

socio-economic and financially-economic efficiency of activity of enterprise. Influence of the control system by social development of labour collectives is exposed on economic efficiency of enterprises and feature of strategies of socio-economic development of region.

**Keywords:** socially oriented market economy, management by social development of labour collectives, system of social indexes, function of management by social development of enterprise.

#### Список використаних джерел:

1. Конституція України//Відомості Верховної Ради України. – 1996, N 30: [Електронний ресурс] //Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Нестеренко А. Социальная рыночная экономика: концептуальные основы, исторический опыт, уроки для России// Вопр. Экономики. – 1998. – № 8. – С.71.
3. Соціальний розвиток України: сучасні трансформації та перспективи / С.І.Бандур, Т.А.Заяць, В.І.Куценко та ін. – Черкаси: Брама-Україна, 2006. – 620.
4. Савченко В.А.Управління розвитком персоналу.– К., 2002. –351 с.
5. Промисловість Миколаївської області. Статистичний збірник за 2009 рік. – Миколаїв, 2010. – 238 с.

УДК: 005

Некрасов Я.С. ,  
Білоусов О.М.

### АСПЕКТИ ОПЕРАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЕКСПОРТУ ПРОДУКЦІЇ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

**Постановка проблеми.** Управлінська думка в усьому світі в останнє десятиріччя опинилася загіпнотизованою під впливом філософії "мале - прекрасне". Малий бізнес виявляється більш динамічним, гнучким, ефективним та людянішим, ніж великий. Він розглядається як джерело нових робочих місць, нововведень, економічного зростання. Так це чи ні сказати однозначно важко, оскільки для успішного розвитку економіки потрібні як малі, так і великі підприємства. Тому основною проблемою дослідження є виявлення шляхів підтримки малого підприємництва в Україні з досвіду провідних країн світу, та можливе застосування їхнього досвіду для економіки країни.

Це досить важливе питання, оскільки перехідний стан української економіки та проблема зовнішньої торгівлі, а особливо експортної орієнтації підприємств як малого, так середнього та великого бізнесу є важливою проблемою на даному етапі розвитку України та становлення її як конкурентоспроможної держави на світовому ринку. Це підтверджується також тим, що розвиток міжнародної торгівлі є одним з пріоритетних напрямків економічної політики України. А створення передумов для цього розвитку - це активне впровадження і застосування світового досвіду, стимулювання експортного потенціалу через зменшення податкового тиску, торгівельних обмежень, державного контролю тощо. Проте на практиці дії цієї політики з боку уряду поки що не видно. Й це не зважаючи на те, що в Україні в порівнянні з іншими провідними країнами світу показник кількості малих та середніх підприємств на 1 тисячу населення є найменшим.

**Огляд останніх досліджень.** Питання теорії й методології управління ефективності були і є в цей час предметом дослідження як закордонних, так і вітчизняних учених. Зокрема, поняття економічної ефективності розглядали в різний час за рубежом Э.Дж. Долан і Д.Е. Линсдей, К.Р. Макконелл і С.Л. Брю, В. Парето, П. Самуельсон

і інші; проблеми оцінки ефективності управління методами фінансового аналізу досліджував Э. Хелферт. Актуальним економічним проблемам підвищення економічної ефективності промисловості присвячені наукові розробки таких відомих українських науковців, як О.М. Алімова, О.І. Амоши, Б.В. Буркинського, В.М. Геєця, Б.М. Данилишина та окремі проблеми щодо підвищення ефективності підприємств харчової промисловості отримали висвітлення у працях вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема І.Д. Блажа, В.І. Бойка, П.П. Борщевського, О.Б. Бутніка-Сіверського, Д.В. Гака, А.Ф. Гончара, В.Д. Гончарова, Л.В. Дейнеко, С.Л. Дусановського, А.О. Зайнчковського та інших дослідників.

