

ринального анализа трансформуються в апарат производственной функции, которая выглядит уже как система уравнений маржинальных издержек МС и средних издержек АС для данного бизнес-процесса реального предприятия.

Литература

1. Гальперин В. М. Штрихи к портрету производственной функции // Экономическая школа. — 1993. — Вып. 3. — С. 6—11.
2. Гладышевский А. И. Производственные функции, их построение и применение // Экономика и математические методы. — 1966. — Т. II. — Вып. 4.
3. Грабовецький Б. Є. Виробничі функції: теорія, побудова, використання в управлінні виробництвом: Монографія. — Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2006. — 137 с.
4. Грабовецький Б. Є., Мороз О. В., Савчук Л. М. Виробнича функція як засіб вдосконалення економічних досліджень // Вісник Вінницького політехнічного інституту. — 2006. — № 2. — 12—25 с.
5. Клейнер Г. Б. Производственные функции: теория, методы, применение. — М.: Финансы и статистика, 1986. — 239 с.
6. Основы математической экономики // Сайт математического факультета Кемеровского госуниверситета КемГУ // URL: <http://www.math.kemsu.ru/faculty/kmc/book/matekon.html>
7. Туккель И. Л. Производственная функция в управлении проектами // URL: www.ii.spb.ru/material/methodical_m/m_4_2/2_4_12_Production%20functions.pdf
8. Фандель Г. Теорія виробництва і витрат / Пер. з нім. під керівництвом і наук. ред. М. Г. Грещака. — К.: Таксон, 2000. — 520 с.
9. Уолтерс А. А. Производственная функции и функции затрат: экономический обзор // Вехи экономической мысли. Теория фирмы. Т. 2. Под ред. В. М. Гальперина. — СПб.: Экономическая школа, 1999. — 292 с.
10. Akerberg D. A., Caves K., Frazer G. Structural identification of production functions // Social science research network (SSRN) // URL: <http://ideas.repec.org/a/fip/fedrew/y1997iiwinp51-83.html>

УДК 658.114.5

Г. В. Махова, ст. викл. кафедри стратегії підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬЯНСІВ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

У доповіді розглядаються основні цілі вступу вітчизняних підприємств до альянсів національного та міжнародного характеру, а також визначені основні економічні, політичні та правові умови їх функціонування. Описані основні проблеми зовнішнього та внутрішнього характеру, що обмежують поширення альянсів в Україні.

General goals of formation of national and international strategic alliances by Ukrainian companies are defined in thesis. Economical, political and legal conditions and external and internal problems of alliances's functioning and development in Ukraine are described.

Стратегічні альянси підприємств — явище відносно нове в економіці України. Перші альянси в нашій країні з'явилися на початку 2000-х років, але з того часу ставлення до них з боку вітчизняних управлінців суттєво змінилось. Формування перших стратегічних альянсів мало політичний відтінок та було пов'язано із лобіюванням бізнесових інтересів власників підприємств в органах влади. На теперішній час створення альянсів розглядається менеджерами як один із шляхів розвитку підприємства, ефективний спосіб набуття конкурентних переваг та формування компетенцій компаній. Стратегічні альянси, завдяки можливості спільного використання партнерських ресурсів, дозволяють учасникам досягти певних цілей, реалізація яких самотійно ускладнена або неможлива.

Українські підприємства в останні роки стають активними учасниками процесу формування стратегічних альянсів як національного, так і міжнародного характеру. Серед цілей, які найчастіше підприємства прагнуть реалізувати, вступаючи до альянсів, можна виділити економію витрат, розширення асортименту продукції, вихід на нові географічні ринки, освоєння новітніх технологій та маркетингових методик зарубіжних партнерів. Перспективи формування стратегічних альянсів за участю вітчизняних підприємств оцінюються по-різному. Щодо міжнародних альянсів, на думку деяких експертів, саме через них, а не через злиття та поглинання, в найближчі роки буде відбуватися вихід іноземних компаній на українські ринки. Зокрема, іноземні компанії може приваблювати знання українських компаній місцевих ринків, специфіки ведення бізнесу, налагоджена система бізнесових зв'язків. У разі приходу закордонних компаній на українські ринки, вони представляють інтерес для вітчизняних підприємств як джерело нових знань, технологій, людських та фінансових ресурсів, а також через можливість здійснення діяльності під ім'ям іноземної компанії. Українським підприємствам альянси з інозем-

ними партнерами полегшують вихід на іноземні ринки, забезпечують ринки збуту продукції.

