

нні дати відповідь на дві групи питань: Загальні (ринок, конкуренти, бізнес-модель, стратегія та час) та Специфічні (команда, ко-інвестування, вихід з проекту, прибутки, масштабність). Інвестори завжди намагаються знайти гарні бізнес-проекти з великої кількості бізнес-ідей, проте вони мають бути уважними при виборі реальних проектів. У цьому їм можуть допомогти дані групи питань. У свою чергу підприємствам необхідно ставити перед собою завдання, відповідні до їх можливостей і потреб. Даних підхід, як і вся група, базуються виключно на експертних оцінках, що збільшує похибку показників, а також не враховує фінансові характеристики. Саме тому необхідно розробити інструмент, який поєднає у собі обидва методи. Таким інструментом може виступати методика, в якій паралельно з розрахунком переліку фінансових, маркетингових показників визначається іміджева та суб'єктивна складова. Окремо необхідно враховувати загальну інвестиційну привабливість країни та виду діяльності, а якщо оцінювання проводиться для підприємств всередині — то інвестиційну привабливість регіону. На наступному етапі здійснюється нормалізація всіх оцінених характеристик і визначається загальна оцінка підприємства. Перевагою є гнучкість процесу оцінювання, тобто можливість підібрати для кожної галузі власний набір показників (окрім базової складової), які кращим чином опишуть специфіку його функціонування. Можливість порівнювати між собою підприємства різних розмірів, напрямків діяльності, країн без суттєвої втрати якості. Серед недоліків залишається похибка від експертних оцінок, проте, вона буде скоригована на раціональні фінансові показники.

Література

1. Clint Korver «Applying Decision Analysis to Venture Investing» -[електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.kauffmanfellows.org/journal_posts/applying-decision-analysis-to-venture-investing/
2. Juan Roure «Ten Key Questions when Evaluating an Investment Opportunity: the Business Angel Approach» — [електронний ресурс] — Режим доступу: <http://blog.iese.edu/entrepreneurship/2013/12/03/ten-key-questions-when-evaluating-an-investment-opportunity-the-business-angel-approach/>
3. Khakimdzhon Aminov, Maria Kossukhina «The Application of the Analytic Hierarchy Process for Multicriterion Evaluation of the Enterprise's Investment Attractiveness» -[електронний ресурс] — Режим доступу: <https://fruct.org/publications/abstract12/files/Ami.pdf>
4. Лупак Р. Л. Управління покращенням інвестиційного забезпечення підприємств / Р. Л. Лупак, І. М. Польова, В. Г. Васильців // Бізнес Інформ. — 2015. — № 12. — С. 88—92.

УДК:005.412:658

lider.khneu@gmail.com

Гонтарева Ірина Вячеславівна
д.е.н., професор, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Україна

Gontareva Irina V.
DS(E), professor, S. Kuznets KhNEU, Ukraine

ЕФЕКТИВНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

EFFICIENCY OF ORGANISATION CAPITAL OF ENTREPRENEURSHIP

Анотація. Стратифікована багаторівнева ієрархічна структура з індивідуальних інтересів, взаємних очікувань, звичок, рутин, компетентностей, ресурсів і компетенцій формує організаційний капітал різних форм підприємницької діяльності.

Ключові слова: підприємництво, ефективність, інтереси, очікування.

Summary. Stratified multi-level hierarchical structure of individual interests, mutual expectations, habits, routines, competences, resources and competencies form the organizational capital of various forms of entrepreneurship.

Key words: efficiency, interests, expectations.

Підприємницька діяльність формує соціально-економічне і техніко-технологічне середовище для реалізації індивідуальних інтересів і взаємних очікувань у процесі колективної діяльності. Таке середовище передбачає наявність рекурсивно організованих правил і ресурсів, у тому числі професійних компетентностей [1]. Ресурсно найзабезпеченіші інтереси певних членів структурованої групи стейкхолдерів викликають, точніше повинні викликати, раціональні реактивні очікування і дії інших членів групи. Багаторазово повторюючись очікування і дії стають звичками на рівні індивідуумів і рутинами — на рівні організаційних форм підприємництва. Звичка і рутина не виключають поведінкову свободу і цілеспрямованого осмислення різних ситуацій, але є обов'язковою складовою процесу прийняття рішень [2].

