

ріальному задоволенні їх потреб. В умовах переходу до ринкових відносин серед усіх категорій працівників підприємства значне місце посідають працівники служби маркетингу, завданнями яких є вивчення та аналіз ринку, розроблення та здійснення стратегії маркетингу і програми маркетингових дій, втілення в життя товарної та цінової політики.

Стимулювання маркетологів може здійснюватись у двох основних формах: систематичній та періодичній. Перша проходить за результатами щорічних атестацій, на яких згідно з прийнятою процедурою оцінюються особисті досягнення в роботі, результати професійного росту за звітний період тощо. За результатами такої атестації можна встановити посадовий оклад на наступний рік і здійснити певні посадові переміщення. При цьому можна використовувати різні системи оцінювання, які враховують специфіку підприємства, його традиції, а також анкетні дані атестованого (освіту, стаж роботи на підприємстві, відповідність між попередніми заохоченнями працівника та його наступними досягненнями).

Періодичне стимулювання слід здійснювати за результатами поточної роботи. Воно включає не лише оцінку праці і досягнень маркетолога, але і результати роботи його підрозділу і служби в цілому. За результатами оцінювання трудового внеску працівнику встановлюється настільки висока зарплата, що він вже працює, в основному, заради творчості і результатів, а не заради додаткової премії. Сьогодні більшість підприємств (їх керівники) прагнуть, щоб у їх підрозділах і службах було якомога більше таких працівників.

И. В. Кокарев, канд. экон. наук, доц.,
Киевский национальный экономический университет

К ВОПРОСУ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТОВАРНОГО РЫНКА

Функционирование товарного рынка происходит на основе формальных организационных структур, которые составляют ядро нормативной модели социально-экономической системы. Нормативная модель товарного рынка создает условия для эффективного функционирования рыночного механизма путем формирования конкурентной среды. При этом она ориентирует субъектов рынка на наиболее эффективное использование экономических ресурсов.

Однако, поскольку рыночный механизм имеет определенные недостатки, а результаты его функционирования носят вероятно-

стний характер, реальна модель товарного ринку постійно відхиляється від нормативної. Величина цього відхилення обумовлена неформальними організаційними структурами. В результаті цього поряд з офіційним виникає неофіційний товарний ринок.

Размери неофіційного товарного ринку в значительній мірі залежать від стану нормативної моделі. Особливо розширюється неофіційний ринок в період трансформації економіки (як це має місце в теперішній час в Україні).

Проведені дослідження показують, що неофіційна частина ринку України становить приблизно половину від його загального розміру. Це викликане різними причинами, з яких основними можна вважати наступні:

- високий рівень оподаткування;
- недосконале і часто змінюване законодавство;
- надмірне регулювання підприємницької діяльності;
- низький рівень виконавчої дисципліни.

Неофіційний ринок знижує ефективність функціонування економіки. Тому необхідно знизити його рівень шляхом удосконалення нормативної моделі функціонування товарного ринку.

*І. Ю. Кондрат, асистент,
Н. О. Микитюк, аспірант,
НУ «Львівська політехніка»*

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГНОЗУВАННЯ НА МАЛОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

У діяльності керівників малих підприємств одне з основних місць посідає прийняття рішень. Якістю цих рішень визначається рівень підприємства, можливість його виживання, розвиток у сучасному діловому світі. Найскладнішими і найважливішими в управлінській практиці є нестандартні рішення, які приймаються в умовах невизначеності, тобто коли невідома значна частина необхідної інформації й наслідки таких рішень важко передбачити. Підґрунтям для прийняття їх є прогнози.

Прогнозування базується на інформації, яка може бути отримана з використанням первинних і вторинних даних. Первинні дані отримують у результаті спеціально проведених досліджень щодо конкретної проблеми. Їх збирання здійснюється шляхом опитувань, спостережень, експериментів. Вторинні дані збира-