

Науковий журнал

3.2008

ВІСНИК

**Хмельницького
національного
університету**

Економічні науки

Том 2

Хмельницький 2008

ВІСНИК

Хмельницького національного університету

Затверджений як фахове видання
Постановою президії ВАК України
від 19.01.2006 № 2-05/1 (бюл. ВАК № 2'2006 р.)

Засновано в липні 1997 р.

Виходить 6 разів на рік

Хмельницький, 2008, № 3, Т. 2 (110)

**Засновник і видавець: Хмельницький національний університет
(до 2005 р. — Технологічний університет Поділля, м. Хмельницький)**

Головний редактор	Скиба М. Є. , заслужений працівник народної освіти України, д. т. н., професор, академік УТА, ректор Хмельницького національного університету
Голова редакційної колегії	Сілін Р. І. , заслужений працівник народної освіти України, д. т. н., професор, академік МАІ, академік АІН України, академік УТА
Заступник головного редактора	Каплун В. Г. , д. т. н., професор, академік УТА, Хмельницький національний університет
Відповідальний секретар	Гуляєва В. О. , завідувач патентно-інформаційним відділом, Хмельницький національний університет

Ч л е н и р е д к о л е г і ї

Економічні науки

д. е. н. Войнаренко М. П., д. е. н. Бельтюков Є. А., д. е. н. Благун І. С., к. е. н. Бондаренко М. І., д. е. н. Ведерніков М. Д., д. е. н. Геєць В. М., к. т. н. Григоруку П. М., д. е. н. Завгородня Т. П., к. т. н. Йохна М. А., д. е. н. Козак В. С., д. е. н. Кругляк Б. С., д. е. н. Кулинич О. І., к. е. н. Лук'янова В. В., к. е. н. Любохинець Л. С., к. е. н. Мороз В. С., д. е. н. Нижник В. М., д. е. н. Орлов О. О., к. е. н. Сокирник І. В., д. е. н. Федулова Л. І., к. е. н. Хмелевська А. В., д. е. н. Хрущ Н. А.

Відповідальний редактор серії "Економічні науки" **Войнаренко М. П.**, д. е. н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, академік АЕНУ, МАІ, УАЕК, проректор Хмельницького національного університету

Відповідальний за випуск к. т. н., професор Йохна М. А.

Технічний редактор к. т. н. Романюк В. В.

Редактор-коректор Мільман В. І.

Адреса редакції: Україна, 29016, м. Хмельницький, вул. Інститутська, 11, Хмельницький національний університет
редакція журналу "Вісник Хмельницького національного університету"
☎ (03822) 2-51-08
e-mail: patent_1@beta.tup.km.ua
web: http://library.tup.km.ua/visnyk_tup.htm
<http://visniktup.narod.ru> <http://vestnik.ho.com.ua>

Зареєстровано Міністерством України у справах преси та інформації.
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
Серія КВ № 9723 від 29 березня 2005 року (перереєстрація)

© Хмельницький національний університет, 2008
© Редакція журналу "Вісник Хмельницького національного університету", 2008

ЗМІСТ

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

М. М. МИКОЛАЙЧУК ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНУ	7
І. Г. ЯНЕНКОВА ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	10
О. В. ХИТРА ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПРЯМОГО ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ	14
В. М. НИЖНИК, Ю. В. ЄГОРОВА АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ЗАЛУЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ	20
А. В. КОРЮГІН ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ АПК РЕГІОНУ	23
В. В. КОВАЛЬЧУК ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ	28
Л. П. ПІДДУБНА РОЛЬ МІСЦЕВОЇ ВЛАДИ У ФОРМУВАННІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІЇ	32
Н. П. ЗАХАРКЕВИЧ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ	35
Д. А. АРЗЯНЦЕВА КОМПЛЕКСНА ДІАГНОСТИКА РЕГІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	40
В. М. ЙОХНА, В. С. БАСТРИЧЕВ ПРОБЛЕМИ СТРАХУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ РИЗИКІВ, ПОВ'ЯЗАНИХ З РЕАЛІЗАЦІЄЮ ІННОВАЦІЙ	44
О. В. ПРОСКУРОВИЧ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ АУТСОРСИНГУ У СТРАХОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	48
Р. О. КУШНІР, І. Б. ХОМА ДЕРЖАВНЕ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	52
Г. В. МАХОВА, М. І. ДЯЧЕНКО СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ	54
В. В. ДЕРГАЧОВА ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ	57
О. В. ТУЖИЛКІНА РОЛЬ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ В ФОРМУВАННІ ПАРАДИГМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	61
Л. М. БАБИЧ, Т. М. АКСЬОНОВА СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВХОДЖЕННЯ УКРАЇНИ ДО СОТ: ШЛЯХИ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ	65
С. І. БАЙ, К. В. ЯЦИШИНА ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ СВІТОВОГО НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ	70
Л. В. КИРИК, С. Б. КАТАЄВА ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНУ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО ФОРМУВАННЯ	75

Н. В. ЦИМБАЛЕНКО АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	78
Л. М. КРАВЧУК ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ РЕГУЛЮВАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	80
Ю. Н. ФИЛАТОВ СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРИОРИТЕТОВ	83
Н. М. КИРИЛКО РОЛЬ І МІСЦЕ РЕГІОНАЛЬНИХ ВИСТАВОК У СТРАТЕГІЧНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	85
А. Г. ЧЕРНОМАЗЮК ВЕНЧУРНИЙ БІЗНЕС: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ	88
О. А. ФОМОВА ПРОБЛЕМИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР В УКРАЇНІ	93
А. В. СТОЯН ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ УКРАИНЫ В КОНТЕКСТЕ НООСФЕРНОГО УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КАК ВОСПРОИЗВОДСТВЕННОГО МИРОВОГО НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ	97
О. Р. ОВЧИННИКОВА АНАЛІЗ ДЕЯКИХ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ МІГРАЦІЙНИХ ПЕРЕМІЩЕНЬ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ	103
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕАЛІЗАЦІЇ ФУНКЦІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ	
І. А. ІГНАТЬЄВА, В. С. КУДЛАЙ, О. Ю. ЄВЛАХ ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ АДАПАТАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ ДО ПРИНЦИПІВ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ	108
Є. Г. РЯСНИХ, І. В. НЕСТОРИШЕН АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ЗАТРАТАМИ В УМОВАХ РИНКУ	111
Н. А. ХРУЦ, М. В. ЖЕЛІХОВСЬКА, О. С. КОРПАН ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЦЕСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЯМИ	115
А. Г. ЛІТВІНОВА, В. В. СТАДНИК КЛІЄНТО-ОРІЄНТОВАНІ ТЕХНОЛОГІЇ У РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА	118
Н. В. МОЗГОВА ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	123
М. П. ДЕНИСЕНКО, Д. М. ЛОЙКО ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	127
С. В. ЧЕРНИШЕВА ОЦІНКА ЯКОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ БАНКІВ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ МАРКЕТИНГУ ВІДНОСИН	131
Т. Є. СІГАЄВА РЕКЛАМА В ПРОЦЕСІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТУВАННЯМ ПІДПРИЄМСТВ	135
Г. А. МОЛОДЧЕНКО, Т. Г. МОЛОДЧЕНКО-СЕРЕБРЯКОВА ПРОЕКТНИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ТЕХНИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ЖИЛЫХ ЗДАНИЙ	139
Н. В. ФАТЕЕВ, И. М. ЗАПОРОЖЕЦ ФИНАНСОВЫЙ ЛИЗИНГ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СУДОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	141