**Формування завдання дослідження.** Метою даної статті є дослідження стану підприємств харчової промисловості в період фінансової кризи та виявлення резервів підвищення їх ефективності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Проблема малого підприємництва та його експортної орієнтації є відображенням більш глибокого процесу - світової глобалізації економіки, оскільки торгівля завжди залишалася одним з шляхів спілкування людства. Саме поява купецтва зумовила розвиток інформації - купці їздили з одного кінця світу в інший, у такий спосіб розвивалась уся світова торгівля. Тоді, як і сьогодні, кожний уряд підтримував своїх негодіантів, оскільки таким чином відбувалася підтримка власних політичних інтересів. Проте торгівлю у давні часи займалися не всі. Відомий французький історик Фернан Бродель в своїй книзі "Матеріалізм, цивілізація, економіка і капіталізм, XV - XVIII ст" дає визначення зовнішньої торгівлі, як виду "діяльності, який заторкує тільки меншість населення" [3]. Проте сучасна торгівля з розвитком міжнародного менеджменту набуває більшого змісту й охоплює усі галузі людського існування. Проблеми підтримки малого бізнесу багато вчених світу приділяють велику увагу, оскільки, як було зазначено, малий бізнес є основою для розвитку економіки країн. Багато з них вважають, що надмірне зростання фірми зрештою призводить до втрати нею гнучкості, некерованому розростанню бюрократичного апарату та в більшій мірі відкидання інтересів тих, для кого існує ця фірма, тобто для споживачів продукції, що випускається. Серед негативних наслідків укрупнення фірм також визна невиправдано високі доходи керівників фірми та майже принизливі в порівнянні з ними заробітки безпосередніх виконавців. Значно привабливіше з цієї точки зору виглядають невеликі фірми, які проводять гнучку науково-виробничу й ринкову політику, та які здатні на швидке оновлення номенклатури продукції, що випускається. Підприємницький дух й дружелюбні відносини між небагаточисельними співробітниками створюють на цих фірмах неповторну атмосферу, яка сприяє творчим пошукам. Проте деякі спеціалісти стверджують, що лише великі фірми здатні витримати конкурентну боротьбу на світовому ринку [4].

На думку американських експертів навіть малі підприємства на даному етапі розвитку економіки можуть порівняно легко отримати усі необхідні фінансові ресурси; спеціалізовані фірми можуть надавати малим підприємствам усю необхідну інформацію; малі підприємства мають досить гнучкі виробничі системи тощо. Перевагам великих компаній, які пов'язані з отриманням "ефекту масштаба", можна протиставити недоліки багаторівневого складного керування, яке іноді переважає ці переваги [5].

Також інші американські спеціалісти вважають, що до переваг малих фірм слід віднести те, що вони витрачають набагато менше часу на розробки нового продукту до виходу на ринок. Якщо, наприклад, малим фірмам потрібно в середньому 2,3 роки, то великим - 3,1 роки. До виконання науково-дослідницьких конструкторських робіт найбільш активно прагнуть підприємства, річний оборот яких складає до 200 млн. дол. [6, 7].

У Великобританії більшість економістів тримається визначення, яке дане урядовою комісією, яка сформулювала чотири основні ознаки малого підприємництва: 1) незначна частка на ринку, що не дозволяє йому здійснювати який-небудь значний вплив на ціни та

розміри ринку; 2) юридична самостійність (невеликі філіали великих фірм не відносяться до малого бізнесу); 3) керування компанією здійснюється її власниками, а не найманим персоналом; 4) в обробній промисловості до малого бізнесу відносяться компанії з чисельністю зайнятих не більше 200 чоловік, в інших галузях річний оборот фірми не повинен перевищувати 250 тис.ф.ст. [8].

Оскільки Україна встала на шлях європейської інтеграції, то вона повинна, мабуть, прийняти й досвід інших, економічно розвинених, країн. Керуючись дедуктивною логікою можна сказати, що досвід світових країн повинен "прижитися" на тілі української економіки. Але все ж таки - різні культурні та політичні традиції... Проте спробуємо знайти щось спільне в українській та світових економіках. Якщо керуватися індуктивною логікою, то можна сказати, що успішний розвиток окремо взятого малого підприємства при підтримці держави та банків також можна вважати придатним і для інших малих підприємств, і для української економіки в цілому. Перевірити так це, чи ні - буде задачею данної роботи.

