

ської місцевості. Важливою умовою ефективної діяльності сільськогосподарських агропідприємств є удосконалення механізму забезпечення їх конкурентоспроможності.

Система оподаткування, яка діє в державі, повинна стимулювати розвиток сільськогосподарського виробництва та сприяти підвищенню їх конкурентоспроможності. Механізм ціноутворення і кредитних відносин, а також державних інвестицій і страхування ризиків у галузі вимагають суттєвого вдосконалення.

Висновки. У підвищенні конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств велике значення мають якість продукції, її собівартість та ціна реалізації, а також соціальна політика, спрямована в першу чергу на підвищення трудової зайнятості населення, фінансування соціальних програм, підвищення трудової і технологічної дисципліни.

Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств тісно пов'язана з наявністю висококваліфікованих кадрів, здатних в нових ринкових умовах приймати економічно обґрунтовані управлінські рішення, а це потребує зменшувати дефіцит висококваліфікованих спеціалістів, особливо середньої ланки.

Література:

1. Андрійчук В.Г. Капіталізація сільського господарства: стан та економічне регулювання розвитку / В.Г. Андрійчук. – Ніжин: ТОВ “Видавництво “Аспект-Поліграф”, 2007. – 216 с.

2. Макаренко П.М. Теорія і практика державного регулювання в аграрній сфері: [монографія] / П.М. Макаренкою – К.: “Інститут аграрної економіки” УААН, 2009. – 636 с.

3. Саблук П.Т. Фрмування міжгалузевих відносин: проблеми теорії та методології / П.Т. Саблук, М.Й. Малік, В.Л.Валентинов. – К.: ІАЕ, 2002. – 294 с.

4. Шпикуляк О.Г. Інститут аграрного ринку: монографія / О.Г. Шпикуляк. – К.: ННЦ ІАЕ, 2009. – 480 с.

УДК: 339.9 : 316.4

ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ФАКТОР НАЛАГОДЖЕННЯ ВЗАЄМОВИГІДНИХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

***Паламарчук Г.А., к.с.-г.н., Сазонова Т.О., к.е.н., Шульженко І.В., к.е.н.
Полтавська державна аграрна академія***

Розглянуті особливості та проблеми налагодження ефективного ділового спілкування між партнерами різних країн. Розглянуті особливості ділового спілкування вітчизняних підприємців. Доведена необхідність формування стратегії і тактики ефективного ділового спілкування з іноземними контрагентами, враховуючи не тільки ментальні, культурні, професійні особливості іноземного партнера, але й ділову етику. Бізнес, що має моральну основу, є вигіднішим і прогресивнішим.

The considered features and problems of adjusting of effective business intercourse are between the partners of different countries. Considered features intercourse business's of home businessmen. Well-proven necessity of forming of strategy and tactics of effective business intercourse with foreign contractors, taking into account the mental, cultural, professional features of

foreign partner, but also business ethics not only. Business that has moral basis is more advantageous and more progressive.

Постановка проблеми. Інтеграційні процеси, що притаманні сучасному економічному життю в цілому, та аграрному виробництву, зокрема, здійснюють прямий вплив на зростання значимості зовнішньоекономічних зв'язків аграрних підприємств з іноземними контрагентами. Такі відносини формуються шляхом ведення ефективного ділового спілкування. Проблема на разі полягає в тому, що сучасні аграрні менеджери, в переважній більшості, не володіють навичками ділового спілкування з іноземними партнерами, не зважаючи на те, що принципи ділового спілкування є більш-менш єдиними. При формуванні стійких взаємовідносин з іноземним партнером окрім дотримання ділового етикету необхідно застосовувати й індивідуальний підхід. Існуючі дослідження вказують на те, що сучасний менеджер середньостатистичного аграрного підприємства недостатньо обізнаний з правилами ділового спілкування з іноземним партнером., що безпосередньо впливає на рівень ефективності встановлюваних взаємозв'язків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам формування ефективного ділового спілкування присвячені праці В.В. Давиденка, О.З. Дюміна, А.О. Ніколаєвої, А.П. Загнітко, І.Г. Данилюка, М.Г. Зубкова, Ю.В. Палеха, Т.О. Савчина, Ф.І. Хміля, Т.К. Чмут, Г.Л. Чайки та інших. Враховуючи основне із зазначених праць, вважаємо за доцільне враховувати наступне.