Л. Г. СМОЛЯР, М. А. ПІЧУГІНА КРЕАТИВНА МЕРЕЖА, ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИЙ КЛАСТЕР	144
Є. Ю. САХНО, І. В. КАЛІНЬКО, А. В. РЕБЕНОК РЕГУЛЮВАННЯ ВИХІДНИХ ПАРАМЕТРІВ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ СТРАТЕГІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА	148
О. М. КОСПЮК ВИЗНАЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНОГО РОЗМІРУ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР ТА ЇХ ОБ'ЄДНАНЬ	151
В. М. ФРАНКО КОРПОРАТИВНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ	154
О. О. ГАСИЛО КОНТРОЛІНГ ЯК ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ	158
В. В. ЧЕРНЕГА РИНКОВІ МОЖЛИВОСТІ — ПАРАДОКС ЧИ НЕОБХІДНІСТЬ	162
І. П. МОЙСЕЄНКО ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	166
Н. Л. ЛЮБЧЕНКО СИСТЕМА ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФАКТОРІВ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	170
Р. С. МИРОНОВ, С. А. БУРИЙ СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ СКЛАДОВІ	173
Л. О. ЛАЗАРЕНКО, Н. С. СТЕПАНЮК ЕФЕКТИВНІСТЬ БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ РЕІНЖІНІРИНГУ В УМОВАХ ЗРОСТАЮЧОЇ РИНКОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ	177
А. А. МАЛИЦЬКИЙ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ЯК СКЛАДОВІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ТОРГІВЛІ НАФТОПРОДУКТАМИ	180
Л. І. РЕДЬКО ПРОБЛЕМИ РОЗРОБКИ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	184
С. О. МИХАЛЬЧИК, Т. В. МИХАЛЬЧИК ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ ЛОГІСТИКИ СЕРЕДНЬОГО ТА МАЛОГО БІЗНЕСУ	188
Л. В. КИБА ВИБІР СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ	190
Н. І. ФЕДИНЕЦЬ ВИЗНАЧЕННЯ ЧИННИКІВ МАКРОСЕРЕДОВИЩА ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ В МЕНЕДЖМЕНТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	194
Д. М. БОНДАРЕНКО РОЛЬ ТЕХНОЛОГІЧНОГО АУДИТУ У ФОРМУВАННІ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ	197
Л. В. СТЕПАНОВА ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ЧИННИК УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ	199
Л. Р. ПРУС УПРАВЛІННЯ ВРАЖЕННЯМИ ЯК СУЧАСНА БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЯ	202
Н. С. СТЕПАНЮК, В. М. АЛЄШКО ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ПІДСИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ	205
С. В. ВОВЧОК СИСТЕМА РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ: СУТНІСТЬ, СТРУКТУРА ТА ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ	208

К. О. ЧИГИРИК ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	211
О. Г. КУЗЬМИЧ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОБУТОВИХ ПОСЛУГ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ	214
В. В. БУГАС, Н. О. СЕРГЄЄВА МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ НАЙМАНИХ ПРАЦІВНИКІВ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ	216
Я. О. БАРИБІНА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ	219
Л. П. КОНДРАЦЬКА РОЗВИТОК ТЕОРЕТИЧНИХ ЗАСАД ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ РОБОЧОЇ СИЛИ: ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД	222
В. В. РОМАНЮК ВИПУКЛА ГРА НА ОДИНИЧНОМУ КВАДРАТІ З ЯДРОМ, ЩО ДОРІВНЮЄ СУМІ ОБОХ ЧИСТИХ СТРАТЕГІЙ ТА ЇХ ДОБУТКУ	227
В. О. МУКОМЕЛА-МИХАЛЕЦЬ НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ АКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	233
О. С. НОВІКОВА, А. О. НОВІКОВ ПРАКТИКА ГОСПОДАРЮВАННЯ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ КОРПОРАТИВНИХ КОНФЛІКТІВ	236
М. В. ЧУХРІЙ ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВ І ДЖЕРЕЛА ЇХ ФОРМУВАННЯ	241
Т. О. СКРИПКО, О. О. ЛАНДА ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗГІДНО З ЗАКОНАМИ ЇЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ	245
С. В. КОВАЛЬЧУК УМОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ	249
Т. І. ЛЕПЕЙКО, К. В. КРИВОБОК ОЦІНКА РІВНЯ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РОЗВИТКУ ТРАНЗИТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	251
Л. В. НЕЧВОЛОДА АВТОМАТИЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ РАЗВИТИЕМ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ФОНДОВ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	255
І. В. ІВАНОВА ЕКОНОМІКА ЗНАТЬ ПОТРЕБУЄ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	259

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

УДК 338.971+351.3

М. М. МИКОЛАЙЧУК

Національна академія державного управління при Президентові України

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНУ

Для забезпечення відродження економіки України та її сталого розвитку необхідно активізувати зусилля регіонів щодо виявлення внутрішніх резервів зростання та сприяння досягненню загальнодержавних цілей.