На прикладі підтримки малого підприємництва та його експортної діяльності в США, Великобританії та Франції спробуємо визначити, яким шляхом повинна розвиватися українська економіка.

Як показує досвід США, малий бізнес легше пристосовується до змін умов функціонування економіки. Масові збанкрутіння й ліквідації малих підприємств не позбавляють їх привабливості для підприємців. Суттєво полегшується територіальний та галузевий перелив робочої сили й капіталу, підвищується оперативність реакції виробництва на зміну споживчого попиту й високі витрати виробництва. Закриття одних дрібних фірм компенсується відкриттям нових.

Серед методів підтримки малого підприємництва існують наступні програми:

1. *Програма "шефської" допомоги* малим підприємствам з боку міністерства оборони (МО) та великих компаній. Ця програма була впровадженна МО, як експериментальна програма допомоги малим підприємствам з боку великих компаній. Метою цієї програми є розширення можливостей малих підприємств по виконанню контрактів МО, інших урядових відомств й приватних фірм. Велика фірма, яка бажає укласти такий договір, повинна звернутися в МО за дозволом й у випадку його отримання набуває статус фірми - наставника. Мале підприємство може вступити не більше, як в одну угоду з фірмою - наставником. Тобто, фактично, держава надає держзамовлення саме малим підприємствам [10].

2. *Інформаційна допомога*, в основу якої закладена технологія діяльності брокерської фірми й тому ці програми отримали назву брокерських. Вона виконує функцію посередника між фірмами та організаціями - постачальниками інформації. Вона збирає запити фірм на інформацію, сортує їх та надсилає для виконання відповідним організаціям (університетам, державним та приватним науково-дослідницьким центрам, бібліотекам, фірмам, які володіють базами даних). Замовлення зазвичай виконуються менш, ніж за день. Фінансується така програма з державного бюджету штату, де знаходяться такі центри.

3. *"Швидка технічна допомога"*. Ці програми керуються силами технічних коледжів при університетах штатів й тому називаються університетськими. Допомога здійснюється безкоштовно. Проте за допомогою таких центрів звертаються досить рідко.

4. *Консультації по вдосконаленню виробничого процесу* надаються спеціалізованими технологічними центрами та службами. Метою цих центрів є модернізація виробничого апарату й підвищення кваліфікації персоналу фірм-клієнтів. Послуги в багатьох випадках надаються безкоштовно, або сплачуються частково. Метою консультацій є оцінка рівня технічної й комерційної діяльності фірми, визначення напрямків діяльності, які потребують вдосконалення, розробка конкретних техніко-економічних заходів.

Найцікавішим методом підтримки, на нашу думку, є *"Інкубаторна" програма*

*сприяння малому бізнесу*. Термін "інкубатор" закріпився для позначення організацій, які створюються при університетах, компаніях, органах федерального уряду й при урядах штатів для "вирощування" й надання різних послуг підприємцям - початківцям. Головне призначення "інкубаторів" - первинна підтримка малого, переважно інноваційного бізнесу, допомога потенціальному підприємцю, які мають бажання, але не мають змоги відкрити власну справу. Вчені, інженери, винахідники, підприємці, які мають бажання організувати свій власний бізнес, отримують в "інкубаторі" пільговий доступ до отримання різних послуг по всьому необхідному для реалізації своїх ідей спектру питань.

В залежності від переслідуваних цілей й джерел фінансування інкубатори можна поділити на фірмові, державні, університетські та приватні [11].

Прикладом державного "інкубатора", який вирішує регіональні проблеми, може виступати приклад центру при Національній інженерній лабораторії штату Айдахо. Центр надає індивідуальним підприємцям, винахідникам, випускникам університетів штату лабораторне, технічне обладнання, персональні комп'ютери, фінансову допомогу, технічні й управлінські консультації, оплату послуг зв'язку, офісні приміщення та секретарські послуги. окрім цього центр консулює підприємців з питань оподаткування, страхування, отримання незворотніх позик та субсидій національного наукового фонду, узгодження контрактів на закупівлю комплектуючих виробів та поставку робіт і послуг, акціонування компаній, ведення звітності й патентування результатів робіт, оренди виробничих та адміністративних приміщень, будівель. Усі послуги надаються безкоштовно або за мінімальними цінами, оскільки вони субсидуються урядом штату.