За визначенням Дж. Ходжсона [3], звички — це приховані переваги до сценаріїв поведінки, які реалізуються при наявності відповідних стимулів і контексту. Певним аналогом звич-

ки на рівні організації є рутина. Однак рутина близька і до поняття функції, як певної діяльності, що виконується індивідом у рамках поділу праці. Тому під рутиною будемо розуміти індивідуальні звичні особливості способу реалізації функції, при необхідному і достатньому рівні первинних компетентностей і компетенцій. Стратифікована багаторівнева ієрархічна структура з індивідуальних інтересів, взаємних очікувань, звичок, рутин, компетентностей, ресурсів і компетенцій формує організаційний капітал різних форм підприємницької діяльності. При цьому, згідно з правилами Нобелівського лауреата Р. Сперрі [4], емерджентні властивості на вищих рівнях існують завдяки каузальних процесів на нижчому рівні.

В організаційного капіталу з'являються додаткові якісні характеристики, пов'язані зі спрямованістю на конкретний результат. Трансформація полягає у відносному замиканні комунікаційних зв'язків; зниженні їх числа і підвищенні інтенсивності; при цьому комунікаційні зв'язки підсилюють свою координуючу значимість — обмін правами і обов'язками, і обмежують значимість обміну особистою інформацією і емоціями.

Необхідно також враховувати, що організаційний капітал формалізує і абсорбує частину людського капіталу. За визначенням С. Боумана [5], якщо знання міститься тільки в голові конкретної людини, то це людський капітал. Якщо цим знанням може користуватися будь-який співробітник підприємства, то це вже організаційний капітал. На цій підставі Д. Норт [6] звужує поняття організаційного капіталу до інституалізованого знання. Однак, автор цього дослідження дотримується ширшого розуміння організаційного капіталу. Т. Стюарт [7] відносить до організаційних знань ті, які можуть бути використані вільно або з обмеженнями на інтелектуальну власність, а саме: технології, винаходи, масиви даних, публікації, стратегії, структури, організаційні регламенти до операцій, а також культуру відносин і комунікацій. В якості базового розуміння організаційного капіталу приймемо визначення Р. Гранта [8]: організаційний (структурний) капітал виступає як частина ресурсів підприємства, що дозволяють ефективно інтегрувати фактори виробництва і праці. Передумовами для виділення організаційного капіталу в самостійну категорію є необхідність формування комплексного механізму створення додаткової вартості за рахунок підвищення якості соціальних і виробничих відносин у взаємодії з людським капіталом.

Призначення організаційного капіталу не тільки сформувати комунікаційні канали колективної діяльності, але направляти цю діяльність на отримання результату, що дозволяє забезпечити тривале і стійке існування даного колективу і суспільства в цілому. По ходу діяльності людський капітал за допомогою організаційного капіталу, матеріальних і техніко-технологічних ресурсів упредметнюється в продукт, який споживається суспільством [9, с. 9].

Ефективність організаційного капіталу досягається шляхом забезпечення сумісності за кількістю і якістю між результатом і засобами його досягнення. Така сумісність повинна досягатися в кілька етапів: 1) продукція і / або послуги повинні поєднуватися по номенклатурі, кількості, якості і поставлений витрат до суспільних потреб; 2) вимоги до продукції повинні відповідати можливостям техніко-технологічної бази підприємства та трудового потенціалу; 3) можливості техніко-технологічної бази і людського капіталу повинні поєднуватися між собою; 4) доходи від господарської діяльності повинні забезпечувати розширений відтворювальний цикл, що досягається за рахунок виконання першого етапу. Послідовність етапів відображає перенесення рівня суспільних вимог до продукції на якість організації виробництва, а цикл відтворення передбачає пошук компромісу між бажаним і можливим.

Оцінювання ж системної ефективності з урахуванням інтересів і очікувань різних груп стейкхолдерів можливо здійснювати за допомогою методу аналізу ієрархій.

Література

1. Giddens A. Profiles and critiques in social theory / A. Giddens. — California: University of California Press, 1982. — 239 p.
2. Wood W. Habits in everyday life : Thought, emotion and action / W. Wood, J. M. Quinn, D. A. Kashy // Journal of Personality and Social Psychology. — 2002, Vol. 83, № 6. — P. 1281–1297.
3. Hodgson G. M. Institutions and Individuals. Interaction and Evolution / G. M. Hodgson // organization studies. — 2007, Vol. 28, № 1. — P. 95–116.
4. Sperry R. W. In defense of mentalism and emergent interaction / R. W. Sperry // Journal of Mind and Behavior. — 1991, Vol. 12, № 2. — P. 221–246.
5. Bowman C., Swart J. Whose Human Capital? The Challenge of Value Capture When Capital is Embedded // Journal of Management Studies, Volume 44, Issue 4, June 2007. — P. 488–505.
6. North D. C. Institutions, Institutional Change and Economic Performance, Cambridge University Press, 1990. — 152 p.