По-перше, слід завжди враховувати, що потреба людей у спілкуванні – одна з базових, що визначає їх спільну діяльність і викликається об'єктивною необхідністю співіснування. Успіх тієї чи іншої справи більше ніж на 80% залежить від уміння спілкуватися [5].

По-друге, спілкування – це складний багатоплановий процес встановлення і розвитку контактів між людьми (міжособистісне спілкування) і групами (міжгрупове спілкування), в якому здійснюється обмін інформацією; обмін діями; сприйняття і розуміння партнера [2, с. 50].

По-третє, спілкування двох індивідів, які є його активними суб'єктами, передбачає налагодження спільної мовленнєвої діяльності, переважно діалогічного типу, активний обмін інформацією, взаємовплив. Його ефективність вимірюється тим, наскільки вдалося здійснити цей вплив. Це означає зміну самого типу взаємин, що склалися між учасниками [3, с. 28].

По-четверте, у ході спілкування можуть скластися взаємини різного характеру: взаєморозуміння, взаємовплив, непорозуміння, конкуренція, конфліктність, конфронтація тощо. У спілкуванні здійснюється своєрідна «презентація» внутрішнього світу особистості, його ділових, професійних поглядів, ерудованості, особистісних позицій. Для налагодження взаємовигідних виробничих взаємозв'язків менеджеру необхідно володіти мистецтвом ділового спілкування. При використанні методів, засобів налагодження ефективних переговорів менеджери мають змогу – кожен зі свого боку – досягти поставленої мети, дійшовши до певного консенсусу.

Не зважаючи на суттєвий доробок дослідників, ділове спілкування роз-

глядається в цілому, але все ж таки воно має галузеві особливості.

Постановка завдання. З огляду на вище зазначене, мета даної статті полягає у формуванні пропозицій щодо побудови системи ефективного ділового спілкування з іноземними партнерами для менеджерів аграрних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобалізація – це об'єктивний соціальний процес, суттю якого є посилення взаємозв'язку та взаємозалежності національних економік, політичних та соціальних систем, національних культур і навколишнього середовища. Обличчя глобалізованого світу визначає активність інтеграційних, інформаційно-технологічних та інноваційно-інвестиційних процесів, а також жорстку конкуренцію і безкомпромисну боротьбу за високу прибутковість. Даним вимогам сьогодення повинні відповідати всі галузі вітчизняної економіки, в тому числі й аграрна. Тривалий час спілкування та ведення бізнесу в аграрному секторі економіки України обмежувалося лише колом вітчизняних господарюючих суб'єктів. Нині роль зовнішньоекономічних зв'язків повсякчас зростає. Прагнучи входження до Європейського ділового світу Україна має розвивати не тільки власну економіку, згідно з європейськими стандартами, але й вчитися вести ділове спілкування в кожному окремому випадку, враховуючи загальноприйнятий у світі діловий етикет.

Взагалі ділове спілкування визначається як специфічна форма контактів і взаємодії людей, які представляють не лише самих себе, а й свої організації [5]. Його схему наведено на рис. 1.



Рис. 1 Схема ділового спілкування з іноземними партнерами

Для аграрних менеджерів оволодіння правилами ділового спілкування в цілому, й, зокрема з іноземними партнерами, є необхідним для побудови взаємовигідних зовнішньоекономічних відносин. І якщо функції реалізації сільськогосподарської продукції за кордон, в основному, зосереджені у руках великих торгівельних компаній (окреме аграрне підприємство, їх об'єднання на сьогодні втратили ці функції), то виставкова, ярмаркова діяльність, обмін досвідом (у рамках консалтингових послуг, обміну працівниками, стажуван-

ня тощо) набуває все більшої популярності.

