

мальної заробітної плати 1025 грн/місяць). А з-поміж родин, де працює одна людина, за межею бідності – 37 %. Близько 14 % перебуває за межею крайньої бідності (прожитковий мінімум – 985 грн/місяць). Державний комітет статистики також підтверджує висновок Центру, що робота в Україні не рятує від бідності. Низькі заробітки, низький рівень заощаджень, низькі інвестиції, низька продуктивність праці – складові елементи "заклятого кола бідності", наявні в країні загалом та її регіонах зокрема і вихід з нього в Україні доволі ускладнений ще й суто національною специфікою.

Водночас Європейський план дій стосовно переходу до інформаційного суспільства передбачає 10 загальних застосувань ІКТ в практичному житті: це 1) телеробота; 2) дистанційна освіта; 3) мережевий зв'язок між університетами та дослідницькими центрами; 4) телематичні послуги для підприємств дрібного та середнього бізнесу (електронна пошта, відео-конференції тощо); 5) комп'ютерне керівництво транспортними послугами; 6) комп'ютерний контроль за повітряним повідомленням; 7) комп'ютерні мережі в сфері охорони здоров'я; 8) електронна торгівля; 9) трансєвропейська мережа національних і муніципальних адміністративних органів; 10) міські інформаційні супермагістралі.

Висновки з проведеного дослідження. Проведене дослідження дало змогу зробити такі висновки:

- 1) в регіонах України помітний слабкий поступ у плані формування передумов становлення інформаційного суспільства (що відображено опосередковано, зокрема, структурою доходів від надання послуг пошти та зв'язку), тим більше, що наявний значний людський потенціал;
- 2) законодавче підґрунтя в країні сформоване, затримка лише за його активною імплементацією на мікрорівні;
- 3) посилення поступу в цьому контексті з прицілом на перспективу можливе за збереження існуючої мережі освітніх та навчальних закладів в області із зміною пріоритетів навчання відповідно до Європейського плану дій стосовно переходу до інформаційного суспільства. Мова йде, насамперед, про комп'ютерну грамотність підростаючого покоління;
- 4) посилення мережевого зв'язку між університетами та дослідницькими центрами, з одного боку, та між університетами, дослідницькими центрами та підприємствами – з іншого;
- 5) потрібна гнучка адаптація існуючої статистичної системи під відповідні запити та їх відповідне представлення в цифровій базі даних (з переліку статистичної інформації, наявної на сайті Головного управління статистики у Чернівецькій області, ми змогли навести лише окремі опосередковані дані, що стосуються прийнятих у світі індикаторів розвитку інформаційного суспільства);
- 6) подолання бідності в країні – національний пріоритет № 1, який детермінує відповідні зміни й у Чернівецькій області зокрема, як запорука сталого розвитку, збереження людського капіталу, формування інформаційного суспільства.

Література

1. Закон України "Про Концепцію Національної програми інформатизації" від 4 лютого 1998 р., № 75/98ВР. – К. : Вид-во "Ліга БізнесІнформ".

2. Закон України "Про Національну програму інформатизації. Із змінами й доповненнями, внесеними Законом України від 13 вересня 2001 р., № 2684-III". – К. : Вид-во "Ліга БізнесІнформ".

3. Закон України "Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки" від 09.01.2007 р., № 537-V. – К. : Вид-во "Ліга БізнесІнформ".

4. Постанова Верховної Ради України "Про Рекомендації парламентських слухань з питань розвитку інформаційного суспільства в Україні" від 1 грудня 2005 р., № 3175-IV. – К. : Вид-во "Ліга БізнесІнформ".

5. Дем'яненко В.В. Людський капітал в Україні в контексті постіндустріального розвитку / В.В. Дем'яненко // Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / за ред. акад. НАН України В.М. Гейця. – К. : Вид-во Ін-ту екон. прогноз., "Фенікс", 2003. – С. 250-264.

6. Дробков Є. Інформаційне суспільство в Україні: основні концептуальні підходи його формування і розвитку / Є. Дробков. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.kra-ina.org.ua/ua/material/378/>.