Визначна роль регіонів України у її соціально-економічному розвитку зумовлена тим, що за територією, чисельністю населення, природно-ресурсним потенціалом деякі з них перевищують європейські держави. Наприклад, чисельність населення Одеської області більше ніж в Латвії, Естонії. Тобто кожний з регіонів – це достатньо потужний господарський комплекс, який має свої природно-ресурсні та соціально-економічні особливості, екологічні проблеми, та суттєво впливає на загальні результати сталого розвитку економіки держави в цілому.

Таким чином, особливості управління процесом регіонального розвитку полягають у необхідності здійснення адаптації механізму державного регулювання до ринкових умов із врахуванням історії формування регіонів, їх національного складу, культурних цінностей.

Особливої уваги потребує формування інноваційної моделі розвитку, яка має забезпечити застосування інновацій на різних рівнях управління, без яких неможливе підвищення конкурентоспроможності економіки України в цілому.

В останні роки дослідження проблемних питань щодо регіонального управління знайшло відображення у багатьох наукових працях вітчизняних та закордонних вчених: Г. Атаманчука, В. Бакуменка, В. Гейця, М. Долішнього, Л. Зайцевої, І. Лукінова, Н. Нижник, О. Осауленка, М. Паламарчука, І. Розпутенка, М. Чумаченка, Дж. Люка, Б. Ріда, П. Натта та ін. Переважна більшість дослідників приділяє увагу окремим аспектам цієї багатопланової проблеми: економічним, соціальним, політичним, моделюванню та прогнозуванню, удосконаленню механізмів державного управління. Втім залишаються поєднаними питання визначення об'єкту та предмету регіонального управління, сутності регіонального розвитку, його значення в умовах глобалізації.

В наукових працях О. Волков, А. Гречан, М. Денисенко, Н. Краснокутська, Л. Федулова та інші досліджуючи проблеми інноваційного розвитку переважно стосуються загальних теоретичних засад інноваційного менеджменту, технологічного розвитку промисловості України.

Проте, бракує системних досліджень щодо розв'язання не тільки технологічних але й економічних, соціальних, управлінських, екологічних проблем регіонів та підвищення ефективності державного управління їх інноваційним розвитком.

Різні підходи до визначення сутності регіонального розвитку та управління ним ґрунтуються на неоднозначному трактуванні термінів «регіон» та «розвиток». На наш погляд, різноманіття визначень регіону зумовлене розглядом цієї дефініції з різних позицій: географічної, економічної, політичної, ієрархії управління.

З позиції глобального управління наша планета може розглядатись як регіон більш потужної системи всесвіту. В сучасних умовах моделі регіоналізації світу будуються з огляду на межі нашої планети та передбачають використання переважно двох підходів: географічного та інтеграційного. Кожен з них передбачає наступну ієрархію: метарегіони, мегарегіони, макрорегіони, мезорегіони, мікрорегіони та локальні регіональні утворення [1, с. 6].

Так, з географічної точки зору регіонами метарівня можливо вважати континенти: Європу, Азію. До мегарегіонів відносять певні складові метарівня, наприклад: Південна, Східна, Західна, Центральна Європа. Макрорегіонами є великі країни (Франція) або угруповання малих, але пов'язаних між собою країн (країни Балтії). До мезорегіонів належать федеральні об'єкти або територіальні утворення великих країн (в Україні це економічні регіони: Полісся, Донбас та ін.). До мікрорегіонів автори віднесли складові економічних регіонів (Західний Донбас та ін), а до локальних регіональних утворень – міста.

З позиції інтеграційного підходу, який базується на наявності стійких економічних зв'язків, до метарегіонів віднесене світове господарство або його складові, мегарегіонами є утворення типу Європейського Союзу, макрорегіонами вважаються економічні комплекси країн, мезорегіони – це територіально-виробничі об'єднання, мікрорегіонами вважають мікрорегіональні об'єднання, а до локального рівня належать комбінати, об'єднання.

В умовах глобалізації безперечно зростає значення світової спільноти у розв'язанні проблем людства: екологічні загрози планетарного масштабу, подолання бідності та інші. З позиції гіперглобалістів, національні уряди поступово втрачуть можливість самостійно керувати розвитком своєї країни, бо економіка буде повністю підпорядкована світовому капіталу, з'являться інституції глобального управління. Але яким чином забезпечувати глобальне управління? Створювати світовий уряд? Чи надати змогу кожній країні самостійно досягати стандартів стійкого розвитку? На наш погляд планова економіка довела неможливість

централізованого адміністративного управління великомасштабними системами без застосування тоталітарних методів. Тому об'єднати зусилля націй в умовах демократичного суспільства можливо лише спільною метою, загальносвітовою ідеєю, яка зрозуміла і прийнятна кожній людині, здатна забезпечити "підвищення суспільної організованості і керованості світовим співтовариством ... забезпечити синхронізований, справедливий розвиток для всіх націй і країн, а не лише країн "золотого мільярда" [2, с. 29].

Головними механізмами глобального управління мають стати глобальне стратегічне планування; пропагандистські заходи; мотивація країн, що успішно ліквідують розрив між реальними національними досягненнями та бажаними результатами; контроль та оприлюднення результатів соціально-економічного розвитку різних країн.

Слід визнати, що збалансування соціально-економічного розвитку з раціональним природокористуванням може бути досягнуто переважно національною економікою, бо природні ресурси є національним багатством певної країни і саме уряд її зацікавлений у забезпеченні сталого розвитку та має важелі впливу на складові загальнодержавної системи.

Відзеркаленням загальносвітових проблем, є проблеми взаємодії окремих регіонів у забезпеченні сталого розвитку країни. В Україні регіонами вважають області, хоча може виникати необхідність регіональної деталізації в межах області (виділення районів або їх об'єднань).

Інше полемічне питання стосується сутності категорії "розвиток". Хоча іноді отожднюють розвиток і зростання, вони мають суттєві розбіжності. Для розкриття змісту поняття економічний розвиток А.С.Філіпенко вважав необхідним порівняння економічного розвитку з близькими категоріями: процес, еволюція, зростання [3]. Наслідком такого порівняння є визнання розвитку процесом, який супроводжується зростанням, структурними змінами, які можуть мати як позитивні, так і негативні наслідки.

