие экономики Украины на инновационной основе на практике не уделяется должного внимания взаимосвязи и роли инновационных решений в повышении конкурентных преимуществ продукции и конкурентоспособности предприятия. Поэтому, по нашему мнению, необходимо рассмотреть роль инноваций в деятельности предприятий .

Применяя понятие «инновация» для того чтобы охарактеризовать стратегию того или иного украинского промышленного предприятия в большинстве случаев рассматривают стратегию развития вширь, т. е. имеют ввиду бенчмаркинг (освоение выпуска новых видов продукции соответствующих по своему качеству мировым аналогам). Такой подход представляется справедливым, поскольку невозможно ожидать от украинских промышленных предприятий при ограниченности финансовых ресурсов, рынков сбыта, массового создания принципиально новых видов продукции и технологий, которое в современных условиях возможно только гигантским международным корпорациям либо венчурным компаниям с их многомиллионными инвестициями в научно-исследовательские и опытно-конструкторские проекты. Но даже «простое» повторение пути, которое однажды уже пройдено каким-либо из западных гигантов при создании новой продукции или использование бенчмаркинга, требует от наших учёных, инженеров и управленцев по-настоящему инновационного подхода, а результатом их усилий являются подлинно новые возможности использования такой продукции украинскими потребителями.

Повышение конкурентоспособности продукции не только повышает эффективность деятельности потребителей, но и способствует росту экономической эффективности – рентабельности продукции производителя. Для обоснования роли инновационной стратегии на повышение конкурентоспособности предприятия возможно использовать теорию эффективной конкуренции.

В современных условиях развития экономики предприятия должны постоянно совершенствовать производство и разрабатывать конкурентные преимущества выпускаемой продукции с учётом трансформации запросов и интересов потребителей, что в свою очередь связано с постоянным поиском и использованием нововведений носящих инновационный характер, повышением качества продукции на всех стадиях производственного цикла, обеспечением полного сервисного обслуживания.

Повышение конкурентоспособности предприятий возможно только на симбиозе своих интересов и интересов потребителей, что по нашему мнению будет способствовать повышению конкурентоспособности предприятия-производителя, так и более эффективной деятельности предприятий-потребителей, которая осуществляется на инновационной основе.

Литература:

1. Буркинский Б.В. и др. Конкурентоспособность продукции и предприятия. - Одесса : ИПРЭЭИ НАН Украины, 2002. – 132 с.
2. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. - СПб. : Питер, 2002. – 400 с.

д.е.н. Філіппова С.В., Богаченко А.В.

Малі та середні підприємства як форматор стандартів середнього класу в Україні

Стабільність економіки країни залежить від багатьох різноманітних факторів. Один з яких наявність в країні середнього класу.

Вважається, що першу теорію середнього класу створив древньогрецький філософ Платон. У своєму творі «Держава» він поділив суспільство на 3 класи: вищий – мудреці і керівники державою; середній – воїни, що охороняють країну; нижчий клас – ремісники і селяни [1]. Пізніше вже Аристотель скаже: «В будь-якій державі є три класи: один – заможний, інший – бідний і третій, він найкращий».

У 20 сторіччі поняття «середнього класу» отримало широке розповсюдження через його значне збільшення. Аналізом даного поняття займалися такі економісти і філософи як Макс Вебер, Норман Еліас, Л.Уорнер, Д.Голдторп та ін.

Середній клас є економічною опорою будь-якої держави, і недооцінення його ролі є досить необачним. Для забезпечення наявності і розвитку середнього класу спершу необхідно чітко розуміти хто є його форматором, кого можна віднести до даного класу. У відповідь на це питання створено безліч теорій і наукових праць економістами, соціологами і філософами, але майже всі їх сучасні представники вважають, що на даний момент основою середнього класу є малі і середні підприємці,

власники майна, землі, акцій тощо. Сьогодні стабільні західні демократії спираються саме на середні верстви, які становлять у розвинутих країнах від 60 до 70% решти соціальних формувань [2].

Згідно з Господарським кодексом України, малими (незалежно від форми власності) визнаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує 70 млн. грн. [3].

Згідно з даними офіційної статистики станом на 1 січня 2011 р, у сфері малого підприємництва в Україні діяли 151,4 тис. підприємств, які забезпечували 7% ВВП. У той же час, у сусідніх з Україною Чехії, Словаччині та Угорщині, частка малих підприємств у ВВП визначалася на рівні 30-40%.

Перевагами малого та середнього підприємництва для економіки країни є:

1) підвищення якості товарів, робіт, послуг (прагнучи до задоволення запитів споживачів, малий бізнес сприяє підвищенню якості товарів, робіт, послуг і культури обслуговування);

2) наближення виробництва товарів і послуг до конкретних споживачів;

3) сприяння перебудови економіки (малий бізнес додає економіці гнучкість, мобільність, збанкрутування одного з підприємців мінімально вплине на стан економічної ситуації в країні);

4) залучення особистих коштів населення на розвиток виробництва (партнери в малих підприємствах вкладають свої капітали в справу з більшою зацікавленістю, ніж у великих);

5) створення додаткових робочих місць, скорочення рівня безробіття;

6) формування соціального шару власників, підприємців;

7) освоєння і використання місцевих джерел сировини і відходів великих виробництв [4].

Отже необхідно сприяти розвитку малого та середнього підприємництва. Разом з тим, на сьогоднішній день украї несприятливим для малого бізнесу є новий Податковий кодекс України, позначений посиленням податкового тягаря. Малий бізнес, і без того позбавлений особливих стимулів та підтримки з боку держави, отримав вкрай обмежені можливості для здійснення економічної діяльності. Що може призвести до масового закриття діяльності внаслідок неспроможності сплатити податки чи до переходу "у тінь".

Стимулювання малого та середнього бізнесу може стати рятівним для економіки України і стати основою того самого середнього класу, який є гарантом стабільності економіки при будь-якій економічній ситуації.

Література:

1. Соціологія : [учебник] / Под ред. проф. Ю. Г. Волкова.– Изд. 2-е, испр. и доп.– М. : Гардарики, 2003.– 512 с.

2. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні : [національна доповідь] / К.О. Ващенко, З.С. Варналій, В.Є. Воротін, В. М. Геєць, Е.М., Кужель О. В., Лібанова та ін. – К., Держкомпідприємництво, 2008. – 226 с.

3. Господарський Кодекс України : Прийнятий Верховною радою України 16 січня 2003 р. // Відомості Верховної Ради України.2003, №18.

4. Економіка підприємства : [навчальний посібник] / За ред. А.В. Шегди., 3-тє вид., випр. – К. : Знання –Прес, 2003. – 335с.