7. Колодюк А.В. Інформаційне суспільство: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні 2005 р. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук: спец. 23.00.03 – політична культура та ідеологія / А.В. Колодюк / НАН України. Ін-т держави і права ім. В.М. Корещького. – К., 2005. – 20 с. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.lib.ua-gu.net>.

8. Мей Крістофер. Інформаційне суспільство / Крістофер Мей. Скептичний погляд : пер. з англ. – К. : Вид-во "К.І.С.", 2004. – 220 с.

9. Проскуріна О. Політико-правові аспекти розвитку інформаційного суспільства в Україні / О. Проскуріна. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.politik.org.ua/vid/mag-content.php3?m=1&n=58&c=1239>.

10. Шевчук О.Б. Е Ukraine. Інформаційне суспільство: бути чи не бути / О.Б. Шевчук, О.П. Голобуцький. – К. : Вид-во "Ліга нова", 2001. – 104 с.

Венгер Е.І. Індикатори розвитку регіонального інформаційного общества (на прикладі Чернівецької області)

Проаналізовані індикатори розвитку інформаційного общества в мировом сообществе – так называемые е-индексы. Рассмотрен Европейский план действий относительно перехода к информационному обществу. Сделаны попытки очертить перечень украинских индикаторов, с помощью которых можно было бы адекватно отобразить формирование информационного общества на уровне области или его отсутствие в принципе.

Ключевые слова: информационное общество, индикаторы развития информационного общества.

Venger E.I. Indicators of development of regional informative society (on the example of the Chernivtsi Region)

The article examines the indicators of information society development in the global society – so-called e-indices. We analyze the European action plan on the transition to information society. An attempt to outline a list of Ukrainian indicators by which to adequately reflect the formation of information society at regional level or lack of it in principle.

Keywords: information society, information society development indicators.

УДК 658.5

Аспір. Ю.Б. Молочник; доц. Н.О. Шпак, канд. екон. наук –
НУ "Львівська політехніка"

МІСЦЕ ТА РОЛЬ ПРАЦІВНИКІВ У КОМУНІКАЦІЙНІЙ СИСТЕМІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено проблему комунікацій на промисловому підприємстві, визначено місце та роль працівників у комунікаційній системі підприємства.

Ключові слова: комунікація, мотивація, комунікаційна система, комунікаційний процес.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими практичними завданнями. Зростання ролі суб'єктів управлінської діяльності зумовило активне дослідження формування основних передумов дієвого комунікатора. У центрі дослідження повинна бути людина, її професійні, особистісні задатки, можливості розвитку та психологічні властивості. Таке бачення є основним у багатьох наукових підходах щодо дослідження різноманітних систем, структурних елементів, де важливим чинником впливу є особистість працівника.

Будь-яка комунікаційна система [15] не може існувати без технічного, технологічного, програмного забезпечення та впровадження нововведень, що, водночас, є неможливими без наявності персоналу відповідного кваліфікаційного рівня. Основне завдання таких працівників полягає не лише у щоденному обслуговуванні автоматизованої та неавтоматизованої частин комунікаційної системи, а й у забезпеченні адекватного реагування цієї системи на непередбачені фактори, форс-мажорні обставини (витік інформації, несанкціонований доступ до внутрішньої інформаційної системи) та спроможності самостійно відреагувати на мінливу ситуацію, яка склалась на підприємстві. Оцінювання персоналу є основою формування системи мотивації трудової діяльності та мотиваційним чинником у комунікаційному процесі. Саме тому надзвичайно актуальним є активізування діяльності працівників комунікаційної системи, підвищення їх мотивування з метою забезпечення досягнення результативності роботи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано вирішення цієї проблеми. Дослідження питань щодо підвищення мотивування працівників, їх ролі та функцій у науковій літературі вивчали багато вітчизняних і зарубіжних науковців [3, 5, 11, 12]. Проте частково не вирішеними залишаються питання, які стосуються особливостей мотивування працівників системи комунікацій підприємства. Так, О.Є. Кузьмін та Н.О. Шпак [15, с. 51-55] запропонували комплексну систему мотивування працівників комунікаційного менеджменту на основі кількісного і якісного оцінювання результатів виробітку за виокремленими чотирма категоріями таких працівників. Однак вчені не приділили належної уваги нематеріальним стимулам.