Відмінності між еволюцією та розвитком більшість фахівців пов'язує з тим, що еволюція здійснюється сама собою переважно під впливом зовнішніх факторів, а розвиток здійснюється шляхом активних людських дій з перебудови внутрішніх процесів [4, с.16].

Й.Шумпетер наголошував на необхідності визнання відмінностей між розвитком та зростанням, бо розвиток супроводжується якісними змінами, а зростання веде до збільшення населення і багатства [5]. На обов'язковій революційності процесів розвитку наполягав Паршаков Е.А. [6].

З точки зору автору найбільш точну характеристику поняття розвитку надає відомий економіст Нурсев Р. Він визнає, що це комплексний, багатомірний процес, який включає глибокі зміни як основних факторів виробництва так і в соціально-економічній, політичній, інституціональній сферах, інфраструктурі, технологіях, освіті [7].

Розвиток має бути сталим, багато фахівців навіть вважають, що коли "розвиток не є сталим, він не є розвитком" [8, с.356].

Концепція сталого розвитку передбачає поряд з різким підвищенням темпів зростання раціональне використання природних ресурсів, забезпечення умов для існування майбутніх поколінь шляхом відновлення навколишнього середовища.

Головними ознаками сталого розвитку є: здійснення його переважно за рахунок інтенсивних факторів; сприяння інтелектуальному та фізичному розвитку людини, збільшенню тривалості життя; гармонізація взаємодії людини з природою, збереження навколишнього середовища; попередження та запобігання кризових явищ у розвитку суспільства.

Існують різні підходи і до визначення сутності регіонального розвитку. З загальнодержавних позицій, особливо з політичної точки зору, регіональний розвиток полягає у ліквідації або принаймні зменшенні розбіжностей у соціально-економічному положенні мешканців регіонів для досягнення загального зростання ВВП та якісних позитивних змін у соціальній сфері, екології. З позиції окремого регіону необхідно забезпечити подальший прогрес у економічній, соціальній, екологічній сфері та вирівнювання розвитку районів області.

Схожість проблем на різних рівнях управління не означає необхідності застосування однакових моделей розвитку, бо суттєво відрізняються правові, фінансові, політичні можливості суб'єктів управління. Дії держави відносно її регіонів залежать від обраної урядом політики, яка базується на різних теоріях регіонального розвитку [8, с.357-361].

Так, політика невтручання базується на припущенні, що завдяки вільному пересуванню капіталу та праці в межах країни проблема нерівності буде врегульована ринковими механізмами. Але практика доводить, що без регулюючих дій уряду її розв'язати не вдається.

Політика підтримки лідерів та залежності між регіонами ґрунтується на необхідності заради загальних результатів зберігати певну рівновагу, де посилення потужних регіонів супроводжується експлуатацією, та ще більшим ослабленням аутсайдерів. Передача збіднілим регіонам трансфертів може розглядатись як розвиток лише за умови використання їх в якості інвестиції у заходи забезпечення майбутнього сталого розвитку, а прості дотації тільки породжують утриманські настрої та небажання шукати шляхи позитивних зрушень.

Політика створення полюсів зростання має ті ж недоліки, що і підтримка лідерів.

Політика самодостатності регіонів активізує діяльність всіх верств населення регіону, сприяє сталому розвитку національної економіки але викликає побоювання щодо намагання самодостатніх регіонів отримати суверенітет.

Головним завданням державного управління будь-якого рівня є об'єднання зусиль різних верств

населення у забезпеченні нової якості людського розвитку. Для цього необхідно визначити загальну мету та орієнтири розвитку. Професор Л.Турою з МТІ (США) рекомендує переймати досвід різних країн, щоб забезпечити “продуктивність праці Швейцарії, стандарт споживання Китаю, соціальне вирівнювання Швеції, дисципліну Японії” [2, с.34].

Здійснити стрімкі позитивні зміни можливо лише на інноваційних засадах. На державному рівні планується реалізувати до 2015 року дві інноваційні макротехнології: “Україна – транзитна держава” та “Україна – високотехнологічна, авіакосмічна держава”. Реалізація їх дозволить покращити структуру експорту, збільшити додану вартість.

Регіони визначають основні напрями втілення інновацій в залежності від їх сприяння розв’язанню основних завдань регіонального розвитку:

- зростання валового регіонального продукту (ВРП) (бо саме він віддзеркалює внесок регіону у створення ВВП держави, який залишається одним з основних критеріїв розвитку країн);
- поліпшення умов праці, забезпечення зайнятості та зростання добробуту населення, сприяння всебічному розвитку людини;
- збереження навколишнього середовища, зменшення його забруднення та відновлення ресурсів.

Для управління інноваційним розвитком необхідно знати, які існують різновиди інновацій, їх вплив на економічні, соціальні результати та екологічний стан регіонів.

З усього різноманіття класифікацій за різними ознаками необхідно обрати для регіонів доцільні сфери застосування та проаналізувати очікуваний результат. Для підприємств з урахуванням сфер їх діяльності Краснокутська Н.В. пропонує виділяти наступні інновації: технологічні, виробничі, економічні, торговельні, соціальні, у галузі управління; а результати можуть бути: економічними, соціальними, екологічними, інтегральними [10, с.126]. Ці аспекти є найбільш важливими і для регіонів. Дійсно, технологічні та виробничі інновації сприяють підвищенню якості старих продуктів та появі нових, зростанню обсягів виробництва та продуктивності праці, економії ресурсів або використанню нових джерел енергії, зменшенню травматизму та шкідливих викидів. Економічні інновації сприяють удосконаленню оцінки результатів діяльності та мотивації праці. В регіональному управлінні зростає значення соціальних інновацій, які змінюють побутові умови мешканців регіону, поліпшують організацію дозвілля (особливо дітей та молоді), сприяють всебічному розвитку людини. Але найбільшого значення на регіональному рівні набувають управлінські інновації, застосування яких сприяє удосконаленню системи планування та прогнозування, стратегічного управління розвитком регіону, залученню до цих процесів бізнесу, громади. Взагалі, саме управлінські інновації на регіональному рівні сприятимуть інноваційному розвитку суб’єктів господарювання, забезпеченню сталого розвитку регіону та його складових.

