

та споживачем. На даний час на території України зареєстровано чотири оптові ринки сільськогосподарської продукції – у містах Львів, Київ, Донецьк і Запоріжжя.

Незважаючи на існуючі проблеми в аграрному секторі, робота зорієнтована на формування продовольчої безпеки. Основну роль у цьому зіграв фінансово-економічний механізм, використання якого дало змогу збільшити обсяги фінансової підтримки за рахунок виплат із державного бюджету і використання пільгового режиму оподаткування. Як показали результати дослідження, механічного збільшення обсягів фінансування, спрямованого на розвиток аграрних регіональних ринків, недостатньо для того, щоб позитивні зміни в галузі набули критичної ваги. Доцільно сконцентрувати фінансові ресурси для вирішення стратегічних проблем розвитку аграрного ринку, для чого необхідно визначитися з пріоритетами і цілями [2].

Вступ України до Світової Організації Торгівлі стимулює прискорення завершення аграрної реформи, змушує реалізовувати стабільну і дієву аграрну політику й дотримуватися її. Усе це, безумовно, сприятливо позначиться на залученні іноземних і внутрішніх інвестицій у галузь. Як член цієї організації країна зобов'язана визначити пріоритети зростання сільськогосподарського виробництва за допомогою скорочення неефективних витрат на неринкові заходи й, зокрема цінової підтримки. Це певною мірою надасть змогу впливати на врегулювання суперечок і забезпечувати достатній рівень ділової активності партнерів. Визначення пріоритетів державного регулювання діяльності оптових ринків сільськогосподарської продукції забезпечить стабільний розвиток аграрного сектора, вдосконалити інфраструктуру товарного ринку.

Література: 1. Копитко О.В. Інфраструктурне забезпечення оптових ринків сільськогосподарської продукції / О.В. Копитко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – № 22. – С. 266–272. 2. Копитко О.В. Проблеми державного регулювання розвитку оптових ринків сільськогосподарської продукції / О.В. Копитко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – № 21. – С. 217–225. 3. Лисюк В.М. Стратегія розвитку оптових ринків сільськогосподарської продукції в Україні / В.М. Лисюк // Економічні інновації. – 2011. – № 43. – С. 151–160.

Гончарова З.В.,
*ст. викладач кафедри управління проектами
в міському господарстві і будівництві ХНАМГ,
м. Харків Україна*

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА В ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ РЕГІОНІВ

Однією з найважливіших складових основ стабільності розвитку держави є розвиток житлово-комунального господарства (ЖКГ), яке є життєво важливою галуззю, де зосереджена основна інфраструктура по забезпеченню життєдіяльності міст, регіонів і країни в цілому. Від стану даної галузі залежить не тільки якість життя населення, але й безпека в економічній, соціальній, політичній, екологічній сферах. В процесі переходу України до ринково-орієнтованої економіки виникла необхідність пошуку принципово нових підходів, шляхів по досягненню стабільного, поступального, гармонічного, збалансованого розвитку. У ролі такого підходу виступив сталий розвиток, що передбачає розробку програми дій (конкретних заходів), яка враховує стан, потенційні можливості та збалансованість (узгодження) складових галузі. Важливо зазначити, що концепція сталого розвитку ЖКГ на державному рівні представлена Законом України «Про загальнодержавну програму реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2009-2014 роки» (від 11.06.2009 року № 1511-VI), на регіональному рівні - у вигляді регіональних (і міських) програм реформування і розвитку галузі.

Одним з напрямків реформування та розвитку ЖКГ є формування державної житлової політики, створення розвинутого конкурентного середовища на ринку обслуговування житла. Для прискорення розвитку ринкових взаємодій у сфері управління житловим фондом пропонується модель відбору керуючих компаній [1], підприємств з надання послуг, яка складається з двох етапів [2]: попередній відбір претендентів і безпосередньо вибір компанії-переможця конкурсного відбору.