Деякі фахівці висловлюють більш критичну думку щодо поширення стратегічних альянсів вітчизняних та іноземних компаній. Труднощі інституціонального характеру та міжфірмової взаємодії обумовлюють проблеми розвитку таких альянсів. Невідповідність практики ведення бізнесу в Україні світовим стандартам, нерівність конкуренції, регулювання підприємницької діяльності, втручання влади в діяльність підприємств обмежує поширення стратегічних альянсів. Негативну роль у зниженні при-вабливості українських підприємств як стратегічних партнерів для іноземних компаній відіграють також політична нестабільність у країні та непрозорість законодавства.

Труднощі міжфірмової взаємодії можуть бути обумовлені відмінністю національних та корпоративних культур. Значні відмінності у цінностях компаній ускладнюють формулювання місії, визначення цілей, стратегії альянсу; різні підходи до ведення бізнесу можуть створювати труднощі у функціонуванні альянсів, підсилювати які можуть неузгодженість цілей підприємств-партнерів на етапі формування стратегічного альянсу та різне бачення реалізації спільної мети. Опортунізм цілей партнерів, цілей підприємств-учасників та мети формування альянсу, прагнення кожної компанії забезпечити досягнення індивідуальних цілей також ускладнює функціонування альянсу. Труднощі у співробітництві можливі через значні відмінності у розмірі компаній, оскільки більша компанія може зайняти позицію «старшого партнера» та диктувати умови спільної діяльності. В такому разі компанія — молодший партнер частково втрачає свою незалежність, відносини між учасниками стають нерівноправними, а альянс постигає невдача. Такі проблеми спільної діяльності підприємств властиві і для національних стратегічних альянсів. Крім того, досить часто керівники вітчизняних компаній вважають основою альянсу особисті відносини і сприймають відносини підприємств у рамках альянсу як «дружні». Через це не укладаються угоди, в яких має бути зафіксовані місія альянсу, основні цілі та терміни їх досягнення, вклад та відповідальність кожної сторони, розподіл результатів функціонування стратегічного альянсу, порядок розв'язання спорів та інше. Вирішення проблем, що можуть виникати при формуванні та функціонуванні альянсу, ускладнюється відсутністю визначення у законодавстві такої форми міжфірмової взаємодії.

Отже, основні проблеми розвитку альянсів в Україні можна поділити на зовнішні, на які підприємства не можуть вплинути, зокрема проблеми правового, політичного, загальноекономічного характеру, та внутрішні, пов'язані із труднощами взаємодії підприємств — учасників альянсу.

Література

1. Когда и зачем создавать альянсы // Инвестгазета. — 2003. — 2—8 декабря. — № 48.
2. Шкляр С., Абрамов Я. Процессы М&А в Украине, проблемы и перспективы: на пути к цивилизации // Слияния и поглощения в Украине. Специальное приложение. — 2007. — № 1—2 (47—48). — С. 150—154.

УДК 331

М. Б. Махсма, канд. екон. наук, доц.,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

КОМПЕНСАЦІЙНИЙ ПІДХІД У МАТЕРІАЛЬНОМУ СТИМУЛЮВАННІ ПРАЦІВНИКІВ

Розглянуто досвід застосування підприємствами компенсаційних пакетів у матеріальному стимулюванні працівників. Висвітлені основні принципи розробки ефективного компенсаційного пакету.

Experience of application by the enterprises of compensative packages is considered in material stimulation of workers. The basic principles of development of effective compensative package lighted up.

В економічній літературі при вивченні системи матеріального стимулювання усе більшого розповсюдження набуває компенсаційний підхід. Основними категоріями останнього є: соціальний пакет, компенсаційний пакет, компенсаційні виплати, сумарна оплата праці. Слід відмітити, що первинно перші два терміни існували для визначення виплат та компенсацій понад заробітну плату. Так, згідно трудового законодавства компенсаційний пакет — це виплати, які здійснюються працівникам за невикористання ними відпустки, зношування особистих інструментів і будь-які інші незручності пов'язані зі специфікою роботи.

Соціальний пакет, за економічним словником, — це сукупність послуг, або товарів, які надаються роботодавцем робітнику як частина компенсації за працю, понад заробітну плату.