Роль працівників у комунікаційній системі досліджував також А.О. Босак [7, с. 51-55]. Основну увагу вчений приділив застосуванню функціонального підходу до комунікацій, а також комунікаціям у процесі мотивування працівників. Проте питанню щодо місця та ролі працівників у системі комунікацій підприємств приділено не достатньо уваги.

Мета дослідження. З огляду на результати аналіз літературних джерел за проблематикою, метою дослідження є визначення місця та ролі працівників у комунікаційній системі підприємства.

Основний матеріал дослідження. На кожному з етапів процесу управління комунікації різняться. Найбільше відбувається комунікацій під час планування певної діяльності. Це пов'язано з тим, що всі підрозділи займаються неодноразовими розрахунками основних показників, їх узгодженням та коригуванням тощо. Під час організації їх кількість може і не зменшувати-

ся, однак види та спрямованість комунікацій уніфікуються. Мотивування потребує ще менше комунікацій, оскільки вони стають однотипними практично для всіх підрозділів. Для забезпечення виконання функції мотивування повною мірою відповідному працівнику необхідно зібрати та систематизувати інформацію про весь персонал підприємства. Зокрема, така інформація повинна відображати дані про особистісні та професійні задатки, потреби та цінності працівників. Джерелами цієї інформації є кадрові служби, безпосереднє спілкування з підлеглими, опитування. Ще одним важливим завданням є формування пропозицій щодо вдосконалення мотивування та стимулювання з метою підвищення активізації діяльності працівників. На підставі аналіз джерел [7, 15] та власних досліджень виокремлено основні стадії комунікацій (рис. 1).



Рис. 1. Стадії комунікацій в процесі мотивування, де: СОК – служба обліку кадрів, ВПК – відділ перепідготовки та підвищення кваліфікації, ВПЗ – відділ праці та заробітної плати, ВФН – фінансовий відділ, ВПЕ – економічний відділ, ЦОУ – центральний орган управління

Відправник і отримувач, обмінюючись інформацією, проходять кілька взаємопов'язаних етапів комунікаційного процесу. Їхнє завдання – формувати повідомлення та використовувати відповідний канал для точної передачі

повідомлення у такий спосіб, щоб обидві сторони зрозуміли початкову ідею. Будь-яка комунікаційна система характеризується існуванням та перебігом у ній комунікаційних процесів. Для ґрунтовного розуміння ролі та значення людського капіталу досліджуваної системи необхідним є розгляд базових функцій, які виконують працівники для утворення та підтримання комунікаційного процесу. Розглянемо основні етапи комунікаційного процесу [15] та роль працівників у них (рис. 2).



Рис. 2. Графічна модель комунікаційного процесу [15]

На етапі зародження (виникнення) ідеї відбувається обмін інформацією, починається формулювання ідеї або відбір якоїсь певної інформації. На підприємстві відправником може бути окрема конкретна особа або група працівників. Відправник вирішує, яку значущу ідею або повідомлення потрібно зробити предметом обміну, генерує її. Щоб здійснити задумане, він враховує багато факторів, а працівник повинен зорієнтуватись як таке повідомлення передати підлеглим. Тому, перш ніж повідомити отримувачам інформації своєї ідеї, необхідно усвідомити, які саме ідеї потрібні для того, щоб викликати у

них позитивну реакцію. На цьому етапі у працівників будь-якої ланки виникає складність у зібранні та опрацюванні всієї інформації, а також в обранні найоптимальнішої ідеї з-поміж можливих. Після зародження ідеї у відправника виникає потреба в її уточненні, оскільки це запобігає виникненню помилок на початковому етапі комунікаційного процесу. На наступному етапі визначається спосіб передавання, а згодом, під час процесу формалізації ідеї, здійснюється перетворення її у зрозумілу і придатну. Перш ніж передати ідею, відправник має за допомогою символів закодувати її, використавши для цього різні засоби: слова, інтонація, жести, письмовий текст, зображення, символи, малюнки, звуки, мова тощо. Від правильності відображення змісту ідеї залежить чи зрозуміє отримувач сутність повідомлення. Для виконання такого завдання працівник насамперед повинен володіти відповідними емоційно-психологічними характеристиками, які відповідають конкретній обставині.