В Україні регіональне управління здійснюється переважно на основі централізованої (інтегрованої) моделі, яка застосовувалась ще з часів планової економіки і передбачала розміщення на території країни великих “містоутворюючих підприємств”, більш гнучкою та перспективною вважають мережеву модель, яка дозволяє створювати конкурентні переваги за рахунок співпраці малих і середніх підприємств регіону [11, с.148]. Безперечно, у промислово розвинених областях середня заробітна плата вище ніж по Україні. Так, заробітна плата працівників Донецька перевищувала середню по Україні на 20,7%, Одеської області – на 25,8%, Миколаївської – на 26,0%, Автономної республіки Крим – на 31,0%, Херсонської області – на 57,9%. Але промислові гіганти лідирують і у забрудненні довкілля. Викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря Донецької області складають 29,0% від загальних по Україні, Дніпропетровської – 16,5%, Одеської – 2,2%, Миколаївської – 1,1%, Херсонської – 0,9% (розраховано на основі [12, с.179, с.494]).

На національному рівні може розв’язуватись проблема розміщення державних підприємств з урахуванням екологічного фактору. Але наявність на території області таких велетнів в ринкових умовах не гарантує стійких позитивних результатів а лише збільшує ризики. Прикладом може бути Херсонська область, в якій бюджетоутворюючі підприємства текстильної та нафтопереробної галузі практично не працюють. В той же час саме на регіональному рівні можливо сформувати оптимальну структуру господарського комплексу, яка забезпечить поряд з економічним зростанням розв’язання соціальних проблем, збереження та відновлення існуючого природно-ресурсного потенціалу. Такий підхід допоможе вивести з депресивного стану економіку багатьох регіонів України.

Процес створення кластерів та ефективної інфраструктури, організація взаємодії влади, бізнесу, громади, наукових та освітніх установ заради забезпечення сталого розвитку регіону має бути керованим. Необхідно створити раду з інноваційного розвитку, в якій фахівці різних галузей та сфер діяльності разом із представниками громадськості зможуть з урахуванням позитивного та негативного впливу інновацій не тільки на певний суб’єкт господарювання але й споріднені галузі формувати індикативні плани, пропонувати певні механізми (включаючи і фінансово-економічні) регулювання інноваційного розвитку регіону.

Застосування фінансово-економічних важелів має бути системним і передбачати стимулювання розробників інновацій, підприємців, які їх впроваджують, працівників, які прагнуть навчатись та підвищувати свій професійний рівень.

Як плани, так і результати впровадження інновацій, необхідно висвітлювати у засобах масової інформації, на сайті органів місцевого самоврядування, обговорювати за бажанням працівників організацій або мешканців районів на семінарах, нарадах, конференціях.

Висновки та напрями подальшого дослідження

1. В залежності від рівня державного управління дещо змінюються акценти та мета регулювання регіонального розвитку. На загальнодержавному рівні важливо забезпечити стрімкий розвиток економіки завдяки ефективному використанню потенціалів регіонів, отримання синергетичного ефекту від їх раціональної взаємодії. Для зменшення соціальної напруги у суспільстві та запобігання сепаратистських намірів доцільно вирівнювати соціально-економічні умови життя населення різних регіонів. На регіональному рівні влада та громадськість прагнуть до забезпечення самодостатнього розвитку, як регіону взагалі, так і окремих його районів, бо тільки завдяки активній участі всіх суб'єктів господарювання та громади можливе створення "економічного дива" на певній території незалежно від результатів розвитку "сусідів".

2. Для удосконалення управління інноваційним розвитком регіонів доцільно до повноважень Національної ради з питань взаємодії органів державної влади та органів місцевого самоврядування, створеної наказом Президента України №149/2008, віднести питання узгодження національної інноваційної стратегії, формування концепції щодо механізму забезпечення її реалізації.

3. Подальші дослідження мають бути спрямованими на розробку фінансово-економічних механізмів фінансування та стимулювання інноваційного розвитку регіону, заохочення людини до саморозвитку.

Література

1. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку: Монографія: У 2-х т. – Т.2 / Д.Г.Лук'яненко, А.М.Поручник, Л.Л.Антонюк та ін.; За заг. ред. Д.Г.Лук'яненка, А.М.Поручника.– К.: КНЕУ, 2006.– 592 с.
2. Глобалізація і безпека розвитку: Монографія / О.Г.Білурус, Д.Г.Лук'яненко та ін.; Керівник авт. колективу і наук. ред. О.Г.Білурус.– К.: КНЕУ, 2001.– 733 с.
3. Філіпенко А.С. Економічний розвиток. Європейський контекст.– К.:Знання України,2001.– 120 с.
4. Трансформаційні процеси економіки України в регіональному вимірі: Монографія / За ред. проф. Школи І.М.– Чернівці: Книги – ХХ, 2004.– 360 с.
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, капитала, процента и цикла конъюнктуры).– М.:Прогресс, 1982.– 158 с.
6. Паршаков Е.А. Экономическое развитие общества. Историческое исследование.– К.: Хрещатик, 1992.– 392 с.
7. Нуреев Р. Экономика развития: модели становления рыночной экономики: Учебное пособие.– М.:ИНФРА–М,2001.– 240 с.
8. Економічна теорія і державна політика України в перехідній економіці: Навчальний посібник. Книга 2 / Ю.Бажал, В.Бакуменко, А.Бауманіс та ін.; За заг.ред. І.Розпутенка та Б.Лессера.– К.: Вид-во "К.І.С.", 2004.– 498 с.
9. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / За ред. акад. НАН України В.М.Гейця.– К.: Ін-т екон. прогнозів.; Фенікс, 2003.– 1008 с.
10. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: Навч.посібник.– К.:КНЕУ, 2003.– 504 с.
11. Інновації: проблеми науки і практики: Монографія.– Х.: ВД "ІНЖЕК", 2006.– 336 с.
12. Статистичний збірник "Регіони України" 2005, Частина 1 / За ред. О.Г.Осауленка.– К.: Державний комітет статистики України, 2005.– 509 с.

Надійшла 02.04.2008 р.

УДК 330.341.1

І. Г. ЯНЕНКОВА

Миколаївський державний гуманітарний університет ім. Петра Могили

ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Забезпечення економічного розвитку України вимагає створення відповідних умов і механізмів, що стимулюють інноваційну діяльність і впровадження її результатів у господарську практику. Значною мірою це залежить від позиції, яку у цій справі займають держава, регіональні та місцеві органи влади.