"Інкубатор" шукає для своїх клієнтів спонсорів насамперед в обличчі Торгівельної палати штату й міських торговельних палат, які є колективним представником підприємницької спільноти. Самостійно та за допомогою зовнішніх експертів "інкубатор" оцінює перспективність компаній, які він організує та в багатьох випадках купує їх акції недовлячись на значні збитки, які він несе в перші роки їх існування.

Адміністрація центру не втручається в поточну господарську діяльність клієнтів. Усі послуги надаються після аналізу бізнес-плану "претендента", який повинен містити аналіз ринку, оцінку конкурентоспроможності продукції, характеристики потрібного обладнання, розміри та умови потрібних кредитів, ділові характеристики провідних робітників [12].

На нашу думку саме цей вид підтримки малого бізнесу повинен застосовуватись в Україні, оскільки наші малі підприємства досить слабкі на ринку та державно незахищені. Саме "інкубаторний" вид підтримки українського малого бізнесу здатен захистити молодих підприємців від "акул" великого бізнесу, розвивати систему патентування винаходів молодих спеціалістів, студентів, значно підвищити зайнятість саме молодого працездатного населення. Наша держава досить молода й уряд повинен робити ставку саме на молоде покоління, на новий світогляд, нове мислення економічних процесів, молоду енергію.

Як показує досвід Великобританії, малий бізнес, який діє в конкурентному середовищі, може зіграти важливу роль в збільшенні обсягів виробництва, розширенні асортименту товарів й послуг, підвищенні якості продукції. Малі підприємства надають людям прекрасну можливість реалізувати свої творчі здатності, підприємність, ініціативу.

В Великобританії існують три моделі розвитку малого підприємництва: консервація масштабів діяльності з подальшим збереженням статус-кво; повільне розширення ділової активності; швидка експансія дрібних фірм й перетворення їх в середні, а потім й в великі компанії.

Багаточисельні дослідження показали, що більшість власників невеликих підприємств не прагнуть до подальшого зростання. їхнє головне бажання - забезпечити стабільне існування, зберігати "власність на свою працю". Тут можна провести аналогію з українськими підприємствами, більшість з яких своєю стратегією мають не збільшення виробництва та розширення діяльності, а просте виживання на динамічному ринку.

Основним видом підтримки малого підприємництва у Великобританії є державне регулювання. Уряд впливає на сферу малого бізнесу шляхом забезпечення загальних соціально-економічних умов підприємницької діяльності (заходи в сфері оподаткування, приватизації, трудового законодавства), а також використовуючи різноманітні економічні, організаційні, правові норми й методи безпосередньої підтримки (створення спеціальних служб й програм стимулювання ділової активності, підприємницьких курсів, пільгові умови фінансування тощо).

З повсякденної практики бачимо, що надмірне оподаткування українських підприємств заважає їхньому нормальному функціонуванню. Таке оподаткування змушує підприємства малого та інших видів бізнесу "ховатися" у "тінь". Й від цього насамперед втрачає сама держава. Отже, від досвіду Великобританії Україні треба "взяти" саме такий вид підтримки малого підприємництва, як державне регулювання у сфері законодавства в бік полегшення діяльності суб'єктів малого підприємництва, а не створення перешкод для їх функціонування.

Іншою проблемою для нормального функціонування малого бізнесу, як вже зазначалося, є обмеження оборотних коштів підприємств, що змушує шукати фінансової підтримки у банків. Також ми казали про "ноу-хау", яке повинні винайти банки для контролю над грошовими потоками.