Ділове спілкування, на відміну від його інших видів, має свої особливості, а саме [4, с. 36; 7, с. 124; 8, с. 75]:

- наявність певного офіційного статусу об'єктів;
- спрямованість на встановлення взаємовигідних контактів та підтримку зв'язків між представниками взаємозацікавлених організацій;
- відповідність певним загальноновизнаним і загальноприйнятим правилам;
- передбачуваність ділових контактів (які попередньо плануються), на основі чого визначається їх мета, зміст і можливі наслідки;
- конструктивність характеру взаємовідносин, їх спрямування на розв'язання конкретних завдань, досягнення певної мети, як правило, не виходячи за рамки певного кола питань;
- взаємоузгодженість рішень, домовленість та подальша організація взаємодії партнерів;
- значущість кожного партнера як особистості;
- безпосередня діяльність, якою зайняті люди, а не проблеми, що бентежать їх внутрішній світ.

Отже, готуючись до ділових переговорів менеджер має обов'язково враховувати згадані вище особливості. Орієнтація на них – це вже половина успіху, адже направленість на досягнення порозуміння, пошук взаємовигідних пропозицій, професійний підхід як до особистості партнера, так і до бажаного результату, становить основу конструктивного діалогу.

Особливість ділового спілкування між вітчизняними аграрними менеджерами полягає у відмінності українського менталітету від менталітету інших національностей. Українця за кордоном сприймають так: українець – це інтроверт, з сильним відчуттям свого «я» і бажанням його самовияву; це – людина, в якій розвинене почуття власної гідності й яка прямує до зняття перешкод та обмежень власної свободи. Українці виявляють сердечність, незлопам'ятність, співчуття до ближнього, бажання надати допомогу скривдженим. Вони шанують традиції, закладені минулими поколіннями, поважають сім'ю, громаду. Водночас українці пасивні, заздрісні, мають розсудливий холодний аналітичний розум і не дуже зважають на великі спільноти [8, с. 50].

Менеджер І. Гертсберг, яка успішно працювала в компаніях США та Канади, порівнює залежність українського менеджменту від українського менталітету: «На Заході, якщо у людини є власні професійні думки щодо чиеїсь ідеї, вона їх чесно висловлює, і міжособистісні стосунки при цьому залишаються такими, як і були до цього, навіть якщо зауваження були критичними. В Україні зауваження по роботі сприймаються як особиста образа. При цьому часто кажуть не все так, як думають. Тут не можуть від чогось відмовитися заради творчої праці і не вміють працювати так, щоб творчість стала частиною життя кожного працівника. Більше того, творчість не підтримується і творча людина займається своєю справою винятково заради самореалізації. Незрозумілим є і те, чому тут постійно спізнюються. Не можна розраховувати на людей, які не цінують час» [9].

Витоками конфліктів між діловими культурами України і Заходу є те, що менеджери-іноземці, зокрема американські, не досить повно вивчають, а отже, й використовують у практиці менеджменту на території України елементи і характеристики її національної культури та менталітету, не враховують відмінності, які існують у семантиці, діловій термінології та діловій мові [1]. Менеджерів, які приїждять із Заходу, часто дивують грубощі у стосунках українців. Але потім вони зазначають, що через деякий час бар'єр зникає і відбувається споріднення з українцями душею. Відзначається, що здатність українців до глибокого спілкування – велика перевага, яка допомагає створювати сильні й ефективно діючі команди [6].

Варто наголосити на тому, що співпрацюючи з іноземними компаніями, важливо не ігнорувати специфіку своєї національної культури, виробляти свій національний підхід до менеджменту та бізнесу.

З метою формування ефективної стратегії ділового спілкування вітчизняних аграрних менеджерів з іноземними партнерами, на наш погляд доцільно:

- враховувати особливості менталітету потенційного партнера, в т.ч. притаманний народу характер спілкування, розуміння невербалики, ставлення до часу. Наприклад, американці, європейці можуть під час розмови переходити з одного предмета обговорення на інший, а для людини східної – це незрозуміло і викличе підозрілість;

- дотримуватися ритуалів. Якщо для людей європейської та американської культур обмін візитками є досить формальним актом ввічливості, то для японця - це серйозний ритуал, в якому виявляються щирість та доброзичливе ставлення;

- уникати національної стереотипізації («усі євреї хитрі», «усі росіяни – п'яниці»), етноцентризму;

- дотримуватися норм моралі, звичаїв, традицій.

Вітчизняний менеджер, який ставить за мету налагодження довготривалих, взаємовигідних відносин з іноземним контрагентом має насамперед, пізнати даного конкретного партнера. Для представників поліактивної культури потрібен час для попередніх контактів і пізнання (зустрічі в неофіційних умовах, спільні знайомства тощо), розвивати в собі постійний інтерес до вивчення культури того народу, з представниками якого доведеться мати справу.