У Посланні Президента України до Верховної Ради України „Європейський вибір” підкреслюється, що „стимулювання науково-технологічного розвитку, реалізація структурно-інноваційної стратегії повинно стати однією з визначальних цілей уряду, Верховної Ради, органів виконавчої і представницької влади на місцях”, а також, що „держава може стати безпосереднім провідником інноваційного розвитку, замовником і організатором досліджень і розробок на найбільш сучасних напрямках науково-технічного прогресу”. Отже, пріоритет інноваційного розвитку національної економіки й активну роль держави у процесі структурних перетворень визначено на найвищому державному рівні. Інноваційний розвиток наразі стає не лише „національною економічною ідеєю”, а й тактикою державної економічної й гуманітарної політики.

Регулювання державою умов інноваційної діяльності здійснюється через певні важелі: систему податків, проведення амортизаційної політики, надання фінансової допомоги у вигляді дотацій, субсидій, субвенцій на розвиток окремих регіонів, галузей виробництва; проведення кредитної політики; затвердження державних норм та стандартів; антимонопольних заходів; регулювання сфер і об'єктів інвестування інновацій; регулювання фінансових інвестицій.

В Україні реформування здійснюється за умов зруйнованих господарських зв'язків і пропорцій, втрати ефективності у використанні наявних виробничих ресурсів, прихованого безробіття, знецінення доходів громадян. Ці негативні явища призвели до гострої валютно-фінансової кризи, різкого падіння інноваційної активності, дефіциту обігових коштів. Без державної підтримки підприємствам тут аж ніяк не обійтись. Це не означає, що держава мусить підтримувати всі підприємства. Головним у цьому напрямі є інвестиційна підтримка підприємств на зворотній основі, з урахуванням економічних пріоритетів. Державна інноваційно-інвестиційна підтримка підприємств, особливо приватизованих, полягає у створенні власникам таких умов, щоб вони могли закріпити набуту власність у процесі ефективної господарської діяльності. Джерелами інноваційно-інвестиційної підтримки можуть бути кредитні ресурси, іноземні інвестиції, позабюджетні кошти, інноваційні фонди тощо. З іншого боку, державна підтримка підприємств має виступати як взаємозв'язок між державою та підприємством. Інноваційне інвестування позитивно відбивається на виробничо-господарській діяльності, дає змогу оновити виробничо-технічну базу, подолати кризові явища, суспільство ж отримує оновлене виробництво, збалансованість державного бюджету, нові робочі місця, підвищення матеріального становища населення, що матиме позитивні соціально-економічні наслідки.

Питанням державного регулювання інноваційної діяльності присвячено багато наукових праць, зокрема таких відомих вчених, як Бажал Ю.М., Геєць В.М., Йохна М. А., Лапко О.О., Онишко С.В., Пашута М.Т., Федулова Л.І., Федоренко В.П., Чирков В.Г. та ін. Досліджено методи й інструменти державного регулювання інноваційної діяльності, визначено сутність і завдання інноваційної політики держави та підприємств, державні пріоритети технологічного розвитку, розглянуто моніторинг інновацій в органах державного управління, а також частково досліджено зарубіжний досвід підтримки інноваційного розвитку. До невіршених частин загальної проблеми відносяться побудова організаційно-економічних механізмів державного регулювання інноваційних процесів на основі використання вітчизняного та зарубіжного досвіду.

Забезпечення інноваційного процесу державою відбувається за визначеними напрямками: створення законів і законодавчих актів; визначення обсягів і джерел інвестування інновацій; асигнування і дотації з державного та місцевих бюджетів; затвердження норм та нормативів; ціноутворення; оподаткування: ставки податків та пільги; державні гарантії і відсотки за кредит; державні замовлення і закупівлі; мито і митні податки; ліцензії і квоти; підтримка інфраструктурних утворень; розробка й реалізація державних та цільових комплексних програм. [1]

Причому на сучасному етапі це передбачає як створення загальних умов, так і вдосконалення конкретних шляхів його реалізації.

Порівняльний аналіз інноваційних процесів з урахуванням економічного контексту та їх результатів на прикладі різних країн показує загальні принципові відмінності у моделях національних інноваційних систем (НІС). У свою чергу, узагальнення думок економістів щодо ролі нововведень ХХ ст., які найбільш масштабно вплинули на економічний і соціальний розвиток, ставить на перший план висновок про те, що вирішальним досягненням століття у даній сфері є не просто те чи інше наукове або технологічне відкриття, яке дістало практичне застосування, а виникнення принципово нового сегмента сучасної економіки - інноваційної системи, що генерує зростаючий потік інновацій, які відповідають динамічно мінливим суспільним потребам.

Пріоритет державної політики щодо розвитку НІС, тобто розв'язання комплексу проблем освіти, науки та технологій, а також створення сприятливих інституціональних умов для новаторів і підприємців, вивів багато країн до числа лідерів з ряду принципово важливих напрямів. В Україні такий потенціал реалізовано не було, вона не змогла закріпити свої конкурентні позиції у новітніх технологічних сферах і виробити стратегію розвитку. Сучасна криза НІС України проявилася не тільки у дефіциті фінансових ресурсів, але й у падінні платоспроможного попиту на науково-технічну продукцію з боку держави та підприємницького сектора, у погіршенні якісних характеристик наукових кадрів і матеріально-технічної бази досліджень [6].

Світовий досвід підтверджує ефективний розвиток інноваційних структур за схемою – бізнес-інкубатор – технопарк – технополіс – регіон науки. Порівняння бізнес-інкубаторів в Україні та США наведено у табл. 1.

В Україні з інноваційних структур певного поширення набули бізнес-інкубатори та технопарки. Серед бізнес-інкубаторів найефективніше працюють структури, створені за допомогою американського агентства міжнародного розвитку, урядів Німеччини та Канади, програми TASIC, фонду «Відродження», Фонду Сороса тощо. Вони вирішують низку важливих для підприємства завдань (консалтинг та інформаційне забезпечення, впровадження нових технологій тощо), але дуже рідко виконують свою найвищу задачу – виведення комерційного підприємства (учасника бізнес-інкубатора) до стану, коли воно дає прибуток і починає працювати самостійно. Основною їх проблемою є те, що вони неприбуткові організації, що разом з іншими проблемами не сприяє їхньому розвитку [3].

