діяльності законодавства України і встановлених нормативів з метою забезпечення стабільності банківської системи та захисту інтересів вкладників". Разом із тим, аналіз змісту Закону про Національний банк дозволяє стверджувати, що законодавець не завжди послідовний щодо розуміння цих понять. Так, у п. 8 ст. 7 Закону про Національний банк банківське регулювання та нагляд розглядаються як "єдина самостійна функція Національного банку", а в ч .2 ст. 55 говориться про те, що "Національний банк здійснює функції банківського регулюваня і нагляду", тобто дві окремі самостійні функції. Проте деякі вчені не акцентують увагу на цих розбіжностях і визначають поняття "банківське регулювання" згідно нормативно-правового акту, а саме: ст. 1 Закону про Національний банк [3, с. 120]. Поняття "регулювання" часто належить до юридичних правил або адміністративних вимог. "Нагляд" означає процедуру моніторингу за здійсненням діяльності щодо цих вимог. Гері Гегенхаймер [1, с.4] виділяє пруденційний нагляд як спеціалізований нагляд, який у більшості належить до фінансових інститутів, передусім банків, та розроблений для гарантування фінансової стабільності банків. Вчений вказує на два шляхи здійснення пруденційного нагляду для країн, які до нього вдаються: – гарантуючи те, що банки здійснюють діяльність з обмеження та контролю за ризиком; – гарантуючи те, що банківська діяльність здійснюється особами, які відповідають критеріям порядності та чесності.

Якщо розглядати поняття "банківське регулювання" через призму аналізу причин його виникнення, його основних напрямів, завдань та методів, то можна узагальнити, що, по-перше, банки є найбільш масштабним зберігачем коштів та заощаджень. Втрата відповідних коштів через банкрутство чи внутрішні банківські злочини мала б катастрофічні наслідки. Багатьом із тих, хто бажає зберегти свої заощадження, бракує досвіду у фінансових питаннях та інформації для оцінки надійності банку. Для цього відповідні державні установи беруть на себе повноваження для збору інформації, необхідної для оцінки фінансового стану банків, із метою захисту їх клієнтури від матеріальних збитків. Із цією ж метою здійснюється страхування депозитних вкладів, а також періодичний контроль за політикою і практикою банків. Тобто, захист прав та інтересів вкладників виділяється як самостійна мета банківського регулювання. По-друге, контроль за банками необхідний, оскільки вони не тільки посередники на ринку, а й підприємства, які можуть "створювати гроші", надаючи позики своїм клієнтам або через власну інвестиційну діяльність за рахунок безперешкодного використання депозитів; по-третє, банки створюють основу механізму національних розрахунків. Розлад цієї системи може мати серйозні та глибокі негативні наслідки, беручи до уваги високий ступінь взаємозв'язку сучасної фінансової і виробничої сфер; по-четверте, взаємини між банками та державою мають історичний характер. На початку промислової ери держава переважно покладалася на дешеве банківське кредитування та кошти від оподаткування банківської діяльності. Цей механізм був альтернативою оподаткуванню державою своїх громадян у часи, коли державі були необхідні кошти для утримання армії чи інвестування масштабних проектів.

Література: 1. Гегенхаймер Гері. Закон про комерційні банки: основні розділи та положення // Матеріали семінару "Закон про комерційні банки та його роль в забезпеченні умов ефективної банківської діяльності в Україні" (Україна, Пуща-Озерна, 4-5 червня 1999 р.). – К., 1999. – С. 4-8. **2.** Загородній А. Г. та ін. Фінансовий словник. - 4-е вид. випр. і доп. – К.: Знання, 2002. – 424 с. **3.** Міщенко В. І., Кротюк В. Л. Центральні банки: організаційно-правові засади. - К.: Т-во "Знання", 2004. – 282с. **4.** Орлюк О.П. Банківська система України. Правові засади організації. - К.: Юрінком Інтер, 2003. - 240 с.

Кардінал Т.Л., *студент,*
Поліщук С.В.,
студент
Бабчинська О.І., *к.е.н., доцент ВТЕІ КНТЕУ,*
м. Вінниця, Україна

КОМУНІКАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасний менеджмент неможливо уявити без засобів що дозволяють передавати, опрацьовувати і аналізувати інформацію, необхідну для прийняття управлінських рішень. Комунікації в організації являють собою невід'ємну складову діяльності як керівника, так і підлеглих. Особливості розвитку комунікацій в менеджменті, умови ефективності

комунікаційних процесів неодноразово досліджувались як зарубіжними, так і вітчизняними дослідниками Б. Адамс, К. Шенон, В. Зигерт, А. Дейнеки, А. Кібанова, П. Журавльова та ін..