У цілому стратегію і тактику ділового спілкування можна зобразити схематично (рис. 2).

З нашого погляду, для налагодження довготривалих взаємовигідних ділових відносин, окрім вищезазначеного, сучасним менеджерам варто детально знати основи сучасної етики. У час, коли матеріальний світ намагається поглинути моральний, – саме моральність партнера є ознакою, що вигідно відрізняє його від інших.

Етика ділового спілкування базується на таких правилах і нормах поведінки партнерів, які сприяють розвитку співпраці. Передусім ідеться про зміцнення взаємодовіри, постійне інформування партнера щодо своїх намірів і дій, запобігання обману та невиконанню взятих зобов'язань.

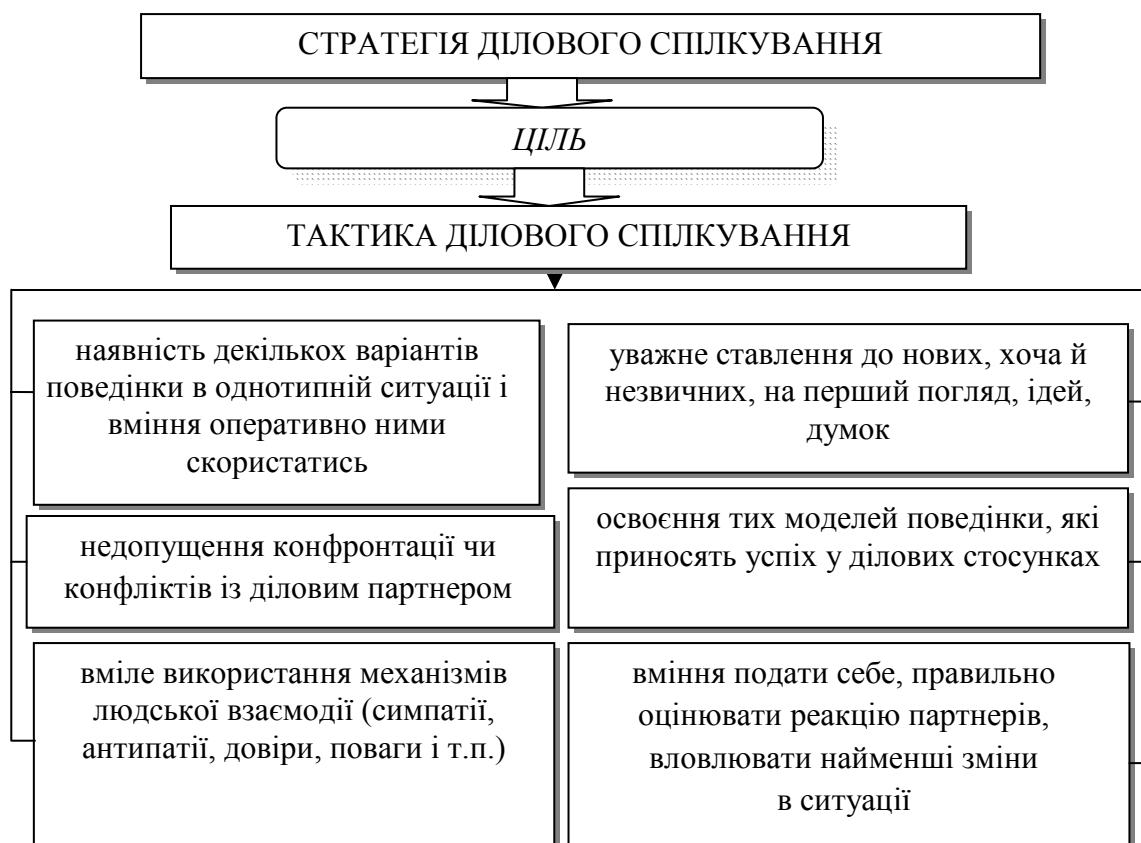


Рис. 2 Стратегія і тактика ефективного ділового спілкування

У деяких зарубіжних корпораціях і фірмах навіть розроблено кодекси честі для службовців. Доведено: бізнес, що має моральну основу, є вигіднішим і прогресивнішим.

