

Для вирішення проблем комунікації в публічному адмініструванні можна застосовувати різні підходи, включаючи використання сучасних технологій, навчання комунікаційним навичкам працівників та створення прозорих комунікаційних каналів.

У підсумку, ефективна комунікація є важливою складовою успішного публічного адміністрування, і розв'язання проблем комунікації сприяє покращенню взаємодії та досягненню цілей організацій та державних структур.

Список використаних джерел

1. Мінцберг Г., Лемпель Д. Структура в адмініструванні. Київ: Основи, 2004. 272 с.
2. Гайденко П.П., Лукашенко І.Т. Основи публічного управління: Підручник / П.П. Гайденко, І.Т. Лукашенко. – К.: КНЕУ, 2003. – 352 с.
3. Кучма В. Р., Мірошніченко М. П., Основи адміністративно-правової діяльності органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, КНЕУ, 2009.
4. Джон Г. Крейме, «Публічне управління: Класичні та сучасні теорії», Український центр оцінювання якості освіти, 2008.
5. Маріупольський національний університет. Кафедра публічного управління та адміністрування. «Комунікаційні аспекти управлінської діяльності». [Електронний ресурс]. Доступно на: <http://e-mnpu.org.ua/bitstream/ntb/2258/1/3.pdf>.

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНИХ ФОРМ БІЗНЕСУ

Сергій ДІДУХ

здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»
спеціальності «Менеджмент»

Заклад вищої освіти «Подільський державний університет», Україна
Науковий керівник: д.е.н., професор **Алла ЧИКУРКОВА**

Ключові слова: корпоративне управління, акціонерне товариство, корпорація,

Дослідження свідчать, що без належного корпоративного управління товариство нездатне досягати своєї фундаментальної мети – отримання прибутку з максимальною ефективністю. Саме у цьому полягає основне значення механізмів корпоративного управління. Система корпоративного управління має визнавати передбачені законом права зацікавлених осіб та заохочувати активне співробітництво між товариством та іншими особами з метою створення робочих місць та забезпечення стабільності фінансово успішних підприємств. Належна практика корпоративного управління не може розвиватись без відповідної державної політики і без адекватної законодавчої основи [1].

Кардинальне оновлення корпоративного законодавства України стало передумовою для зміни економічної орієнтації вітчизняного бізнесу, у тому числі в сфері інноваційної діяльності. Так, на сучасному етапі розвитку української економіки набуває більшого поширення практика залучення довгострокових інвестицій у інноваційні проекти, що характеризується високим інтересом інвесторів до питань захисту їх прав, а також використання кращих світових практик корпоративного управління [2].

Основними цілями корпоративного управління є створення дієвої системи забезпечення схоронності ресурсів інвесторів, їх ефективного використання, зниження ризиків, які не можуть бути оцінені інвесторами. Корпоративне управління впливає на економічні показники діяльності товариства, його інвестиційну привабливість. Удосконалення механізмів корпоративного управління – важливий захід, необхідний для підвищення стабільності підприємства, збільшення притоку інвестицій. Таке удосконалення корпоративного управління може бути здійснене за рахунок змін до чинного законодавства, запровадження нових стандартів [3].

Корпоративні форми організації бізнесу відрізняються, в основному, за формою злиття (процес налагодження взаємовідносин між компаніями і трансформування їх юридичного статусу) та механізмами злиття (способи об'єднання і координації діяльності окремих підприємств на базі акціонерної власності (субординації) та договірних відносин (координації) [1].

Перші з них забезпечують управління підприємствами завдяки субординаційному характеру зв'язків за умов фінансової незалежності та централізації частини важливих управлінських функцій. Другі створюють можливості для координації діяльності, виконання спільних виробничих і управлінських функцій, але не створюють умов для контролю та підпорядкування (табл. 1).

Доцільне створення корпорації у формі агропромислової фінансової групи (АПФГ). За економічним змістом АПФГ є різновидом холдингу або материнської компанії, яка володіє сукупністю дочірніх підприємств.

Вона може створюватися через купівлю дочірніх підприємств і через добровільну передачу підприємствами-учасниками частини свого капіталу головному підприємству для створення статутного фонду і добровільного делегування йому прав прийняття господарських рішень згідно з договором про спільну діяльність. Законодавство Японії не виключає права перехресного володіння акціями, що, однак, не передбачено вітчизняним законодавством. Світовий досвід також підтверджує, що взаємне володіння акціями різних виробничих і фінансових структур є характерною рисою акціонування та найважливішим фактором забезпечення стійкості акціонерного товариства [4].

