

Отже, розгляд потенціалу логістики та її складників обумовлено потребою розроблення механізму оцінки можливості застосування сучасних економічних підходів в практичній діяльності підприємства. Оцінка потенціалу логістики дасть змогу виявити приховані резерви в розвитку підприємства, а отже – збільшити віддачу від більш обґрунтованого застосування сучасних економічних інструментів, а включення електронної комерції як складника логістичної системи дасть змогу підвищити ефективність логістичних процесів та отримати такий економічний ефект, як скорочення витрат і часу в сферах виробництва та обігу.

Література

1. Крикавський Є. Логістика. Для економістів. – Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2004. – 448 с.
2. Л.Б. Миротин, И.Е. Тишбаев, О.Г. Порошина. Эффективная логистика. – М. : Изд-во "Экзамен", 2003. – 160 с.
3. Горелик С. Управление персоналом начинается с разработки миссии // Управление персоналом. – 2002. – № 3 (68). – С. 13-17.
4. Семенко А.И., Сергеев В.И. Логистика. Основы теории. – СПб. : Изд-во "Союз", 2001. – 544 с.
5. Родников А.Н. Логистика: терминологический словарь. – 2-е изд. [исправл. и доп.]. – М. : Изд-во "ИНФРА-М", 2000. – 352 с. (Библиотека словарей ИНФРА-М).
6. Смахов А. Новое научное направление или новая панацея // Материально-техническое снабжение. – 1990. – № 1.

УДК 658. 14

*Доц. В.П. Лешчук, канд. екон. наук – Тернопільський
національний економічний університет*

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО КАПІТАЛУ ФІНАНСОВО-ПРОМИСЛОВИХ ГРУП У РИНКОВИХ УМОВАХ

Досліджено особливості формування фінансового капіталу фінансово-промислових груп у ринкових умовах. Встановлено, що об'єднаний фінансовий капітал учасників групи, який виділяється суб'єктами господарювання, об'єднуються на договірних умовах з метою реалізації інвестиційних та інших проектів, підвищення ефективності фінансових та виробничих операцій, і отримання максимального доходу як групи загалом, так і окремих її учасників.

Ключові слова: ринок, ринкові відносини, капітал, фінансовий капітал, фінансово-промислова група.

Assoc. prof. V.P. Leshchuk – Ternopil national economic university

Forming of financial capital of financially industrial groups is in market conditions

The features of forming of financial capital of financially industrial groups are probed in market conditions. It is set that the financial capital of participants of group, which is selected the subjects of menage is incorporated, unite on contractual terms with the purpose of realization of investment and other projects, increase of efficiency of financial and production operations, and receipt of maximal profit of both group on the whole and its separate participants.

Keywords: market, market relations, capital, financial capital, financially industrial group.

Актуальність проблеми. Для вирішення інвестиційних та інших проблем суб'єкти господарювання утворюють різні форми об'єднань. При цьому потрібно врахувати економічні інтереси кожного члена такого об'єднання. Вони повинні залежати від вкладу кожного в сукупності капітал об'єднання. Тому, насамперед, треба чітко визначити теоретичні аспекти формування капіталу, зокрема фінансового об'єднання (у нашому дослідженні – фінансово-промислової групи).

Аналіз останніх наукових досліджень. Фінансово-промислові групи (ФПГ) є досить розвиненою формою об'єднань підприємницьких систем. Водночас, у формуванні фінансового капіталу ФПГ є певні особливості, на які впливає багато чинників, зокрема і ринкові відносини. Питання сутності ринку та ринкових відносин досліджено у вітчизняній економічній літературі досить широко, що зумовлене формуванням ринкових відносин у кожній країні.

Мета роботи – дослідження сутності фінансового капіталу фінансово-промислових груп та його формування в ринкових відносинах.

Категорія "ринок" зараз, мабуть, є найпопулярнішою в економічній літературі. Значною мірою це зумовлено формуванням ринкових відносин в Україні та їхнім подальшим удосконаленням у світі. Подібне, але ширше трактування ринку подають В.Д. Базидевич та К.С. Базидевич: "Ринок – система економічних відносин, пов'язаних з обміном товарів та послуг на основі широкого використання різноманітних форм власності, товарно-грошових та фінансово-кредитних механізмів" [1, с. 55].

Дещо по-іншому трактується ринок в Економічній енциклопедії, а саме як "сукупність умов, завдяки яким покупці і продавці товарів (послуг) вступають в контакт один з одним з метою покупки або продажу товару. Або як абстрактний чи дійовий простір, на якому взаємодіють пропозиція і попит на ті або інші блага і способи їх взаємодії" [2, с. 696]. Тобто, як бачимо, ринок трактують як взаємодію покупців і продавців і дуже звужену мету цієї взаємодії.