Вибір каналу і способу передачі залежить від особливостей повідомлення, фактору часу, швидкісні передавання, конфіденційності, форми представлення інформації.

Передавання ідеї здійснює працівник безпосередньо чи опосередковано (за допомогою апаратного та програмного забезпечення). Відправник обирає зазвичай не один канал, а декілька для передавання мови або письмових матеріалів. Після завершення процесу необхідно переконатись, що повідомлення отримано. У випадку негативного результату потрібно знайти і знешкодити перешкоди. У випадку позитивного результату – повідомлення декодується (переклад символів відправника в думки отримувача). Надзвичайно важливим є те, щоб відповідний працівник зумів адекватно розпізнати отримані символи без втрати змісту повідомлення, тому варто оцінити й уточнити ступінь розуміння повідомлення отримувачем. Якщо не потребують реакції на отриману інформацію, то процес обміну на цьому завершується і настає етап підготовки до реалізації ідеї.

У більшості випадків за налагодженої системи управління комунікаційні процеси відбуваються послідовно. Однак інформація від відправника до отримувача рідко передається без перешкод. Доволі часто трапляються спотворення, непорозуміння, уповільнення, ігнорування інформації, що водночас впливає на відіслане повідомлення.

Комунікаційна система не може існувати без технологічної складової, яка потребує підтримувальної діяльності з боку працівників [15]. Відповідні особи повинні стежити за належним станом функціональної готовності апаратного та програмного забезпечення. В управлінській діяльності комунікація є інтегруючою складовою, що об'єднує управління і спілкування. Тому активне включення у комунікаційну систему та здійснення супровідної діяльності в ній неможлива без відповідного кваліфікованого персоналу, що обслуговує як автоматизовану, так і неавтоматизовану частину системи комунікацій. Стає очевидним, що працівники є ключовим елементом комунікаційної системи і відіграють основоположну роль, оскільки не лише виступають активним учасником комунікаційного процесу, а й здійснюють підтримувальну діяльність у ньому.



Рис. 3. Проблеми, з якими стикаються працівники під час формування та забезпечення функціонування комунікаційної системи підприємства

У комунікаційній системі працівники різних ланок управління зіштовхуються із проблемами, які зумовлені як особливістю діяльності самого підприємства, так і специфікою досліджуваної системи. Виявлення та окреслення зазначених проблем є надзвичайно актуальними, оскільки, з одного боку, дасть змогу уникнути можливих перешкод ще до початку формування комунікаційної системи, а з іншого – розробити превентивні заходи щодо їх уникнення. Окреслення групи проблем за напрямками діяльності, що забезпечують функціонування комунікаційної системи, дає змогу своєчасно приймати уп-

равлінські рішення стосовно усунення негативних наслідків, економного використання необхідних ресурсів та підвищення функціональності комунікаційної системи загалом.

Внаслідок аналізу наукових досліджень [10, 12, 13, 15] та власних напрацювань щодо особливостей комунікацій, комунікаційної системи, комунікаційного процесу та труднощів, з якими зіштовхуються працівники, узагальнено та систематизовано проблеми для різних категорій працівників, які виникають у них під час забезпечення функціонування комунікаційної системи підприємства (рис. 3).

