

У США з 1954 р. по 2002 р. було здійснено п'ять амортизаційних реформ, після кожної відбувалося прискорення інвестиційної діяльності і збільшення амортизаційних відрахувань в загальних інвестиціях. Їх доля за 1950—2008 рр. зросла з 18 до 74,2 % [4].

Спираючись на власний та іноземний досвід та пам'ятаючи, що амортизація є процесом формування і використання фонду, призначеного на відшкодування зношення, можна сформулювати базові принципи амортизаційної політики, щодо забезпечення сталого відтворювального процесу: 1) обмежене втручання держави в процес відшкодування основного капіталу; 2) наявність самостійного вибору методів нарахування амортизації; 3) законодавчо визначені норми амортизації для груп основного капіталу; 4) стимулювання до інвестування шляхом надання пільг у формі прискореної амортизації; 5) застосування гнучкої системи ринкової оцінки і переоцінки вартості основного капіталу з урахуванням параметрів, які генерують товарно-фінансові потоки; 6) контролювання цільового використання амортизації.

Література

1. Сенчагов В. К., Остапенко В. В., Міляєв В. А. Амортизаційний фонд в умовах розширеного відтворення. — М., 2005. — С. 117.
2. Іванов Ю. М. Співвідношення екстенсивних та інтенсивних процесів в розширеному відтворенні. — М., 2000. — С. 123.
3. Ігоніна Л. Л. Амортизаційна політика стимулювання інвестиційної діяльності. — М., 2008. — С. 461.
4. Соколов М. Амортизаційна політика і диверсифікація економіки // Економіст. — 2010. — № 10. — С. 20—24.

О. М. Гребешков, асистент кафедри стратегії підприємств,
Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»,
пр. Перемоги 54/1, ауд. 243, м. Київ, Україна, 03680,
e-mail: aleksey.grebeshkov@spkneu.org

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегічний набір організації чинить певний вплив на складність та активність процесу інформаційного пошуку, який повинен забезпечити такий об'єм, якість і зміст інформації та якість її обробки, що підтримував би здатність підприємства реалізову-

вати та розвивати обрану стратегію, досягати своїх стратегічних цілей. Зазначене обумовлює доцільність взаємоузгодження елементів бізнес-стратегії із елементами інформаційної стратегії, що включає поєднання та конфігурацію елементів стратегічного набору (у т.ч. інформаційної стратегії), підсистем операційної системи підприємства, бізнес-процесів, організаційної структури та інформаційної інфраструктури таким чином, який дозволив би цим елементам створити єдину візію та досягти синергійного ефекту при досягненні стратегічних цілей [1]. Виходячи із зазначеного вище, вважаємо за доцільне виокремити чотири основні типи стратегічного взаємоузгодження, які пов'язані з імплементацією інформаційної стратегії (рис. 1).



Рис. 1. Схематична модель імплементації інформаційної стратегії підприємства

Імплементація інформаційної стратегії в систему підприємства відбувається завдяки відповідному організаційно-економічному механізму, який дозволяє спланувати способи впорядкування процесів впровадження інформаційної стратегії на підприємстві.

Пропонуємо під організаційно-економічним механізмом розробки та впровадження інформаційної стратегії підприємства розуміти складову системи стратегічного управління підприємства, що покликана забезпечувати керований вплив на зовнішні і внутрішні фактори та елементи системи підприємства, від яких залежить реалізація його інформаційної стратегії.

Формування організаційно-економічного механізму розробки та впровадження інформаційної стратегії підприємства доцільно здійснювати на основі принципу самоорганізації при одночасній орієнтації на дотримання основних принципів синергетики як базової теорії самоорганізації. В структуру організаційно-економічного механізму повинні бути закладені механізми циклічної самопідтримки та саморозвитку процесів формування та адаптації стратегії. Організаційно-економічний механізм повинен, на наше переконання, будуватись як такий, що має структуру з поліцентричним розподілом повноважень, де кожен керується певним набором правил.

Організаційно-економічний механізм розробки та впровадження інформаційної стратегії підприємства повинен забезпечувати виконання наступних цільових установок:

- системність процесу розвитку підприємства, який забезпечує високий рівень адаптивності до динамічного інформаційного економічного середовища;

- зацікавленість усього персоналу підприємства (в першу чергу — менеджменту) у безперервному процесі розвитку інформаційної підсистеми підприємства та підприємства в цілому;

- підтримка принципів саморозвитку, саморегулювання та самоконтролю в ході процесі розробки та впровадження інформаційної стратегії підприємства;

- високу ефективність процесів інформаційного забезпечення прийняття управлінських і господарських рішень, яка оцінюється як зменшення ступеню невизначеності інформаційного економічного середовища та підвищення ступеню впливу на нього, якщо у підприємства є така необхідність;

- високу активність усіх учасників процесу стратегічного управління інформацією та особисту зацікавленість персоналу у підвищенні кількісних та якісних показників діяльності та конкурентоспроможності підприємства;

- формування організаційної культури підприємства, яка б відповідала рівню розвитку інформаційної компетенції підприємства та сприяла підвищенню даного рівня.

Література

1. The Leadership Context [Електронний документ] // Режим доступу: <http://www.strategicalignment.ca/saihome.php>

Т. С. Домашенко, аспірант кафедри економіки підприємств,
Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»,
пр. Перемоги 54/1, ауд. 243, м. Київ, Україна, 03680,
e-mail: tanywa_07@inbox.ru

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Дослідження української моделі корпоративного управління дозволяють нам зробити висновки, що одним з проблемних її аспектів є притаманний вітчизняним господарюючим суб'єктам неналежний рівень розвитку корпоративної культури. Це питання є досить актуальним, оскільки саме корпоративна культура виступає основою формування національної моделі корпоративного управління, одним з головних інструментів урегулювання інтересів ключових учасників корпоративних відносин, одним з елементів механізму формування фінансових результатів організації, є передумовою соціально-спрямованого підприємництва, позитивно впливає на ділову репутацію фірми та, як наслідок, зростання її вартості. Саме тому в нашому дослідженні ми спробуємо визначити напрямки розвитку корпоративної культури вітчизняних підприємств у межах національної моделі корпоративного управління.

Основними рисами корпоративної культури, що вплинули на формування національної моделі корпоративного управління підприємства, були:

- використання в управлінні підприємствами з боку менеджерів і/або впливових зовнішніх акціонерів поведінки, притаманної приватним власникам;
- зневажання ними моральних категорій довіри, вірності сліву, сумлінності;
- відсутність у населення бажання стати акціонерами за рахунок вкладення власних заощаджень;
- недостатньому вмінні прогнозувати наслідки володіння корпоративними правами;