

курси, формувати вимоги до випускників вузів і, як результат, забезпечувати якісну підготовку маркетологів відповідно до умов українського ринку.

1. Дмитрів А.Я. Інноваційний підхід до викладання маркетингових дисциплін у контексті зростання популярності професії маркетолога / А.Я. Дмитрів, Н.Р. Балук, Л.М. Бук // *Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. – Спец. вип. Маркетингова освіта в Україні. – К. : КНЕУ, 2011. – 706 с.* 2. Карпенко Н. Удосконалення підготовки магістрів з маркетингу відповідно до міжнародних стандартів / Наталія Карпенко // *Маркетинг в Україні. – 2005. – №4. – С. 57-58.* 3. Примак Т. Маркетингові комунікатори: особливості підготовки фахівців / Тетяна Примак // *Маркетинг в Україні. – 2011. – №4. – С. 46-52.* 4. Чухрай Н. Маркетингові компетенції і проблеми підготовки фахівців з маркетингу / Наталія Чухрай // *Маркетинг в Україні. – 2009. – №2. – С. 53-58.*

ОЛЕКСІВ І.Б.

Національний університет “Львівська політехніка”

АНАЛІЗУВАННЯ МЕТОДІВ УЗГОДЖЕННЯ ІНТЕРЕСІВ ГРУП ЕКОНОМІЧНОГО ВПЛИВУ ПІДПРИЄМСТВА

© І.Б. Олексів, 2012

Реалізація процесу управління на підприємстві на засадах узгодження інтересів груп економічного впливу дозволить підвищити ефективність діяльності організації шляхом забезпечення кращого доступу до ресурсів, зниження трансакційних витрат підприємства, підвищення соціальної відповідальності тощо.

Слід підкреслити, що незважаючи на наявність в літературних джерелах окремих розробок щодо методів узгодження інтересів груп економічного впливу підприємства, чітка структурована класифікація таких методів на сьогодні відсутня.

Аналізування літературних джерел [1; 2] дозволило виділити ряд методів узгодження інтересів груп економічного впливу підприємства. а саме: комунікаційні, методи пов'язані зі зміною організаційної структури управління підприємством та інформаційно-аналітичні методи.

Комунікаційні методи – це методи спрямовані на збалансування інтересів груп економічного впливу шляхом ведення переговорів між підприємством та такими соціально-економічними суб'єктами. Переговори можуть здійснюватися шляхом проведення круглих столів, організації двосторонніх зустрічей та створення спеціальних дорадчих рад, в які можуть входити представники відповідних соціально-економічних суб'єктів. Слід підкреслити, що зазначені методи в основному використовуються на великих підприємства з високим рівнем фінансового забезпечення. Наприклад, підприємство “Бритіш Американ Тобакко Україна”, прагне вести активний діалог з групами економічного впливу, про що регулярно публікується звіт. Згідно звіту за 2006-2007 рр. підприємство “Бритіш Американ Тобакко Україна” провело 18 діалогів з державними органами влади, 11 діалогів з комерційними партнерами та 2 з неурядовими організаціями. За 2006-2007 роки підприємство “Бритіш Американ Тобакко Україна” провело діалоги з представниками 31 організації та взяло на себе 17 зобов'язань перед ними [2, с.76]. Більшість підприємств, які застосовують комунікаційні методи в своїй діяльності є частково або повністю іноземними компаніями, тобто вони виходять на ринок нової країни.

Методи пов'язані зі зміною організаційної структури – це методи, які спрямовані на формування організаційної структури управління підприємством з врахуванням інтересів груп економічного впливу.

Слід підкреслити, що в США та країнах Європейського Союзу основним методом збалансування інтересів груп економічного впливу вважається введення представників груп економічного

впливу в Раду Директорів [1, с.10-12]. Такий підхід пояснюється фактом, що основною формою власності в США є корпорації. До функцій ради директорів США та Європі відноситься нагляд за діяльністю менеджменту корпорації та дотримання підприємством прав власності. Управлінськими органами акціонерних товариств в Україні є спостережна рада та керівний орган. Керівним органом українських акціонерних товариств може бути правління або дирекція (або і те, і інше одночасно). До функцій керівного органу акціонерного товариства входить оперативне та тактичне управління акціонерним товариством. Одночасно, функціями спостережної ради є дотримання інтересів власників акціонерного товариства, контроль за діяльністю керівного органу та стратегічне управління підприємством. Порівнюючи керівництво корпорацією в США та Європі із акціонерним товариством в Україні можна сказати, що рада директорів є відповідником спостережної ради, менеджер Західної корпорації (CEO – Chief Executive Officer) є відповідником нашого керівного органу. Таким чином, узгодження інтересів груп економічного впливу в Україні може бути здійснено шляхом введення в спостережну раду посадових осіб, які представляють інтереси груп економічного впливу. Фактично в Україні такий метод збалансування інтересів груп економічного впливу може використовуватися тільки на акціонерних товариствах, оскільки в інших організаційних формах підприємства таких контролюючих органів як спостережна рада немає.

Виходячи із зазначеного можна зробити висновок, що методи, пов'язані зі зміною організаційної структури підприємства, є найменш адаптованими до українських умов і, відповідно, їх використання є найменш ефективним.

Інформаційно-аналітичні методи – це методи, які спрямовані на врахування інтересів груп економічного впливу при розробці альтернатив для прийняття управлінських рішень шляхом включення показників, які представляють інтереси попередньо відібраних груп економічного впливу, у відповідні інформаційно-аналітичні системи.