Підприємство як система є основним об'єктом управління, де процес виробництва полягає в узгодженому поєднанні діяльності служб (кадрової, фінансової, комунікаційної, виробничої, маркетингової, юридичної тощо) і мікросередовища (набір чинників, які безпосередньо можуть вплинути на діяльність підприємства, а підприємство так само може вплинути на них). Саме підприємство є одночасно відкритою і закритою системою, що обумовлено наявністю: входів (інформації, людей, капіталу, матеріалів, товарів, енергії); виходів (товарів (послуг), фінансів (обігу грошових засобів), інформації, рішень); внутрішніх тісних виробничих, організаційних та інших стосунків між виробничими підрозділами. Необхідним є окреслення проблем для усіх структурних підрозділів, які беруть участь у формуванні та забезпеченні функціонування комунікаційної системи. Для вирішення зазначених проблем доцільним є аналіз їх впливу на комунікаційну систему загалом, що є можливим під час формування їх числових вимірників, що буде здійснено у подальших дослідженнях.

Висновки. Отже, комунікація є основою діяльності промислових підприємств з допомогою якої здійснюється обмін інформацією між людьми. Саме тому надзвичайно важливо у процесі дослідження комунікаційної системи вивчати роль та значення людської компоненти. Виокремлені елементи допомагають у повному обсязі відобразити стан, властивості та процеси, які відбуваються у середині досліджуваної системи.

Література

1. Андрусак О.І. Особливості бізнес комунікацій у системі міжнародних економічних відносин / О.І. Андрусак // Актуальні проблеми економіки : наук. економ. журнал, 2009. – № 21 (102). – С. 26-35.
2. Балабанова Л.В. Організація праці менеджера : підручник / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ, 2008. – 480 с.
3. Басин Е.Я. Искусство и коммуникация (почерки из истории философско-эстетической мысли) / Московский общественный научный фонд. – М. : ООО "Издательский центр научных и учебных программ", 1999. – 240 с.
4. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рілейшнз : монографія / В.М. Бебик. – К. : Вид-во МА-УП, 2005. – 440 с.
5. Беккер Г.С. Человеческое поведение: экономический подход: избранные труды по экономической теории / Г.С. Беккер : пер. с англ. / сост., научн. ред., послесл. Р.И. Капелюшников; предисл. М.И. Левин. – М. : Изд-во ГУ ВШЭ, 2003. – 672 с.
6. Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азриляна. – М. : Изд-во Ин-та новой экономики, 2004. – 1376 с.
7. Босак А. Організація та мотивування персоналу: комунікаційний аспект / А. Босак // Вісник Львівського університету. – Сер.: Економічна. – Львів : Вид-во ЛНУ ім. Івана Франка. – 2008. – Вип. 40. – С. 51-55.

8. Ветлужских Е. Мотивация и оплата труда: Инструменты. Методики. Практика / Е. Ветлужских. – М. : Изд-во "Альпина Бизнес Букс", 2008. – 133 с.
9. Добраев В.Л. Теория организации / В.Л. Добраев. – М. : Изд-во Ин-та молодежи, 1995. – 174 с.
10. Иванова С.В. Мотивация на 100 %: А где же у него кнопка? / С.В. Иванова. – М. : Изд-во "Альпина Бизнес Букс", 2005. – 288 с.
11. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы / Е.П. Ильин. – СПб. : Изд-во "Питер", 2006. – 512 с.
12. Карпунь І.Н. Мотивація і стимулювання інноваційної діяльності підприємства / І.Н. Карпунь // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – Сер.: Економічна. – Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2008. – № 628. – С. 529-533.
13. Кривокора Е.И. Коммуникационное обеспечение управления производством и сбытом / Е.И. Кривокора / Северокавказский государственный технический университет. – Пятигорск : Изд-во СевКавГТУ. – С. 80-85.
14. Мазур И.И. Корпоративный менеджмент : учебн. пособие. / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро. – Изд. 2-ое, [перераб. и доп.]. – М. : Изд-во "Омега-Л", 2008. – 781 с.
15. Шпак Н.О. Основы коммуникационного менеджмента промышленных предприятий : монография / Н.О. Шпак. – Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2011. – 328 с.

Молочник Ю.Б., Шпак Н.О. Место и роль сотрудников в коммуникационной системе промышленного предприятия

Исследована проблема коммуникаций на промышленном предприятии, определено место и роль сотрудников в коммуникационной системе предприятия.