7. Stewart T.A. Intellectual Capital: The new wealth of organization. — Doubleday New York, NY, USA. — 1997. — 288 p.
8. Grant, R. (2002). The Knowledge-Based View of the Firm. In Choo and Bontis (Eds.) The Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge, New York: Oxford University Press, P. 133-148.
9. Bounfour A. Organisational Capital: Modelling, Measuring and Contextualising, Routledge, 2009. — 293 p.

УДК 338.43:339.13

vgranovska@ukr.net

Грановська Вікторія Григорівна

докторант

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет», Україна

Hranovska Victoriya H.

Assistant professor,

SHEE «Kherson State Agricultural University»,
Ukraine

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ФОРМ АГРОПІДПРИЄМНИЦТВА

PROSPECTS THE DEVELOPMENT OF SMALL FORMS OF AGRICULTURAL ENTREPRENEURSHIP

Анотація. Розглянуто теоретичні підходи та практичні аспекти забезпечення конкурентоспроможного розвитку суб'єктів аграрного сектору в умовах інтеграції та глобалізаційних зрушень. Проаналізовано процес адаптації національного аграрного сектору до вимог світового ринку, в тому числі у напрямі впровадження інноваційних форм господарювання на селі, досліджено перспективи розвитку малих форм організації виробництва.

Ключові слова: аграрні підприємства, альтернативні форми господарювання, інноваційні формування, підприємництво

Summary. The article studies the theoretical approaches and practical aspects of ensuring the competitive development of agricultural entities under conditions of integration and globalization changes. The adaptation process of the national agrarian sector to the world market requirements including the introduction of innovative forms of management in the village is analysed, the prospects of development of small scale forms of production organization.

Keywords: agricultural enterprises, alternative forms of economic activity, innovative formations, innovative development, competitive development

Перехід до ринку в аграрному секторі економіки вимагає розвитку вільного підприємництва, що сприяє активізації структурної перебудови економіки, створенню додаткових робочих місць, забезпеченню швидкої окупності витрат, оперативному реагуванню на зміни споживчого попиту. На заваді активному розвитку підприємництва в Україні стоять: відсутність або недостатність первинного капіталу; низький рівень підприємницької активності, що носила б довгостроковий характер; низький рівень технологічної оснащеності виробництва; правова незахищеність і недостатність інституційного забезпечення. Основними принципами підприємництва є: використання різноманітних форм власності, господарювання і розмірів підприємств; переважний розвиток малого підприємництва; збереження і раціональне використання наявної матеріально-технічної бази виробництва продовольства. Сьогодні в процесі управління аграрними підприємствами в Україні не можна не враховувати вплив глобалізації, міжнародної економічної інтеграції та торговельної лібералізації. Ці умови є незвичайними при функціонуванні сільськогосподарських формувань, що в більшості своїй орієнтовані на традиційні методи менеджменту, форми господарювання, способи виробництва. В таких умовах розробка та прийняття стратегічних рішень щодо удосконалення форм і методів управління підприємством є одним із ключових факторів формування їх ринкової конкурентної позиції на зовнішньому ринку. За даними Державної служби статистики на початок 2016 року в Україні функціонувало 51926 аграрних підприємств різних організаційних форм і типів власності, що майже на 8 % менше проти 2012 року. Із них переважну більшість займають фермерські господарства 38850 одиниць або 74,5 %. Меншою за 1 % є частка підприємств державної форми власності — 241 одиниця і виробничих кооперативів — 596 одиниць.

Традиційними в національній науковій думці є питання обґрунтування оптимальної за структурою та розміром форми господарювання та можливість адаптації світового досвіду ведення дрібнотоварного або альтернативного господарства. Так, професор В.Г. Галанець [5] в своїй оцінці малих форм господарювання виходить з того, що в умовах кризи вони мають такі конкурентні переваги перед великотоварними сільськогосподарськими підприємствами: не вимагають капіталовкладень, легше пристосовуються до умов ринку, але ці переваги тимчасові, а недоліки глобальні: за своїми розмірами та рівнем технічної оснащеності вони не спроможні освоювати досягнення науково-технічного прогресу. Багато авторів відносять до переваг малих форм господарювання такі переваги: чутливість до змін у ринковому просторі