

получать только заёмщики второго типа с меньшей производительностью.

Выводы

1. Рынок получателей кредитов весьма неоднороден. Банк не всегда имеет возможность определить точно тип заемщика.
2. В работе предложена модель, описывающая эту неоднородность. Данная модель основана на общем подходе теории контрактов, которая является частью информационной экономики.
3. В связи с неоднородностью рынка заемщиков и в связи с тем, что банком предъявлен ровно один контракт, который, как рассчитывает банк, возможно, подойдет всем заемщикам, данная модель при некоторых сочетаниях параметров демонстрирует так называемый неблагоприятный отбор.
4. Для того, чтобы избежать подобного явления необходимо предъявить два контракта - по одному для каждого типа и сформулировать дополнительные условия.

Источники и литература

1. С. Гурьев. Теория контрактов. Курс лекций. Российская экономическая школа, 2002. – С. 36.
2. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности: В 2 т.: Пер. с англ. / Ж. Тироль; Под ред. В.М. Гальперина, Н.А. Зенкевич; Ин-т "Открытое о-во". 2-е изд., испр. СПб.: Экон. шк., 2000. т 1. (Б-ка "Экон. шк."; Вып. 31). – С. 328
3. Храпко В. Н. Решение агента задачи принципал-агент в случае непрерывного типа агента // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского, 20(59). – №1, серия экономика, 2007. – С. 224-230.
4. Храпко В. Н. Моделирование контрактных отношений при аутсорсинге. // Культура народов Причерноморья. – № 133. – 2008. – С. 212 – 217.
5. S.P. Bolton, M. Dewatripont, Contract Theory, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London, England, 2004, pp. 724.
6. David Kreps, A Course in Microeconomic theory, New York and London, Harvester Wheatsheaf, 1990. – PP.
7. Bernard Solani, Theorie des contracts, Economica, 1994, pp. 141

Піюренко І.О.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПРОДОВОЛЬЧОГО ПІДКОМПЛЕКСУ РЕГІОНУ

ВСТУП. До галузей продовольчого підкомплексу належать м'ясна, молочна, цукрова, борошномельно-круп'яна, консервна, винопереробна, спиртово бродильна, тютюнова, олійна і крохмале-патокова та ін. Розвиток продовольчого підкомплексу потребує тісної інтеграції підприємств сільського господарства, машинобудування, яке постачає переробне технологічне устаткування, хімічної, мікробіологічної та харчової промисловості. Сформовані системи зв'язків між переробною і харчовою промисловістю, переробні галузі постачають сировину харчовій промисловості для подальшої її переробки, зокрема – спирт, олію, крохмаль, цукор тощо. Наявні зв'язки переробних підприємств з сільським господарством. Така інтеграційна єдність підприємств продуктового підкомплексу є однією з найважливіших складових загальнонаціональної системи будь-якої держави, її функція складається в оптимальному задоволенні потреб населення країни якісними, економічно й фізично доступними продуктами харчування при переважному продовольчому самозабезпеченні держави з корективами на участь у глобалізаційних процесах.

Сучасні імперативи такі, що обсяг споживання багатьох продовольчих продуктів населення України усе ще нижче науково обґрунтованих норм, а імпортна залежність перевищує припустимий критерій продовольчої безпеки, при цьому величина забракованих і знижених у сортності імпортних харчових товарів - велика. Харчовий раціон для значної частини населення дефіцитний по калорійності й по змісту білка, що є однією з основних причин зниження якості й тривалості життя українців і тягне негативні соціально-економічні наслідки в майбутньому.

Південні регіони України традиційно мають добре розвинені підприємства продуктового підкомплексу. Розвиток будь-якої системи, і продовольчого підкомплексу регіону, зокрема, багато в чому залежить від рівня управління. Ефективне управління, повинне ґрунтуватися на наукових підходах: системному, логічному, комплексному, глобальному, інтеграційному, відтворювально-еволюційному, структурному, директивному, ситуаційному [3, с. 58–94].

Основна частина. Системний підхід передбачає врахування основних законів системи, а саме [3, с. 50–57]: композиції, тобто узгодження загальної та ситуаційних цілей; пропорційності, що визначає високу якість продукції підприємств на всіх стадіях виробничого процесу; внутрішня пропорційність повинна поєднуватись із зовнішньою пропорційністю, тобто відповідним рівнем розвитку елементів зовнішнього середовища; врахування вузьких місць, де особлива увага приділяється найбільш слабкому елементу системи; онтогенезу, що враховує послідовність стадій життєвого циклу підприємств; інтеграції, що спрямовує систему на високий рівень організації і що дає можливість одержати синергетичний ефект; інформованості,

що виділяє інформаційне забезпечення як головну умову конкурентоспроможності; Стійкості, що висуває вимоги до побудови системи (статичний стан) і до її функціонування (динамічний стан).

Необхідність застосування системного підходу при управлінні продовольчим підкомплексом, спричинена: ускладненням внутрішньої структури об'єктів управління; розширенням і розгалуженням зв'язків, як на внутрішньому ринку, так і на зовнішньому; швидким і безперервним зростанням обсягу інформації; нестабільністю навколишнього середовища; посиленням конкурентної боротьби.