Ключевые слова: коммуникация, мотивация, коммуникационная система, коммуникационный процесс.

Molochyk Yu.B., Shpak N.O. Place and role of workers in the communications system at industrial enterprise

The problem of communications in the enterprise is investigated, the place and role of employees in enterprise communications systems are defined.

Keywords: Communication, motivation, communications system, communications process.

УДК 338.05 Здобувач Н.Я. Хімяк¹ – Інститут регіональних досліджень
НАН України

**ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ТРАНСФЕРТНОГО
ЦІНОУТВОРЕННЯ У СИСТЕМІ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКИХ
УСТАНОВ**

Проаналізовано можливість використання методу трансфертного ціноутворення у стратегічному управлінському обліку банківської установи як засобу формування ефективної продуктової політики, спрямованої на максимізацію чистого процентного доходу.

Ключові слова: банк, трансфертне ціноутворення, центр прибутку, стимулятивна маржа.

Постановка проблеми. Одним із завдань, які стоять перед банківськими установами у процесі стратегічного планування, є застосування ефективних методів побудови портфелів активних і пасивних операцій, які забезпечували б максимізацію операційного прибутку за прийнятного рівня фінансових, кредитних та операційних ризиків. Фактор потенціалу ринку і можли-

вість збільшення питомої ваги у ньому є одним із ключових під час розроблення стратегії діяльності банківської установи.

Одним з інструментів формування оптимальної структури балансу банківської установи, як сукупності портфелів операцій, є метод трансфертного ціноутворення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як зазначають Н.П. Дребот, Н.Р. Галайко, О.Р. Галько стратегічне планування визначає основні ідеї, цілі та стратегії діяльності банку в умовах конкретного ринку і є процесом розроблення загальної концепції, яка слугує основою для прийняття ключових рішень щодо допустимого ризику, методів ведення конкурентної боротьби, перспектив розширення діяльності, бажаного рівня прибутковості. У Методичних рекомендаціях щодо організації процесу формування управлінської звітності в банках України йдеться, зокрема, що під час розроблення стратегічного плану враховуються пріоритетні зміни в напрямках розвитку банку та його філій, їх потенційні можливості та перспективи.

Варто зазначити, що довготермінова стратегія діяльності банківських установ та розроблювані для її реалізації фінансові плани на роки, охоплені горизонтом стратегії, формуються на основі даних фінансового обліку. Водночас очевидно, що розподіл планових показників між окремими структурними підрозділами, які утворюють мережу банківської установи, повинен відбуватися з використанням елементів управлінського обліку або ж, як його називають окремі дослідники, госпрозрахунку. Зокрема, О.О. Терещенко, Н.В. Волошанюк стверджують, що ефективним регулятором внутрішніх фінансових відносин у банку з філіями є госпрозрахунок, використання принципів якого передбачає створення в банку системи організації діяльності та управління – механізму внутрішнього господарського розрахунку.

Отже, управлінський облік веде банк для забезпечення внутрішніх потреб в інформації, виходячи зі специфіки та особливостей діяльності й структури управління. У Методичних рекомендаціях щодо організації процесу формування управлінської звітності в банках України визначається, що управлінський облік поділяється на оперативний і стратегічний. У межах стратегічного управлінського обліку формується інформація, на підставі якої керівництво банку має змогу приймати обґрунтовані стратегічні рішення, зокрема стосовно загальної конкурентної стратегії.

При цьому одним з елементів функціонування управлінського обліку є система трансфертного ціноутворення, з допомогою якої забезпечується формування управлінського результату мережі банку у частині чистого процентного доходу. Трансфертне ціноутворення – це процес формування структури трансфертних цін банку.

Трансфертні ціни – внутрішні розрахункові ціни на фінансові ресурси, які перерозподіляються між центрами прибутку банку (структурними підрозділами, які контролюють певні статті доходів і витрат – філіями, відділеннями, підрозділи Головного банку). Центр прибутку забезпечує реалізацію (просування) банківських операцій і послуг на ринку.

¹ Наук. керівник: проф. С.В. Васильчик, д-р. екон. наук