Висновки. У сучасних умовах глобалізації та інтеграції зростає роль ефективного ділового спілкування для представників усіх галузей економіки. Ефективне ділове спілкування – це не стільки обмін пропозиціями і вимогами, скільки обмін думками; це пошук спільного рішення. Основи плідного ділового спілкування для вітчизняних і зарубіжних партнерів в своїй основі однакові, але у випадку зовнішньоекономічних відносин обов’язковою є вимога щодо дотримання правил ведення бізнесу, ділового спілкування, врахування менталітету та культури відповідної країни.

Література.

1. Вудзан Б. Ретроспектива і перспектива менеджменту в Україні. <http://www.soskin.kiev.ua/cgi/post.cgi>
2. Дюмін О.З. Ділове спілкування. (Риторика та ораторське мистецтво): [Практ. посіб.] / О.З. Дюмін., А.О Ніколаєва. – Х.: Вид-во ХТУРЕ, 2001. – 146 с.
3. Зубков М.Г. Сучасна українська ділова мова: Мова документів. Орфографія. Усне ділове мовлення. Писемне ділове спілкування. Умовні скорочення за ДСТУ. Вправи та завдання. / М.Г. Зубков. – Х.: Торсінг, 2003. – 448 с.
4. Нижник Н. Р. Ділове спілкування у сфері державного управління / Нижник Н. Р., Пашко Л.А., Олуйко В.М. – Х.: ХУПС, 2005. – 196 с.
5. Палеха Ю.І. Характеристика ділового спілкування [Електронний ресурс] / Ю.І. Палеха. – Режим доступу: <http://dere.com.ua/library/paleha>.
6. Психологія професійної діяльності і спілкування [Електронний ресурс] / За ред. Л.Е. Орбан, Д.М. Гриджука. - К., 1997. - Режим доступу: <http://pidruchniki.com.ua>.

7. Савчин Т.О. Мова і ділове спілкування: норми, етикет, діловодство: навч.-метод. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Т.О. Савчин. - Тернопіль: Вид-во ТДПУ, 2002. – 264 с.

8. Хміль Ф.І. Ділове спілкування: навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Ф.І. Хміль. – К.: Академвидав, 2004. – 278 с.

9. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера [Електронний ресурс] / Г.Л. Чайка. - Режим доступу: <http://pidruchniki.com.ua>.

УДК 657.421.3

ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

Мельник Л.Ю., к.е.н.

Уманський національний університет садівництва

В статті проаналізовано основні проблеми, що стосуються відображення в обліку нематеріальних активів. Запропоновано методiku відображення нематеріальних активів за структурними складовими.

The article analyzes the main problems relating reflection in accounting for intangible assets. The method of displaying intangible assets for structural components.

Постановка проблеми. В сучасних умовах функціонування підприємств не можливе без формування повної інформації про стан активів і пасивів підприємства, в тому числі за рахунок інформації про нематеріальні активи. Тому виходячи із завдань бухгалтерського обліку нематеріальних активів, ми вважаємо, що головним є процес оприбуткування та документальне їх оформлення.

Нематеріальний актив на сьогоднішній день дуже складний актив, який потребує вивчення як з наукової точки зору, так і з практичної.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам обліку нематеріальних активів приділяли увагу О.Б.Бутнік-Сіверський, І.А.Бігдан, Н.Г.Виговська, В.Б. Моссаковський, О.Підпригора, О.Д.Святоцький, В.Чеботарьов та інші.

Постановка завдання. Найважливішим завданням бухгалтерського обліку нематеріальних активів є процес оприбуткування, постановки на баланс та документального оформлення. Практика показує, що існуюча методика обліку нематеріальних активів не дає змоги відобразити їх фактичну вартість в балансі підприємства, що призводить до неможливості їх максимального використання у господарському обороті підприємства.

На сьогоднішній день відсутня дієва система документування операцій з нематеріальними активами, яка б давала можливість отримувати інформацію про наявність нематеріальних активів на підприємстві та вимірювати суму додаткових економічних вигод від їх використання.

Результати досліджень. Питання обліку нематеріальних активів є одним найбільш складних і неоднозначно вирішуваних в обліковій практиці як українській так і західній.