Відомо, що внутрішні комунікації - це інструмент, який дозволяє компаніям ефективно використовувати інтелектуальні і творчі здібності співробітників для створення додаткових цінностей і отримання максимального результату. Їх роль полягає в тому, щоб пов'язувати між собою різні фрагменти інформації, показувати всю систему взаємозв'язків і допомагати співробітникам компанії виконувати свої обов'язки найбільш ефективно. Обмін інформацією всередині організації, а також між організацією та зовнішнім середовищем забезпечують комунікативні процеси [1, с. 37]. Комунікація — це обмін інформацією, внаслідок якого керівник одержує необхідну для прийняття ефективних рішень інформацію і доводить їх до підлеглих теж у формі інформації. Комунікації є невід'ємним атрибутом процесу управління. Вони зв'язують окремі елементи організації у єдине ціле, даючи можливість координувати їх дії, аналізувати успіхи та невдачі, виправляти допущені помилки, доручати нові завдання тощо; з'єднують її із зовнішнім середовищем – дозволяють отримувати інформацію про стан ринку та поведінку на ньому суб'єктів господарювання, повідомляти партнерів по бізнесу і споживачів про свої наміри та впливати на їх поведінку.

Комунікації в організації – невід'ємна частина діяльності керівника і підлеглого. Деякі дослідники вважають, що ефективність управління персоналом пропорційна ефективності комунікаційних процесів в організації.Керівники обмінюються інформацією для реалізації своєї ролі в міжособистісних стосунках, у процесі прийняття управлінських рішень, а також для виконання функцій планування, організації, мотивації та контролю. Комунікація в туристичній організації являється процесом взаємодії, під час якого відбувається передача чи обмін інформацією. При цьому комунікація вважається успішною, якщо вона пройшла повний цикл. Відправник передає інформацію адресату, останній має однозначно зрозуміти її зміст. Успішний комунікаційний процес залежить також від послідовної побудови інформаційного повідомлення відправником: привернення уваги – інтерес – перехід до основної частини – уточнення деталей – обговорення – висновок – заклик до дії. Очікуваним результатом успішної комунікації є зміна поведінки адресата. Вирізняють наступні види комунікацій. Формальні. Визначаються організаційною структурою підприємства. Чим більша кількість рівнів управління, тим вище вірогідність викривлення інформації, адже кожний відділ має можливість відфільтровувати і коригувати комунікаційні повідомлення; Неформальні комунікації – спілкування між друзями, приятелями або канал поширення чуток, пліток. За даними зарубіжних дослідників саме неформальне спілкування поставляє 66% інформації співробітникам організації, проте 80 % якої – виробнича інформація ; Вертикальні комунікації – висхідні або низхідні; Горизонтальні – канал обміну інформацією між відділами для узгодження дій; Міжособистісні комунікації – вербальне спілкування людей в любому з видів комунікації [2, с. 129].

Система внутрішніх комунікацій – це комплекс заходів, який передбачає налагодження взаємодії усіх видів комунікації. До того ж кожен з видів комунікації не є ідеальним та має недоліки. Так, за даними деяких зарубіжних досліджень, практична ефективність горизонтальних комунікаційних зв’язків сягає 90 %, а вертикальних – 20-25%, тобто виконавець має у своєму розпорядженні лише п’яту частину потрібної інформації. Недостатню ефективність вертикальних комунікацій підтверджують дані про те, що в залежності від властивого способу слухання отримувач послання може упускати до 70 % інформації. Висхідні вертикальні комунікаційні зв’язки мають також низький відсоток ефективності – 10 %. Тобто до топ-менеджмент володіє лише десятою частиною інформації від співробітників. Керівник туристичного підприємства до 90% часу витрачає на комунікацію з підлеглими, колегами, іншим керівництвом. 80% зарубіжних топ-менеджерів вважають комунікаційну взаємодію однією із самих складних проблем в організації, а неефективні комунікації – основною перешкодою на шляху до процвітання компанії. Проте дуже часто сучасні керівники нехтують налагодженням ефективних комунікаційних потоків всередині організації через зайнятість, власне негативне ставлення до комунікаційної взаємодії, що негативно позначається на формуванні організаційної культури в цілому, іміджу керівника та процесі керованості організацією, мотивації співробітників [3, с. 194]. Недбало організовані комунікативні зв'язки збільшують витрати часу на рішення будь-якого питання, ускладнюють досягнення результату, породжують виникнення

конфліктів та непорозумінь. До того ж налагоджені внутрішні комунікації покращують процес управління організацією, а отже, зменшують витрати часу на адаптацію співробітників, пом'якшують опір змінам зі сторони персоналу. Організація із налагодженими комунікаційними зв'язками демонструє швидку реакцію на зміни на ринку праці, якісне обслуговування, високу мотивацію персоналу.

