

У формування різних аспектів поняття «Підприємництво» вніс свій внесок також Ж-Б. Сей – він пов'язував підприємництво з організацією людей у межах господарської діяльності. А. Сміт бачив в підприємця власника власності. Д. Ріккардо і К. Маркс розглядали підприємців як бізнесменів, капіталістів. Найбільш повно охарактеризував підприємця Й. Шумпетер. Основними функціями підприємництва він називає: виготовлення нового блага або старого блага нової якості; освоєння нового ринку збуту, джерел сировини або напівфабрикатів; впровадження нового способу виробництва, здійснення відповідної реорганізації виробництва. Ф-А. Хайек пов'язував підприємництво, перш за все, з особистою свободою, яка дозволяє людині раціонально розпоряджатися своїми здібностями, знаннями, інформацією і доходами. П. Друкер доповнює підприємництво функціями використання нових ресурсів, освоєння організаційних та управлінських нововведень.

На думку автора доповіді, відміну підприємництва та економіки необхідно відзначати і в їх парадигмах. До теперішнього Бабайловим В.К. розроблені три парадигми (минула, справжня і майбутня) як підприємництва, так і економіки.

Три парадигми економіки – це три глобальні стратегії організації вартості витрат відповідної ручної, машинної та впроваджувальної праці. Три парадигми підприємництва – це три глобальні стратегії організації додаткового прибутку за рахунок впровадження відповідно: продуктивних нововведень (організації продуктивних інновацій); технологічних нововведень (організації технологічних інновацій); методологічних нововведень (організації методологічних інновацій).

Проведений аналіз дозволяє зробити висновок: підприємництво є частиною, особливою формою економіки.

Література:

1. Бабайлов В.К. Теория метода: монография / В.К. Бабайлов. – Х.: ХНАДУ, 2011. – 232 с.
2. Бартенев С.А. Экономические теории и школы (история и современность): Курс лекций / С.А. Бартенев – М.: БЕК, 1996. – 352 с.

ПРИНЦИПИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ОЕСР В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

*Прокопенко М.В., старший викладач
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

З точки зору ОЕСР (Організація економічного співробітництва і розвитку) основними принципами корпоративного управління є:

1. Дотримання прав акціонерів і забезпечення рівності.
2. Збереження інтересів акціонерів, клієнтів, співтовариств, ділових партнерів, співробітників і інших зацікавлених сторін.

3. Розкривати інформацію про компанію у разі потреби і забезпечення прозорості.

4. Директори, виконавчі посадовці, контролюючі співробітники мають бути обізнані про свої обов'язки і функції.

5. Підтримка конструктивного діалогу з акціонерами.

Розглянемо основні етапи, наслідуючи які можна добитися дотримання усіх принципів описаних ОЕСР [1].

Стабільність цін на акції є першим важливим чинником для інвесторів, щоб мати можливість прогнозувати майбутні результати діяльності компанії або організації. Корпоративне управління має великий вплив на ефективність фондових ринків. Інвесторів завжди притягали добре керовані компанії, оскільки такі компанії використовують політику прозорого управління і мають кращу фінансову звітність і більш високі прибутки. Отже, ті організації, які шукають додаткові кошти для власних підприємств, повинні забезпечувати хороше корпоративне управління на місці. Інвестори вкладатимуть гроші, тільки якщо вони беруть на себе відповідний ризик для інвестицій.

Навчання для директорів. Це дуже складний чинник для організації, щоб знайти потрібних людей для роботи, і навчати їх, як тільки вони будуть вибрані. При виборі директора кандидати приходять з різним досвідом, знаннями і кваліфікацією. Тому важливо збудувати грамотне навчання директорів так, щоб вони в майбутньому дотримувалися передових практики корпоративного управління.

Директори є основною частиною організації. Вони мають велику роль в процесі ухвалення рішень і, таким чином, успіх або неуспіх організації багато в чому залежить від них. Якщо директори некомпетентні, недбалі і егоїстичні, то шанси на успіх меншають. З іншого боку, компетентні і віддані директори мають важливе значення для досягнення довгострокових цілей організації. Таким чином, належне управління, моніторинг, і підготовка директорів є дуже важливою.

Участь зацікавлених сторін (стейкхолдерів).

Кожна організація має різні зацікавлені сторони, такі як: директори, співробітники, акціонери, клієнти, постачальники і так далі. Ці зацікавлені сторони мають важливе значення для продуктивності і ефективності організації. Таким чином, вони заслуговують на належну увагу з боку організації. Але, на жаль, досить часто існує нестача основних зацікавлених сторін, наприклад, акціонерів. Одним із способів побудови стосунків є залучення їх в процесі господарської діяльності. Це може бути зроблено шляхом надання важливої інформації для сторін, крім того, зацікавлені сторони можуть брати участь в процесі ухвалення рішень.

Така практика дозволяє поліпшити імідж організації і побудувати стосунки між її зацікавленими сторонами. Але обмін інформації можливий тільки через хороше корпоративне управління.

Перевірки і баланси. Корпоративне управління забезпечує систему витрат і противаг в організації. Керівництво організації, включаючи раду директорів,

має сильні позиції для використання ресурсів організації у своїх інтересах. Вони можуть стягувати високі бонуси і винагороди за свою роботу. Фінансова криза 2008 року була результатом високого ризику і безвідповідального кредитування одними з найбільших кредиторів світу. Корпоративне управління є важливим інструментом перевірки і контролю рівня ризику організації. Якщо керівництво бере участь в проектах з високим рівнем ризику, тоді усі зацікавлені сторони повинні бути проінформовані за допомогою корпоративного управління. Таким чином, керівництво намагатиметься ризикувати з обмеженнями, оскільки інформація буде доступна зацікавленим сторонам.

Ділова і ринкова репутація. Багато організацій витрачають величезні суми грошей на побудову іміджу своїх брендів, тому що це украй важливо для довгострокового успіху організації. Ділова репутація може бути поліпшена за допомогою різних тактик, таких як маркетинг, корпоративна соціальна відповідальність, міцні стосунки із зацікавленими сторонами і так далі. Корпоративне управління також розвиває гарну репутацію впродовж певного періоду часу. Завдяки ньому, організації створюють міцні стосунки з клієнтами, що призводить до розвитку лояльності до бренду. Отже, ті компанії, які мають ефективне корпоративне управління, користуються підвищеною ринковою репутацією [2].

Корпоративне управління має первинне значення для компанії і майже так само важливе як і основний бізнес-план. Коли введене управління ефективно виконується, воно може запобігти корпоративним скандалам, шахрайству, громадянській і кримінальній відповідальності компанії. Це також підвищує імідж компанії в очах громадськості та сприяє успішному бізнесу.

Література:

1. Міжнародні та національні стандарти корпоративного управління: Збірник кодексів та принципів / Міжнародна фінансова корпорація. – К., Б.г., 2016. – 247 с.
2. Гриньова В.М. Організаційно-економічні основи формування системи корпоративного управління в Україні: монографія / В.М. Гриньова, О.С. Попов. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. – 324 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ ТА БУДІВНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ

*Савченко Л.Г., старший викладач,
Савченко О.С., к.т.н., старший викладач
Сумський національний аграрний університет*

Сільськогосподарськими будівлями називають сукупність знарядь і засобів праці, будівель, споруд та інших матеріальних фондів, що