Без серйозних вливань коштів у малий бізнес не можливо підтримувати та розвивати економіку країни в цілому. Однією з проблем малих підприємств при просуванні на зовнішні ринки є пошук джерел фінансової підтримки. Наприклад, для сприяння розвитку малого підприємництва урядом Франції був розроблений комплексний план підтримки малого підприємництва, який включає фінансовий, податковий та адміністративний заходи. Фінансові та адміністративні заходи сприяння малому бізнесу полягають в наступному - пільги, які призначені для: створення нових підприємств, переміщення фірми у відсталі райони, зростання інвестицій; стимулювання співробітництва дрібних тасередніх підприємств між собою. Французський уряд створив також ряд організацій, які надають кредити малим та середнім підприємствам. Серед широкого спектру заходів, які здійснюються урядом Франції є також стимулювання експортної діяльності малих компаній, що найбільш нас цікавить. Існує чотири основні групи підтримки експортної діяльності малого бізнесу:

1. *Забезпечення інформацією.* Для того, щоб успішно здійснювати свою експортну діяльність, малим компаніям необхідна найбільш повна інформація про можливі зовнішні ринки збуту. Інформація повинна стосуватися існуючого й потенційного попиту на продукцію фірми, перспектив змани цього попиту, надавати уявлення про особливості країни можливого збуту продукції. Як правило, на місцях збором інформації про попит займаються закордонні служби економічного розвитку. Термінову інформацію про запити, пропозиції, методи здійснення й врегулювання торговельних угод, збут товарів, рівні конкуренції тощо служби передають у Французський центр зовнішньої торгівлі, який займається її збиранням та узагальненням.
2. *Сприяння в просуванні говару.експорт* передбачає не лише знання іноземних ринків, але й ознайомлення цих ринків зі своєю продукцією, що в свою чергу робить необхідним для фірми, яка бажає вивозити свої товари, представляти свою продукцію за кордоном. Малим фірмам часто це є непосильною задачею й вони звертаються у Французський центр зовнішньої торгівлі, якій організує виставки за кордоном, технічні колоквиуми, колективні поїздки в інші країни тощо.
3. *Стимулювання експортної орієнтації малих фірм.* Однією з головних задач регіональних агентів Французського центру зовнішньої торгівлі в провінціях є системне відвідування фірм території, за яку вони відповідають, й визначення їх експортних можливостей з врахуванням фінансового стану, кваліфікації зацнятих, рівня технічної озброєності, якрсті продукції, престижного товарного знаку тощо.

Такий "діагноз" часто ставиться спільно з професіональними організаціями. Окрім цього, регіональні агенти здійснюють цілеспрямовані заходи по відношенню до потенціальних експортерів: забезпечують їх різними повідомленнями, які підкреслюють значення тієї чи іншої виставки, комерційне досвід, надсилають їм запрошення на зустрічі з торговими радниками або аташе, які працюють за кордоном й які тимчасово знаходяться у Франції.

4. *Фінансове сприяння експорту малих фірм.* Серед заходів, які прямо впливають на експортну діяльність компаній, фінансові грають особливо важливу роль. Такі заходи як гарантування від ризиків несприятливої зміни валютних курсів, кредитування інвестицій, страхування й кредитування експорту визначають стан світової торгівлі.

Державна система фінансування зовнішньої торгівлі у Франції включає здійснення фінансових операцій в самій країні та за кордоном, звернення за допомогою до державних й близьким до них організаціям, виділення допомоги безпосередньо з державного бюджету на розвиток експорту.

У свою чергу фірми, які стикаються з труднощами при просуванні товару на зовнішні ринки збуту, які пов'язанні з специфікою та особливими вимогами цих ринків (технічні норми, кліматичні умови тощо), можуть розраховувати на спеціальну фінансову допомогу в формі державних субсидій. Розмір такої допомоги, яка повертається у випадку успіху, може досягати 50% суми витрат на дослідження та реалізацію пробних зразків товарів.