Слід підкреслити, що більшість альтернатив для прийняття управлінських рішень на підприємстві розробляються шляхом застосування методів оцінювання та планування його діяльності. Відповідно, включення показників за певною групою економічного впливу в систему оцінювання або планування діяльності підприємства дозволить враховувати інтереси такої групи при розробці управлінських альтернатив. Таким чином, врахування інтересів груп економічного впливу при застосуванні інформаційно-аналітичних методів перш за все зводиться до коректного відбору важливих для організації соціально-економічних суб'єктів, показників, які можуть представляти такі групи та математичних методів, які дозволять поєднувати різно направлені показники. Застосування інформаційно-аналітичних методів узгодження інтересів груп економічного впливу фактично призведе до зміни принципів формування систем оцінювання та планування економічних показників діяльності підприємства. Останнє перш за все виявиться в суттєвому розширенні частки не фінансових показників порівняно із фінансовими при формуванні таких систем. Переваги інформаційно-аналітичних методів збалансування інтересів груп економічного впливу будуть полягати перш за все в тому, що інтереси груп економічного впливу будуть враховуватися регулярно та системно.

Підкреслимо також, що інформаційно-аналітичні методи є найменш розробленими серед методів узгодження інтересів результативних соціально-економічних суб'єктів. В літературних джерелах наявні розробки спрямовані на формування методів оцінювання діяльності організації з врахуванням інтересів груп економічного впливу. Однак, врахування інтересів груп економічного впливу здійснюється не системно та без належного попереднього відбору результативних соціально-економічних суб'єктів.

Аналізування трьох видів методів врахування інтересів груп економічного впливу дозволяє зробити ряд висновків. Зокрема, аналізування літературних джерел показує, що новітня теорія груп економічного впливу передбачає необхідність регулярного врахування інтересів результативних соціально-економічних суб'єктів. Застосування лише комунікаційних методів не дозволяє це зробити, оскільки вони застосовуються спародично, тобто тільки у випадку необхідності вирішення певної конкретної проблеми. Методи, пов'язані зі зміною організаційної структури підприємства, дають змогу враховувати інтереси груп економічного впливу на регулярній основі, однак можуть

застосовуватися тільки на великих підприємствах (акціонерних товариствах). Крім того, в Україні не має практики введення зовнішніх осіб в спостережні ради підприємств. Відповідно, формування ради директорів на основі представництва різних груп економічного впливу буде занадто різкою зміною підходів до формування організаційної структури українських підприємств. Одночасно, інформаційно-аналітичні методи є доступними для всіх підприємств незалежно від їх розміру та форми власності, тоді як застосування комунікаційних методів та методів, пов'язаних зі зміною організаційної структури підприємства, обмежується фінансовими можливостями організації, можливостями щодо комунікування та формою власності підприємства, яке їх застосовує.

I. Ayuso S., Argandona A. Responsible Corporate Governance: Towards a Stakeholder Board of Directors? / Ayuso S., Argandona A. – Navarra: University of Navarra, 2007. – 18 p. 2. Бритіш Американ Тобакко Україна. Соціальний звіт 2006-2007 / Бритіш Американ Тобакко Україна. – Київ: Бритіш Американ Тобакко Україна 2008. – 119р.

ОЛІЙНИК Я.І., КОСАР Н.С., ГАЙДУК А.Б.
Національний університет “Львівська політехніка”

РИНОК ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

© Я.І. Олійник, Н.С. Косар, А.Б. Гайдук, 2012

Реформування електроенергетики України розпочалося у 90-х рр. минулого століття. В основу реформування галузі і створення ринку електроенергії були покладені принципи збереження Об'єднаної електроенергетичної системи (ОЕС) країни і централізованого управління нею, демонополізації регіональних енергооб'єднань, створення умов для конкуренції між виробниками та постачальниками електричної енергії, державного регулювання природних монополій. Очікувалося, що роздержавлення шляхом скорочення частки державної власності має забезпечити надходження до галузі кредитів та акціонерного капіталу.

У 1997 р. було створено Оптовий ринок електричної енергії (ОРЕ) відповідно до постанови Кабінету Міністрів України №487 від 21.05.97 р. [1]. ОРЕ – це система виробничих, фінансових, економічних та юридичних відносин між суб'єктами підприємницької діяльності, що підписали Договір між членами ОРЕ (ДЧОРЕ) і отримали від Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері енергетики (НКРЕ) відповідні ліцензії на право здійснення підприємницької діяльності з виробництва, передачі та постачання електричної енергії. Обов'язковими умовами для членів ОРЕ є продаж виробленої енергії тільки в ОРЕ і заборона її прямої купівлі постачальниками електроенергії від енергогенеруючих компаній ТЕС, АЕС, ГЕС та ГАЕС [2]. Основним завданням ОРЕ є забезпечення зниження вартості електроенергії за рахунок конкуренції між його учасниками.

Аналіз приватизації в електроенергетиці [3, 4, 5] дав змогу зробити висновок, що економічні умови участі у приватизаційних конкурсах на перших етапах (коли були приватизовані енергопостачальні компанії) не давали можливості серйозним стратегічним інвесторам приймати у ній участь. Крім того, у результаті перерозподілу акцій на вторинному ринку цінних паперів, після проведення пільгового продажу невеликих пакетів акцій на фондових біржах, а також через сертифікаційні аукціони, пакети акцій придбали, переважно, посередники, що не мали ні зацікавленості в подальшому розвитку підприємств галузі, ні коштів для інвестування. Призупинення приватизації у 2004 р. , пов'язане зі створенням Національної акціонерної компанії (НАК) “Енергетична компанія України” [6], у статутний фонд якої перейшли пакети акцій, що належать державі у статутних фондах енергогенеруючих та енергопостачальних компаній, негативно впли-