Учасники корпорацій пов'язані відносинами організаційної та економічної залежності від участі в статутному капіталі або/та управлінні. Відносини між підприємствами при корпоратизації змінюються з конкурентних на компліментарні, а основними регуляторами відносин між дочірніми підприємствами та головною компанією є договори і економічні механізми (внутрішні ціни, система стимулювання).

Характеристика форм злиття підприємств

Форми злиття підприємств	Зміна юридичного статусу	Зміна повноважень в управлінні	Способи формування субординаційних зв'язків
Інтеграція	Статус обох підприємств змінюється	Повноваження розподіляються	Створення нового підприємства з переданням йому активів підприємств, які зливаються
Поглинання	Статус одного із підприємств змінюється при незмінному статусі інших	Повноваження одного або кількох учасників припиняються	Ліквідація одного з підприємств і передання його активів іншим
Підпорядкування	Статус не змінюється	Одне з підприємств втрачає частину повноважень	Отримання контролю шляхом придбання акцій підприємств
Консолідація	Статус не змінюється	Кілька підприємств втрачають частину повноважень	Отримання контролю шляхом придбання акцій підприємств або обміну ними
Створення головного (материнського) підприємства	Статус не змінюється	Частина повноважень передається новоствореному підприємству	Передання акцій підприємств, які зливаються, новоствореному підприємству

Джерело: [1]

Для покращення практики корпоративного управління необхідно:

- покращити захист міноритарних акціонерів, що передбачає, зокрема, обов'язкове представництво дрібних власників в органах управління підприємства і забезпечення їх прав під час банкрутства або реструктуризації;
- забезпечити рівноправний доступ усіх акціонерів до інформації, яка стосується компанії, шляхом надання інформації про діяльність компанії її акціонерам вчасно і у встановлених обсягах;
- чіткіше розподілити повноваження і обов'язки органів управління компанії, розширити перелік питань, які знаходяться у виключній компетенції зборів акціонерів;

-підвищити вимоги до професійно-особистісних якостей членів спостережної ради, здійснювати оплату їх діяльності залежно від результатів операційної діяльності товариства і котирувань акцій [4].

Список використаних джерел

1. Гончаров В.М., Зось-Кіор М.В., Ільїн В.Ю. Корпоративне управління / Навчальний посібник. Луганськ: ЛНАУ, 2011. 645 с.
2. Зіновчук В. В. Кооперативна ідея в сільському господарстві України і США. К. : Логос, 1996. 224 с.
3. Прокопчук Л.М., Чикуркова А.Д., Ногачевський О.Ф. Формування і розвиток системи корпоративного управління в акціонерних товариствах: теорія, методика і практика. Кам'янець-Подільський: Видавець ПП Зволейко Д.Г., 2014. 173 с.
4. Шульга, І.П. Аналіз стану корпоративного управління в акціонерних товариствах України. Ефективна економіка № 12, 2010. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=421>

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Елла ДОБРОВОЛЬСЬКА

*канд. екон. наук, доцент, асистент кафедри менеджменту,
публічного управління та адміністрування
навчально-науковий інститут бізнесу і фінансів
Заклад вищої освіти «Подільський державний університет»,
м. Кам'янець-Подільський*

Ключові слова: збутова діяльність, м'ясопереробні підприємства, ефективне управління, стратегічне завдання.

У сучасних умовах господарювання ринок диктує промисловим підприємствам жорсткі умови функціонування. Для забезпечення стійких ринкових позицій м'ясопереробному підприємству замало просто виробляти продукцію в максимальних обсягах. Важливо свою продукцію найвигідніше продати, тобто реалізувати з урахуванням особливостей і побажань споживачів та з отриманням найбільшого економічного та соціального ефекту для всіх суб'єктів оптового ринку м'ясної продукції.

Діловий світ зараз переживає високий рівень конкуренції в процесі збуту продукції та послуг. Це пов'язано з наявністю капіталу, легким входом на ринки, наявністю замінників і збільшенням купівельної спроможності споживачів.

Як наслідок, підприємствам необхідно розробляти ефективні стратегії, щоб досягти конкурентної переваги над своїми суперниками у відповідних сферах