Експортер, який прагне реалізувати свою продукцію й самостійно забезпечувати її розповсюдження, повинен організувати торгову мережу за кордоном. Для цього він має змогу: створити торговий філіал, який буде займатися збутом як його товарів, так і товарів інших фірм; купити контрольний пакет акцій французької компанії, яка володіє торговою мережею й потрібною клієнтурою, або - іноземної фірми-імпортера.

Для того, щоб допомогти компаніям здійснити ці задачі, державні влада доповнила традиційний режим надання середньо- та довготермінових кредитів через "Стеіі: №ііопаГ та Французський банк для зовнішньої торгівлі спеціальними процедурами, які призначені для торгових інвестицій за кордоном. Процедура кредитування, яка найбільш використовується серед малих фірм, згідно з якою компаніям, які прагнуть створити, набути або розширити свої торгові структури за кордоном, надаються фінансові кошти у формі довготермінового кредиту (строком на 15 років) за пільговими процентними ставками.

Оскільки Україна досить близька до Франції (майже однакове географічне положення, дух нації, дружні стосунки тощо), то усі перелічені методи підтримки малого підприємництва та його експортної орієнтації мають бути запозичені для розвитку українського малого підприємництва.

Отже, на початковому етапі розвитку українського підприємництва потрібно державно регулювати сферу оподаткування для створення сприятливого клімату для його розвитку, створювати підтримку у вигляді "інкубаторів" та усіма заходами розвивати експорт.

На рівні з цим виникає проблема визначення пріоритетних напрямків в експорті вітчизняної продукції.

Оскільки Україна за своєю географічною структурою та сприятливими кліматичними умовами є країною аграрною, то чи не ватро розвивати експорт сільськогосподарської продукції за теорією Хекшера - Оліна - Самуельсона? За попереднім аналізом аграрного сектору економіки України можна зробити висновки, що відбувається зростання обсягів виробництва та цін на зернові культури та соняшник, де значну роль відіграє Південний регіон. Причому сіють та збирають врожай бідні та занедбанні підприємства малого бізнесу із старою технікою. Тому без додаткових фінансових вливань таким підприємствам важко розвивати експортоорієнтовану

стратегію.

Для перевірки ефективності підтримки розвитку експорту було зроблено дослідження на одному з сільськогосподарських підприємств Миколаївського регіону, яке виробляє та експортує продукцію не лише в Україні, але й за кордон. Стратегічним напрямком в діяльності підприємства є збільшення обсягів виробництва за рахунок збільшення посівних площ та підвищення якості продукції, використовуючи високоякісні добрива та селекцію елітного насіння.

У 1998 році це підприємство отримало кредит за Проектом розвитку експорту, на який придбало високоякісну врожасзбиральну техніку, якісні добрива та створило дослідницькі лабораторії по вирощуванню елітного насіння.

**Висновки.** В роботі проведено дослідження методів операційного управління підтримки малого підприємництва в провідних країнах світу й зроблені пропозиції щодо їх використання та придатності для економіки України. Також було зроблено аналіз сільського господарства України та проведено дослідження на одному з українських підприємств, яке успішністю свого розвитку та обсягами експорту підтвердило гіпотезу про користність та успішність використання Проектів розвитку експорту як для підприємства, так і для банку.

Слабкою стороною дослідження є те, що гіпотеза була перевірена лише на одному, хоча й успішному підприємстві. Більш цікавим була б перевірка декількох підприємств, але через "секретність" документації та жорсткого контролю над доступом до неї, така перевірка стає неможливою. Це пояснюється тим, що багато з підприємств таким чином намагаються уникнути витоків інформації для конкурентів.

Але все ж таки перевагою дослідження є те, що на прикладі цього підприємства можна зробити узагальнюючий висновок про ефективність розвитку експорту в Миколаївському регіоні за допомогою впровадження Проектів розвитку експорту та банківської підтримки вітчизняного виробництва. Впровадження даних проектів та їх фінансування в інших регіонах України має суттєво вплинути на її економічний розвиток.

Методи, які використовуються, іншими країнами світу, можна застосовувати для економіки України, але це треба робити обережно, враховуючи національні, політичні, економічні інтереси держави. Тоді Україна теж стане провідною державою світу, причому у неї є усі передумови для цього.