Світовий досвід підтверджує, що держава відіграє провідну роль у створенні і розвитку технопарків, хоча в більшості країн не вона є безпосереднім ініціатором і учасником технопарків. У США перші інкубатори фінансувались Національним науковим фондом. У Великобританії більше половини наукових парків створені

агентствами розвитку - державними організаціями з надання допомоги районам з високим рівнем безробіття.

Таблиця 1

Порівняльна таблиця бізнес-інкубаторів у США та в Україні

США	Україна
Перші п'ять років роботи бізнес-інкубатори звільнені від податків	Пільг немає. Система оподаткування не сприяє розвитку бізнесу
Мають довгострокове кредитування	Немає можливості взяти кредит через відсутність власності
Бізнес-інкубатори – власники або довгострокові орендарі нерухомості	Бізнес-інкубатори не мають своєї нерухомості
Як правило, є неприбутковими організаціями	Юридичний статус бізнес-інкубаторів – добродійний фонд або громадська організація
Окупність – 10-60%	Також можуть окупитися на 10-60%, але потрібен постійний пошук спонсорських коштів
Після інкубації, як правило, 80% підприємств починають успішно працювати	Ефективність інкубації досить низька через відсутність законодавчої бази
Бізнес-інкубатори істотно знижують безробіття, створюють додаткові робочі місця за умов погіршення економічного стану країни	При достатньому розвитку бізнес-інкубатори мажуть і в нас різко збільшити кількість робочих місць, створювати різноманітні послуги й товари

З іншого боку, - більшість технопарків Китаю створені за рішенням Держради КНР, а в Японії держава спонсує будівництво нових міст - технополісів. Держава у відповідальний момент може створювати технопарки для вирішення конкретних проблем. Так, ще у 80-х роках Маргарет Тетчер прийняла рішення про створення технопарків поблизу університетів у районах, які потерпіли від кризи в текстильній та вугільній галузях промисловості. Для вирішення проблем безробіття Китай створив технопарк м. Шеньчжень, де не було ні провідного наукового центру, ні інших умов, але він був розташований поблизу Гонконгу - джерела інформації і капіталів. Одним із його засновників стала Академія наук Китаю. У даний час цей технопарк є одним з найпотужніших у країні.

Таким чином, очевидно, що створення інноваційних структур є не лише завданням держави. Вона повинна, перш за все, сприяти створенню та формуванню сприятливих умов для функціонування інноваційних структур будь-яких типів. Особливо це стосується тих випадків, коли є нагальна потреба вирішення проблем на певній території, приклади яких наведені вище. Можливість створювати інноваційні структури повинні мати як державні, так і недержавні організації на умовах, визначених державою [3].

У розвинених країнах ріст економіки у першу чергу обумовлюється розробкою новітніх технологій, виробництвом високотехнологічних товарів і виходом з ними на світові ринки. У них понад 70% приросту ВВП становить нова або удосконалена продукція, на основі нової техніки, технологій. Американські вчені підраховали, що норма прибутку від 17% найвдаліших інновацій за 10 років становила в середньому близько 56%, у той же час середня норма прибутку від усіх інвестицій за останні 30 років становить лише 16%. Узагальнюючи досвід американських фахівців, Е. Кондратенко наголошує на тому, що 49% підприємств, які є лідерами у своїх галузях за обсягами прибутку і зростанням обсягів реалізації, досягли цього за рахунок розробки та введення на ринок нових товарів, які зорієнтовані на більш повне задоволення потреб споживачів, у той же час як у підприємств-аутсайдерів лише 11% обсягів реалізації припадає на нові товари.

Доцільно наголосити також, що частка прийнятих інноваційних ідей в цілому в Україні не перевищує 20%. Для порівняння зазначимо, що у Японії вона становить 68%, США - 52%, Швеції - 45%, Польщі - 30 % [5].

В останні десять років у країнах ЄС відбулися зміни в галузевій структурі виробництва, які були зумовлені уповільненими загальними темпами економічного зростання, що найбільш рельєфно проявилось у 1996 р. (зростання ВВП по ЄС-15 становило лише 1,7%). Така сама тенденція збереглася і на початку XXI ст. Низька динаміка економічного зростання переконливо довела, що існуюча структура промисловості є недосконалою, а отже, вимагає істотних змін у плані модернізації та посилення її інноваційності. Незважаючи на всі зусилля Євросоюзу щодо стимулювання розвитку малого і середнього бізнесу, його питома вага у цілому в структурі виробництва знижувалась. У 2003 р. Європейською Комісією був започаткований новий методологічний підхід до аналізу структури промисловості, в його основу було покладено метод класифікації таксономії за п'ятьма методиками, які чітко визначають інноваційну суть кожної з них.

Відповідно до кожного з цих підходів галузі обробної промисловості поділяють на ті, які виробляють інформаційно-комунікаційне обладнання, галузі - інтенсивні споживачі інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та інші галузі, які їх не виробляють. У середньому по 15 країнах - членах ЄС питома вага галузей, що продукують ІКТ, становить лише 6% доданої вартості обробної промисловості [7].

Лідерами за цим показником виступають Ірландія та Фінляндія, частка яких втричі перевищує середній по ЄС - 15 рівень. Питома ж вага галузей, що використовують ІКТ, по ЄС - 15 є значно вищою - 31,7%.

Інший метод дозволяє згрупувати галузі відповідно до питомої ваги професіоналів у сфері зайнятих. До цієї категорії в ЄС належать представники таких професій, як менеджер комп'ютерних систем, інженер-

програміст, комп'ютерний аналітик, оператор ЕОМ, комп'ютерний інженер та ін. Висновок, який впливає з галузевого аналізу, зробленого за такою методикою, полягає у тому, що найбільша питома вага фахівців у сфері інформаційних технологій у структурі зайнятих в ЄС – 15 припадає на виробництво офісного обладнання, а це без сумніву, було зумовлено випереджаючим попитом на таку продукцію, який постійно зростає в постіндустріальних країнах. Слід також зауважити, що у ряді галузей обробної промисловості (нафтопереробної, хімічної, транспортному машинобудуванні) в Євросоюзі спостерігається стрімке зростання попиту на IT- професіоналів.