Детальніше, на нашу думку, трактування "ринку" і точніше визначення його сутності та структури наведено в Економічному енциклопедичному словнику: "Ринок – регульована сукупність економічних відносин між фінансовими та юридичними особами – суб'єктами різних типів господарства з приводу організації та купівлі – продажу різноманітних товарів і послуг відповідно до законів товарного виробництва" [3, с. 250]

Крім цього, у сучасній економічній літературі поняття ринку часто розглядають як тотожне до таких понять, як "ринкова економіка", "ринкове господарство." Так, В.Я. Бобров зазначає, що "ринкове господарство – це структура (середовище), в межах якої відтворюються і межують відносини та зв'язки товарного виробництва" [4, с. 285]. Тобто це трактування значною мірою збігається з наведеними раніше визначеннями ринку. Треба мати на увазі, що між цими термінами є певні відмінності, але вони не є предметом нашого дослідження.

Економічні відносини завжди проявляються як певні економічні інтереси (усвідомлювані людиною потреби, спонукальні мотиви господарської

діяльності). Ринок, швидше за все, є взаємодією (а інколи протидією) економічних інтересів суб'єктів господарської діяльності. Тому поняття "ринок", ймовірно, буде тотожним поняттю "ринкові відносини."

Виходячи з цього, поняття "ринок" можна розглядати як у вузькому, так і в широкому тлумаченнях. У першому – це форма економічного обміну; у другому – система відносин господарювання, у процесі якої реалізуються відповідні завдання у сферах суспільного виробництва, обміну, розподілу і споживання. На формування фінансового капіталу істотно будуть впливати не тільки умови формування, але і характеристика та особливості функціонування об'єкта, на якому, або вірніше, для якого формується цей капітал.

Ефективність діяльності підприємницьких структур істотно зростає за рахунок їх взаємопроникнення та об'єднання капіталів різних сфер діяльності. Це зумовлено, по-перше, гнучкістю у прийнятті управлінських рішень і координації спільних зусиль з урахуванням сталого та довготермінового характеру зв'язків; по-друге, створення загальної інфраструктури (постачально-збутової, виробничої, транспортної, банківської, страхової, інформаційної) дає змогу організовувати і координувати виробничо-господарську діяльність на спільне виконання науково-технічних та інвестиційних програм.

У сучасній економіці існує досить багато видів об'єднань, які відрізняються як за принципами створення, так і за складом і метою створення.

Промислово-фінансові групи – об'єднання, до якого можуть входити промислові підприємства, банки, наукові й проектні установи, інші установи та організації усіх форм власності, що мають на меті отримання прибутку, та яке створюється за рішенням Уряду України на певний термін з метою реалізації державних програм розвитку пріоритетних галузей виробництва і структурної перебудови економіки України, враховуючи програми згідно з міждержавними договорами, а також виробництва кінцевої продукції [5]. Але таке визначення ПФГ (або ФПГ) не є коректним, тому що не базується на принципі добровільності.

Точнішим, на наш погляд, буде таке визначення: "промислово-фінансові групи – це диверсифіковані багатофункціональні структури, створені на основі об'єднання капіталів підприємств, предметно-фінансових установ та інших організацій з метою максимізації прибутку, підвищення ефективності виробничих і фінансових організацій, посилення конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках, зростання економічного потенціалу всієї групи загалом і кожного з її учасників окремо" [6, с. 45]. На особливості формування фінансового капіталу економічних об'єднань, насамперед, істотно впливає форма об'єднання:

- вертикальна форма об'єднання – передбачає суворе підпорядкування між окремими підприємствами певного угруповання;
- горизонтальна форма об'єднання – є менш підпорядкованою і передбачає передусім взаємодію, наприклад, на фінансовому, технічному, технологічному рівнях.
- змішана (конгломератна) форма об'єднання, яка поєднує горизонтальну і вертикальну форми і передбачає як чітке підпорядкування структур залежно від ієрархії, так і розширення масштабів діяльності об'єднання суб'єктів господарювання загалом.

Для нас важлива горизонтальна форма об'єднання, яка має на увазі партнерські взаємовідносини. Цим вимогам найбільш повно відповідає фінансово-промислова група (партнерська концентрація капіталу).

Тому фінансово-промислові групи потрібно створювати на таких засадах:

- добровільності і платності входження і можливості виходу у разі відшкодування упущеної групою вигоди;
- відкритості для прийому нових членів, якщо таке входження створює синергетичний ефект;
- добровільності делегування частини управлінських функцій центральної компанії чи холдингу;
- збереження автономності кожного з членів об'єднання;
- обов'язковості провадження єдиної стратегічної політики;
- наявності розрахункових рахунків підприємств в банках, що входять до ФПГ;
- пріоритетної орієнтації банків альянсу на обслуговування підприємств ФПГ і досягнення мети ФПГ.

У визначенні капіталу ФПГ потрібно базуватись на тому, що ця група, яка утворюється як сукупність господарських суб'єктів з метою збільшення доходів, хоче зайняти певне місце на вирішальному і зовнішньому ринках. На це спрямована діяльність її центрального органу управління, який розробляє загальну стратегію групи, всіх ланок групи.