#### **Анотація**

Досліджено ефективність розвитку підприємств та його експортні орієнтації в провідних країнах світу. Розглянуті основні методи підтримки малого підприємництва.

**Ключові слова:** внутрішня та зовнішня ефективність, прибутковість, ступінь задоволення суспільних потреб, ефект синергії.

#### **Анотация**

Исследовано эффективность развития предприятий и их экспортные ориентации в ведущих странах мира. Рассмотрены основные методы поддержки малого предпринимательства.

**Ключевые слова:** внутренняя и внешняя эффективность, прибыльность, уровень удовлетворение общественных потребностей, эффект синергии.

#### **Annotation**

In article the analysis of food industry enterprises efficiency is carried out, their basic problems are uncovered and a number of measures to increase their efficiency are offered.

**Key words:** internal and external efficiency, profitableness, degree of requirements satisfaction, synergetic effect.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бродель Ф. Матеріалізм, цивілізація, економіка і капіталізм, XV - XVIII ст. у 3-х томах. - Том 2. Ігри обміну./ пер. з фр. Г. Філіпчук. - К.: Основи, 1997. -с.340.
2. Гончаров В. В. Роль организационных нововведений в ускорений НТП промышленных фирм западных стран. - М.: ЗКОС, 1987. - 81 с.
3. Проблеми теорії и практики управління. - М., 1989, № 3. с. - 70 - 74.
4. Гончаров В.В. Руководство для высшего управленческого персонала а. в 2-х томах. - Том 1. - М: МНИИПУ, 1998. - с. 232.
5. Проект розвитку експорту. Основні положення, умови та критерії участі. -Київ, 1999.
6. Евенко Д. Л. Мелкий бизнес в Западной Европе. - М.: ИНИОН, 1991. - 32 с.
7. БИКИ, 28 декабря, 1991.-с. 1,8.
8. Державний комітет статистики України. Миколаївське обласне управління статистики. Статистичний бюллетень. Економічне і соціальне становище Миколаївської області за січень - грудень 2010 року.
9. Звіт про реалізацію проекту розвитку експорту за 2008 рік. - ССГП
10. Фінансова звітність ССГП за період 1998 - 2008 роки.
11. Бізнес-план ПРЕ ССГП за 1998 - 2009 роки.
12. Кредитна угода № ПРЕ/ РМИ - 1003/ 98.

УДК 330.131.7:631

Вернюк Н.О.

### ДЕЯКІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ УРАЗЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АПК

Постановка проблеми. Динамічність сучасних економічних умов, що визначає нестабільні умови функціонування і незадовільний рівень прогнозування розвитку соціально-економічних систем супроводжується появою якісно нових потреб у прискореному вирішенні проблеми формування стратегії інвестування підприємств з різними організаційно-правовими формами господарювання та розробки дієвого механізму управління їх інвестиційною уразливістю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій вказує, що існуючі теоретичні і практичні розробки проблем формування інвестиційного механізму АПК, які знайшли відображення в наукових працях вітчизняних учених, зокрема: Андрійчука В.Г., Беседіна В.Ф., Борща А.Г., Гайдуцького П.І, Калінеску Т.В., Саблука П.Т., Непочатенко О.О. та ін. Разом з тим недостатньо обґрунтованими залишаються питання оцінки стратегії розвитку підприємств з урахуванням їх інвестиційної уразливості.

Формування цілей статті. Метою даної статті є розробка стратегічних підходів до формування системи управління інвестиційною уразливістю підприємства яка залежить від економічних загроз, а також пошук найбільш привабливих стратегій його розвитку в умовах інвестиційної уразливості шляхом розробки комплексу заходів для попередження подальшої кризової небезпеки.

Виклад основного матеріалу. Ефективність діяльності будь-якої господарської системи залежить від рівня продуктивного використання наявного власного чи залученого виробничого потенціалу. Адже потенційно рівновеликі вкладення капіталу можуть зумовити різні кінцеві результати використання залучених ресурсів.