На першому етапі попередній відбір претендентів (L_p) з усієї множини (L , зони обслуговування) складається з відбору тих, показники документів яких задовольняють системі умов:

умов:
$$\left. \begin{array}{l} G_{li} \geq G_i \\ C_i^{\max} \geq C_{li} \geq C_i^{\min} \end{array} \right\},$$
 де l - індекс претендента, $l=1,2,\dots,L$, L - кількість претендентів; i - індекс поточної послуги, $i=1,2,\dots,N$, N - кількість (множина) послуг; G_{li} - обсяг (набір) послуг, який надається l -м претендентом та представлено множиною: $\{G_{l1}, G_{l2}, G_{lN}\}$; G_i - мінімальний (граничний) рівень обсягу послуги типу i (за даними замовника); C_{li} - ціна i -ї послуги, яка надається l -м претендентом; C_i^{\max} - максимальна ціна i -ї послуги (за даними замовника); C_i^{\min} - мінімальна ціна i -ї послуги (за даними претендентів або замовника).

На другому етапі здійснюється вибір переможця (L_p^*) з множини компаній (L_p), які пройшли перший етап. Залежно від виду і якості вихідної інформації (показники, критерії, вимоги), тобто структурована інформація чи ні, пропонується використовувати або математичну модель оптимального вибору, або модель експертного аналізу відповідно.

Зосередимо увагу на моделі оптимального вибору, яка побудована на основі рішення задачі оптимізації, на прикладі надання послуг з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій (складові квартплати), де множина послуг $N = \{n_i\}$ представлена трьома підмножинами: основні послуги $N^o = \{n_1^o, n_2^o, \dots, n_m^o\}$, де m - кількість основних послуг (потужність множини N^o); додаткові послуги першої категорії $N^{d1} = \{n_1^{d1}, n_2^{d1}, \dots, n_k^{d1}\}$, де k - кількість додаткових послуг першої категорії (потужність множини N^{d1}); додаткові послуги другої категорії $N^{d2} = \{n_1^{d2}, n_2^{d2}, \dots, n_r^{d2}\}$, де r - кількість додаткових послуг другої категорії (потужність множини N^{d2}), $N^{d1} \cap N^{d2} = \emptyset$. Для кожного l -го претендента, який пропонує послугу n_i , відомий вектор $V_l = \{v_{li}\}$, $l = \overline{1, L_p}$, $i = \overline{1, m+k+r}$, що визначається з умови:

$$v_{li} = \begin{cases} 1, \text{ послуга } n_i \in N^o \\ 1, \text{ якщо } n_i \in N^{d1} \cup N^{d2} \text{ і претендент } l \text{ заявив послугу } n_i \\ 0, \text{ якщо } n_i \in N^{d1} \cup N^{d2} \text{ і претендент } l \text{ не заявив послугу } n_i \end{cases}.$$

Позначимо для l -го претенденту сумарний тариф як $C_l^o = \sum_{i=1}^i C_{li}$, а кількість запропонованих додаткових послуг першої категорії - $n_l^{d1} = \{N_{li}^{d1} \mid n_{li} \in N^{d1}, v_{li} = 1\}$, другої категорії - $n_l^{d2} = \{N_{li}^{d2} \mid n_{li} \in N^{d2}, v_{li} = 1\}$. Тоді рейтинг покриття додаткових послуг другої категорії l -м претендентом (R_l^{d2}) представимо у вигляді:

$$R_l^{d2} = n_l^{d2} / \max_i(N_{li}^{d2}), \quad (1)$$

де N_{li}^{d2} - загальна кількість додаткових послуг другої категорії по претендентам.