На специфіку визначення фінансового капіталу фінансово-промислової групи впливає низка обставин:

- фінансово-промисловий капітал – єдина і цілісна економічна система, яка своєю чергою охоплює окремі підсистеми;
- окремі елементи фінансово-промислового капіталу, які, з певних обставин, виходять із складу системи, не повинні змінювати ФПГ як організаційно-господарську структуру, хоча і можуть стати основою формування якісно іншої системи капіталу;
- фінансовий капітал ФПГ – це інвестиційний товар, тобто товар, вкладення в який здійснюють з метою отримання певної віддачі в майбутньому;
- потреби в капіталі ФПГ залежать як від її внутрішньої організації, так і від зовнішнього середовища. Із цього випливає потреба участі у регулюванні умов реалізації фінансово-промислового капіталу органів державної влади.

Найприйнятнішим для визначення фінансового капіталу ФПГ як інтегрованого об'єднання є дохідний підхід, це обумовлено тим, що метою об'єднання різних суб'єктів господарювання буде ріст доходів. Якщо об'єднання капіталів буде сприяти росту доходів, то це свідчить про те, що ФПГ функціонує ефективно і вкладення засобів вигідне у довготерміновій перспективі.

Дохідний підхід, за якого процес оцінки орієнтується на дохід як основний чинник, який визначає сутність об'єкта (у цьому випадку ФПГ), дає змогу визначити не тільки теперішній його стан, але і перспективу його розвитку і можливість оцінки у вартісних вимірниках.

Висновки. Таким чином, доцільно, на нашу думку, сформулювати таке визначення фінансового капіталу ФПГ.

Фінансовий капітал ФПГ – об'єднаний фінансовий капітал учасників групи, який виділяється суб'єктами господарювання, що об'єднуються на до-

говірних умовах з метою реалізації інвестиційних та інших проектів, підвищення ефективності фінансових та виробничих операцій, і отримання максимального доходу як групи загалом, так і окремих її учасників.

Література

1. **Базилевич В.Д., Базилевич К.С.** Ринкова економіка: основні поняття і категорії : навч. посіб. – К. : Вид-во "Знання", 2006. – 346 с.
2. **Экономическая энциклопедия** / Науч.-ред. совет изд-ва "Экономика": Ин-т экономики РАН. Гл. ред. Л.И. Абалкин. – М. : ОАО изд-во "Экономика", 1999. – 422 с.
3. **Могерний С.В., Ларына Я.С., Устинко О.А., Юрый С.І.** Економічний енциклопедичний словник. – У 2-х т. – Т.2 / за ред. С.В. Модерного. – Львів : Вид-во "Світ", 2006. – 324 с.
4. **Бобров В.Я.** Основи ринкової економіки і підприємництва. – К. : Вид-во "Вища шк.", 2003.
5. Закон України "Про промислово-фінансові групи в Україні" від 21.11.1995 р. № 437/95 – ВР. [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
6. **Уманців Г.В.** Холдингові компанії та промислово-фінансові групи в сучасній економіці. – К. : Вид-во "ВІРА-Р", 2002. – 346 с.

УДК 339.138:663.4(477.8)

*Доц. У.Р. Сухорська, канд. екон. наук;
магістрант Т.А. Рубан – Львівська КА*

МІСЦЕ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ВАТ "ЛЬВІВСЬКА ПИВОВАРНЯ"

Розглянуто основні напрями маркетингової діяльності підприємства. Особливу увагу приділено стратегії просування пива ВАТ "Львівська пивоварня" на ринку України. На основі результатів соціологічного опитування подано рекомендації щодо вдосконалення стратегії просування підприємства.

*Assoc. prof. U.R. Sukhorska; undergraduate T.A. Ruban –
L'viv commercial academy*

The place of strategy of advancement in marketing activity of VAT "Lviv Pivovarnya"

The main directions of firm's marketing activity is consider in the article. The main attention is paid to promotion of the beer of "Lviv pivovarnja" in Ukraine. On the basis of the results of sociological questioning the recommendations are made to improve the promotion strategy.

Аналізуючи ринок пива в Україні, насамперед, відзначимо, що на ньому спостерігаються тенденції росту. За даними Держкомстату, за останні кілька років щорічний приріст виробництва пива в Україні становить 25-30 % [1]. Однак, незважаючи на зростання обсягів ринку пива в Україні, він ще залишається не насиченим і його потенціал набагато більший ніж фактичні обсяги. Починаючи з 1996 р., коли частка імпортного пива становила майже 50 % від ринкової пропозиції, введення митних обмежень сприяло розвитку вітчизняного пивоваріння. Ефект виявився більш ніж переконливим: у 2001 р. виготовлене в Україні пиво забезпечувало близько 97 % продаж.

Реалізація пива в Україні має певні особливості, пов'язані із сезонністю. Звичайно на початку сезону (приблизно середина квітня) продукція місцевого великого виробника забезпечує до 70 % продаж пива в регіоні. Вже у