Висновок. Від ефективності організації комунікативного процесу в менеджменті залежить успіх фірми. Чим вище швидкість передачі інформації на підприємстві і чим вона достовірніше, тим продуктивніше воно працює. Комунікація – це обмін інформацією, на основі якого керівник отримує необхідну інформацію для прийняття ефективних рішень і доводить їх до працівників. Обмін інформацією вбудований у всі види управлінської діяльності, тому комунікації названі з'єднуючим процесом. В даний час надзвичайно важливим пошук найбільш ефективних форм комунікаційної взаємодії взаємодії, постійне вдосконалення вже існуючих комунікацій та визначення нових підходів щодо розвитку внутрішніх комунікацій.

Література: 1. Делія О. Ефективна комунікація в управлінні персоналом / О. Делія // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2012. — Вип. 1 (6). — С. 36-40. **2.** Сагер Л.Ю. Аналіз теоретичних основ внутрішніх комунікацій як необхідної умови ефективного управління підприємством // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. - №1. – С. 128-136. **3.** Туріянська М.М. Комунікації в системі управління знаннями / М. Туріянська // Вісник економічної науки України. – 2011. – № 2. – С. 194–196.

Клименко А.В.,
здобувач кафедри державного управління та місцевого самоврядування АМУ,
м. Київ, Україна

ПРОГРАМА ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСУВАННЯ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА

Визначальна роль галузі будівництва полягає у створенні умов для динамічного розвитку економіки країни. Продукцією капітального будівництва є виробничі потужності й об'єкти невиробничого призначення, що вводяться в дію й прийняті у встановленому порядку. По мірі введення в дію вони стають основними фондами. У їхньому створенні беруть участь і інші галузі економіки (промисловість будівельних матеріалів, металургія, машинобудування й хімічна промисловість та ін.). Будівлі й споруди, оснащені технологічним, енергетичним та іншим устаткуванням і технікою, становлять натурально-речовинний зміст основних виробничих фондів. Крім створення основних фондів, до функцій капітального будівництва відносяться розширення, реконструкція й технічне переозброєння вже діючих основних фондів. Тому основним завданням капітального будівництва є розширене відтворення і якісне відновлення основних фондів усіх галузей економіки країни.

Манцевич Ю.М. визначає такі специфічні ознаки розвитку житлового господарства: значна розпорошеність власників; висока фондомісткість; інвестиційна привабливість; складність здійснення керованої централізованої політики з прогнозованим результатом; дуже великий ризик переходу будь-якої суперечності в судову площину. Наявність тісних економічних зв'язків з іншими галузями і підгалузями господарського комплексу дає право вважати житлове господарство вагомим чинником формування і стабільності економіки держави в цілому [1, с.39]. Житлове будівництво також має найбільший вплив на зростання економіки серед пріоритетних інвестиційних програм, що володіють мультиплікативним ефектом. Це пояснюється тим, що житлове будівництво, у порівнянні з іншими галузями економіки, має ряд наступних переваг. По-перше, житлове будівництво має великий коефіцієнт взаємозв'язку з іншими галузями економіки. По-друге, у будівництві зосереджено до 21% обсягу торговельних послуг, 8% транспортних послуг і майже 12% загального обсягу послуг бізнесу. Для більшої частини зазначених галузей будівельне виробництво виступає головним споживачем їх продукції, на них припадає 65% загального обсягу споживаних будівництвом предметів праці й близько 50% – знарядь праці. У міру поглиблення галузевої спеціалізації відбуваються зміцнення ринкових зв'язків між галузями й перетворення їх у різновид технологічних зв'язків, а виробництво в окремих галузях виступає як частина єдиного технологічного процесу підготовки й здійснення будівництва. Таким чином, тісний взаємозв'язок будівельного комплексу з множиною суміжних галузей економіки дає величезний мультиплікативний ефект за рахунок