Для визначення рейтингу покриття додаткових послуг першої категорії l -го претендента пропонується використовувати оцінку, що є результатом рішення задачі оптимального розподілу вільних ресурсів між окремими видами робіт. Для цього загальну вартість пропозиції додаткових послуг першої категорії (S_l^{d1}) l -го претендента представимо у вигляді:

$S_l^{d1} = G_i T \sum_{v_{li} \in N^{d1}} v_{li} C_{li}$, $i = m+k+r$, де T - горизонт послуги, тривалість розрахункового періоду ($T=12$ місяців). Задача визначення рейтингу покриття додаткових послуг першої категорії l -го претендента матиме вигляд: $S_l^{d1} - \sum_i P_{li} X_{li} \rightarrow \min$, за умови $\sum_i P_{li} X_{li} \leq S_l^{d1}$, $X_{li} \in \{0,1\}$, де P_{li} - вартість заходу послуги n_i , $n_i \in N^{d1}$; X_{li} - вектор заходу послуги n_i , $n_i \in N^{d1}$. Відзначимо, що

для кожного заходу послуги n_i , який планується до виконання у разі накопичення необхідного об'єму коштів, визначається рейтинг (важливість) r_i ($\sum_i r_i = 1$), який впливає на перелік (відбір) першочергових заходів до виконання (X_{li}). Отже, рішенням оптимізаційної задачі для l -го претендента є вектор X_{li} , що служить для визначення рейтингу покриття додаткових послуг першої категорії цим претендентом:

$$R_l^{d1} = \sum_{i|v_i=1} r_i X_{li}, n_i \in N^{d1}. (2)$$

l -го претендента, враховуючи (1) і (2), представимо у вигляді:

$$PR_l = R_l^{d1} R_l^{d2} / C_l^o. (3)$$

Таким чином оптимізаційна задача вибору переможця L_p^* серед претендентів L_p має вигляд:

$$L_p^* = \arg \max_l PR_l. (4)$$

Керуюча компанія L_p , для якої розраховано сумарну оцінку привабливості (3) і з урахуванням (4) досягає максимуму, рекомендується як переможець відбору L_p^* серед інших підприємств-претендентів.

Таким чином, запропонована модель конкурсного відбору з метою створення механізму трансформації споживача послуг в покупця (що можливо, коли споживач може вибрати постачальника), формування ефективно функціонуючого конкурентного середовища між суб'єктами галузі дозволяє формалізувати процес відбору керуючої компанії (або іншого підприємства) і реалізувати цей вибір на основі обраної стратегії. Вона сприяє формуванню основних суб'єктів ринку (власників житла, організацій-посередників, виробників послуг), забезпечує пропозицію послуг власникам житла (об'єднанням власників) організаціями-посередниками (керуючими компаніями) з переліком послуг по утриманню і експлуатації житлового будинку та їх вартості, розвиток систем управління та економічних взаємовідносин на договірних засадах у галузі.

Література: 1. Гончарова З. В. Ефективний власник житла як один з головних елементів формування механізму договірних взаємовідносин у сфері житлово-комунального господарства регіонів) / З. В. Гончарова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2011. – № 1(13). – С. 67–72. 2. Гончарова З. В. Модель відбору керуючих компаній в процесі створення ринку житлово-комунального господарства / З. В. Гончарова, А. Л. Шаповалов // Коммунальное хозяйство городов : науч.-техн. сб. – К. : Техніка, 2009. – Вып. 87. – С. 120–126.

Дацкевич Н.О.,

аспірантка кафедри політекономії факультетів управління і управління персоналом та маркетингу

ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»,

м. Київ, Україна

РОЛЬ ДЕРЖАВИ У ПРОЦЕСАХ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Існують різні точки зору на те, наскільки важливу роль має відігравати держава у формуванні соціальної відповідальності підприємництва. У теорії сучасної корпорації стверджується, що уряд повинен відігравати певну роль в напрямі заохочення і підвищення корпоративної соціальної відповідальності [1]. Інші вчені вважають, що уряд може виконувати роль арбітра за допомогою регулювання і встановлення лише мінімальних стандартів, допомагаючи таким чином суспільству подолати проблему «безбілетника».

Основними моделями взаємодії держави і бізнесу у питаннях соціальної відповідальності, на наш погляд, є дві. Перша з них – англо-американська модель. Вона передбачає мінімальне втручання держави та спирається на такий тип взаємовідносин, в якому домінує соціальна відповідальність між бізнесом і суспільством. Так, наприклад, американська професійна освіта фінансується приватним сектором, а на підготовку, перепідготовку та підвищення рівня