Безперечною перевагою системного підходу є спрямування на слабо структуровані проблеми, пошук оптимального варіанта їх вирішення [2, с. 151]. Такі проблеми виникають на рівні складних систем.

Складною економічною системою є підприємство продовольчого підкомплексу. Це система, що відрізняється наявністю численних різноманітних зв'язків, передусім інформаційних. Як і в будь-якій системі, тут існує ефект синергії: випуск продукції або надання послуги можливе тільки на рівні всього підприємства. До складу підприємства входить низка підсистем (служб, підрозділів), кількість і розмір яких залежить від його специфіки. Водночас підприємство є частиною більшої системи – галузі, економіки регіону, країни загалом.

Елементи системності містяться у всіх зазначених вище наукових підходах, визначаючи підприємство як систему або елемент глобальнішої системи (табл. 1).

На нашу думку, основними етапами системного управління підприємством продуктового підкомплексу є: визначення місця підприємства в галузі і регіоні, місії підприємства; постановка мети; декомпозиція системи на складові і детальне вивчення кожної підсистеми; виявлення факторів, що впливають на підсистеми і систему загалом, їх угруповання і ранжування; пошук відхилень існуючого стану системи від заданого; визначення об'єктивних і суб'єктивних причин відхилень; встановлення основних способів, методів і засобів приведення системи до заданого стану; пошук власних ресурсів, необхідних для вирішення проблеми; придбання додаткових ресурсів; реалізація запланованих дій; контроль і аналіз результатів.

Таблиця 1. Елементи системності в підходах до управління підприємством продуктового підкомплексу

Найменування підходу	Підприємство як		Елементи системності
	система	елемент під-комплексу	
1	2	3	4
Логічний	+	+	Об'єктивність. Всесторонність
Комплексний	+		Єдність економічного, техніко-технологічного, організаційного, соціального, екологічного аспектів управління
Глобальний		+	Підприємство як частина світової спільноти
Інтеграційний	+	+	Посилення взаємозв'язків підрозділів і служб підприємства. Розширення співробітництва підприємства на рівні населеного пункту, регіону, країни
Стандартизація		+	Раціональна уніфікація типорозмірів, підвищення взаємозамінюваності
Маркетинговий	+		Орієнтація діяльності підприємства на споживача як цільова спрямованість системи
Функціональний	+		Представлення продукту у вигляді сукупності функцій, що задовольняють потребу
Процесний	+		Управління підприємством – ланцюг взаємозв'язаних процесів
Відтворювально-еволюційний	+		Умова життєздатності системи – розвиток
Структурний	+		Ранжирування елементів системи за пріоритетністю
Директивний	+		Встановлення обмежень у напрямках розвитку і методах управління підприємством
Ситуаційний	+		Культивування гнучкості і адаптивності

В умовах ринкової економіки постійним і найважливішим завданням підприємств є відстежування економічного стану та досягнень партнерів, конкурентів. У вирішенні цієї проблеми першочергове значення має інформаційне забезпечення, що знижує міру невизначеності і дає змогу обґрунтувати те чи інше рішення. Зміст інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень, стисло відображено в таблиці 2.

Таблиця 2. Інформаційна база прийняття управлінських рішень

Управлінське рішення	Інформаційна база
1. Створення нового товару	Існуючий попит і тенденції його зміни. Стан інноваційно-інвестиційної бази і кадрового складу підприємства. Діяльність конкурентів. Продукція потенційних постачальників
2. Модифікація товару	Життєвий цикл товару. Елементи інформаційної бази створення товару
3. Впровадження нової техніки (технології)	Аналітико-синтетичний огляд досягнень НТП. Застосування інновації на підприємстві (виробнича, соціальна, економічна, екологічна позиції)

Підприємство, що прагне зберегти і збільшити свою конкурентоспроможність, повинно бути відкритим для інформації, що надходить із зовнішнього середовища, причому насамперед для інформації, що має стратегічне значення. Водночас необхідно вживати заходи до приховування власної інформації, важливої для конкурентів. Тому рекламні оголошення, виступи керівників на переговорах слід узагальнювати, не даючи імпульсів для зовнішніх інтерпретацій.

Висновки. Основним підходом при формуванні успішної системи управління підприємствами продовольчого підкомплексу є системний. Процеси безперервного зростання обсягу інформації, розширення і розгалуження зв'язків, як на внутрішньому ринку, так і на зовнішньому, нестабільність навколишнього середовища, посилення конкурентної боротьби вимагають управління продуктивним комплексом, як єдиною системою, однією з найважливіших складових загальнонаціональної системи держави, місія якої в оптимальному задоволенні потреб населення країни в якісних, доступних продуктах харчування.

Джерела та література

1. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление./ Фатхутдинов Р. А. – М., 2000.
2. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством: Навчальний посібник./ Василенко В. О. – К., 2002.
3. Кнорринг В. И. Теория, практика и искусство управления: Учебник для вузов по специальности «Менеджмент»./ Кнорринг В. И. – М., 2001.
4. Зигерт В., Ланг Л. Руководить без конфликтов. Сок-рац.: Перевод с нем./ Зигерт В., Ланг Л. – М., 1990.