

загальну систему інформаційних потоків підприємства і відповідати вимогам своєчасності, достовірності, релевантності, корисності, повноти, зрозумілості та регулярності надходження. Ще необхідно провести аналіз функціонування діючої на підприємстві системи інформаційних потоків на наявність «вузьких місць», зайвих ланок, але при цьому у служби контролінгу повинні бути певні повноваження.

Впровадження системи контролінгу і оптимізація системи інформаційних потоків в свою чергу веде до перебудови всього документообігу підприємства і його ускладнення. І служба контролінгу вивчає процеси виникнення, руху і обробки інформації, а також направленості та інтенсивності документообігу на підприємстві.

Немаловажну роль слід приділити створенню графіків інформаційних потоків, що дозволяють наглядно оцінити систему інформаційних потоків підприємства. Але слід зазначити що на рівні підприємства доречно будувати графіки інформаційних потоків по окремих проблемам, тому що кількість інформаційних потоків дуже велика і при цьому важко виявити єдиний алгоритм. А на рівні окремих цехів допускається побудова загального графіка інформаційних потоків по усіх проблемах, тому що кількість інформаційних потоків тут не така велика, хоча можлива побудова графіків по кожній проблемі.

УДК 330. 34

СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ВИЗНАЧЕННЯ СТАНУ і УМОВИ РОЗВИТКУ

Єфіменко Т.І., к.е.н., доцент (УкрДАЗТ)

Жодного українця сьогодні не залишає байдужим думка у вигляді формули: збереження нації і її духовне відродження на основі ефективної економіки, етичних норм ведення бізнесу, довіри населення до державних інститутів й патріотичного виховання. Кого може сьогодні розв'язати цю формулу? Це державні інституції, громадські організації, суб'єкти господарювання (підприємства і підприємці), людина особисто, як індивідум або релігія? Дискусія з цього питання залучає в своє коло все більше зацікавлених осіб, але не дає однозначної відповіді.

Достатньо прихильників тієї думки, що основну роль у розкритті даної формули слід покласти на підприємницьке співтовариство. В роботах вітчизняних вчених з питань етики в бізнесі вже заявлений цей методологічно новий

підхід до суспільно-історичної місії підприємництва в умовах сучасної економіки і висунуто тезу про те, що ціль підприємництва - не тільки максимізація прибутку, - вона містить у собі соціальний аспект. Історична місія підприємницької діяльності полягає в тому, щоб забезпечити ефективний ріст вітчизняної економіки й посилити її ролі у світовому конкурентному просторі з метою і на основі підвищення рівня життя громадян. Цю роль може виконати тільки соціально-орієнтоване підприємницьке співтовариство, що володіє необхідними ресурсами, такими як: організація, праця, капітал, інформація, новаторство.

До сукупності умов, що необхідні для реалізації соціальної відповідальності підприємців слід включити: 1) позитивний образ підприємця у свідомості громадського суспільства; 2) відносини рівноцінного стратегічного партнерства між інститутами підприємництва та держави; 3) участь підприємців, у виховних заходах, особливо спрямованих на молодь; 4) підприємницький патріотизм, заснований на неухильному дотриманні законів держави. Без ефективної підприємницької діяльності неможливо моральне оздоровлення і соціальний розвиток суспільства.

Соціальна відповідальність визначає стратегічну лінію добровільного поведіння підприємців, що стосується їх економічних інтересів на системній основі. При формуванні категорії соціально-відповідальне підприємництва пропонується врахувати три рівні : підприємство, регіон і держава.

Для демонстрації інтегруючої ролі підприємництва як соціального фактора; потребує подальшого розвитку система показників соціального стану суспільства, яку пропонується доповнити показниками:

- «коефіцієнт соціальної відповідальності», що розраховується з урахуванням між іншим, сум коштів, витрачених на кожному з трьох рівнів (підприємство, регіон і держава) для фінансування соціальних заходів та показників, що відбивають результативність такого фінансування.

- «індекс соціальної відповідальності підприємництва», виражений як відношення суми середньозважених показників соціальної відповідальності з урахуванням коефіцієнта соціальної відповідальності на трьох рівнях, до суми відповідних значень базового періоду або еталонного значення.

Індекс соціальної відповідальності і коефіцієнтів соціальної відповідальності можуть бути використані як критерії порівняльної оцінки стану підприємницького середовища, будучи індикаторами розвитку соціально-орієнтованого підприємництва.

Впровадження програм оцінювання стану

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 поглинань, 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 поглинань 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				