Інноваційний характер виробництва великою мірою визначається рівнем освіти працівників, який, за методикою Європейської Комісії, вважається високим, якщо питома вага працівників з вищою освітою не менш як на 20% перевищує середній рівень для всіх галузей обробної промисловості. Середнім вважається рівень освіти лише у випадку, коли частка працівників у галузі з повною середньою освітою не менш як на 5% перевищує середній рівень цього показника по всіх галузях обробної промисловості. В усіх інших випадках рівень освіти вважається низьким [7].

Особливий внесок держави у створення національної інноваційної політики пов'язаний з її роллю в розвитку системи вищої освіти та науки в цілому. Адже розвинена наука є однією з передумов інноваційного розвитку будь-якої національної економіки. У розвинених країнах держава бере на себе від 20 до 50 % національних видатків на науку, причому для фундаментальних досліджень цей показник становить 50 - 70 %.

Серед перешкод, які стримують розвиток інноваційних структур, особливого значення набувають недосконалість механізму державного регулювання цього процесу та надмірна централізація, на вищих щаблях влади, прийняття рішення щодо створення нових структур. Останнє можна пояснити відсутністю розуміння в органах державного управління ролі, можливостей і функціональних особливостей організаційного ресурсу, а саме різноманітних типів інноваційних структур.

Однак в умовах ринкових відносин мають бути ефективно використані усі важелі впливу на активізацію інноваційної діяльності та реалізацію на цій основі інноваційної стратегії розвитку економіки України.

Досвід країн з ринковою економікою свідчить, що висока конкурентоспроможність країни тримається на сильних позиціях окремих інноваційних підприємств. Як свідчить статистика, у розвинених країнах питома вага інноваційно активних підприємств становить 60-70%, а в Україні - 11,9% у 2005 р. (для порівняння: у 1994 р. - 26%).

Аналіз цих даних свідчить про те, що нові ринкові структури, які можуть ініціювати інноваційний розвиток в Україні, на даний час ослаблі та неспроможні кардинально вплинути на економічні процеси в державі. А складні економічні умови, наявність системних перешкод, недосконалість правової бази зумовлюють зниження частки промислових підприємств, що впроваджують інновації.

Аналіз факторів які перешкоджають здійсненню інновацій на промислових підприємствах, показав, що найвагомішими з них є економічні: нестача власних коштів; недостатня фінансова підтримка держави; великі витрати на нововведення; високий економічний ризик; недосконалість законодавчої бази; тривалий термін окупності нововведень; відсутність коштів у замовників.

Крім економічних факторів, здійсненню нововведень перешкоджала: нестача інформації про нові технології; нестача інформації про ринки збуту; відсутність кваліфікованого персоналу; відсутність попиту на продукцію.

Потрібно зазначити, що більшість вказаних факторів можна усунути завдяки раціональному використанню організаційного ресурсу – як на рівні підприємств, так і на державному рівні. На жаль, ролі організаційного ресурсу в розбудові інноваційної економіки в публікаціях вітчизняних науковців не приділено відповідної уваги, а у більшості з них головна увага акцентується на фінансовому ресурсі як панацеї для запуску інноваційного механізму розвитку економіки. Проте, як свідчить досвід провідних країн світу, першочерговою умовою реалізації науково-технологічної та інноваційної політики є розробка чіткого організаційного механізму та заходів щодо забезпечення синергетичних зусиль організаційного ресурсу усіх учасників відповідного процесу.

Слід зазначити, що становлення організаційного ресурсу займає багато часу, вимагає системних зусиль і значних коштів. У той же час даний ресурс володіє важливою особливістю: саме він активізує потенціал, створює необхідні умови для процесу перетворення можливостей в дійсність. Практика доводить, що саме відсутність уваги до організаційного ресурсу не лише гальмує процес інноваційного розвитку економіки України, але й створює загрози для витіснення її на узбіччя цивілізації в якості сировинного придатку.

Державна політика розвинених країн світу містить методи прямого і непрямого стимулювання інноваційно-інвестиційної сфери. Співвідношення між прямими та непрямими методами державної підтримки економічних процесів узагалі та інноваційних зокрема в різних країнах може відрізнитися, залежно від прийнятої парадигми ролі держави в економіці. Дещо умовно можна визначити дві узагальнюючі моделі регулювання ринку: західна (американська) японська. „Перша заснована на необхідності втручання держави тоді коли виявляються невдачі ринкового механізму (реактивна). Друга навпаки, - спирається на історичну традицію, орієнтовану на превентивні заходи, що компенсують недосконалість ринку навіть у випадках достатньо нормального функціонування ринкового механізму (проактивна). Остання модель закріплює за державою в особі уряду легітимну роль у розробці й реалізації науково-технічної та промислової політики”.

На жаль, Україна обрала найгіршу модель - усунулася від впливу на економіку та науково-технічний розвиток. Навіть у країнах, де держава найменше втручається в економіку (наприклад, США та Велика Британія), інновації не залишаються без урядової підтримки. Американська модель економічної політики відрізняється значною автономією підприємництва. Єдиною особливою сферою є військова технологія, куди держава вкладає кошти і тим самим забезпечує її технологічний пріоритет.

На відміну від США, де акцент робиться на створенні сприятливих умов для ведення бізнесу взагалі, що зумовлює рівні умови для впровадження інноваційних продуктів в усі галузі народного господарства, у Японії та Франції уряд визначає пріоритетні напрями інноваційно-технологічного розвитку, яким надається суттєва фінансова підтримка. Японська модель передбачає свідоме надання пріоритету обраним напрямом, при цьому акцент робиться на конкретні технології. Іншими словами, на державному рівні визначаються технологічні переваги, які повинні бути досягнуті, і надалі стимулюється їх розвиток, щоб потім переводити на нові технології все виробництво.

Висновки. Недостатня інноваційна активність українських підприємств зумовлена, перш за все, незацікавленістю підприємств впроваджувати інновації. Це пов'язано, насамперед, з відсутністю оборотних коштів та недостатніми обсягами інвестиційних ресурсів, з неефективним використанням організаційного ресурсу, відсутністю встановлених законом преференцій для інноваційних проєктів, а також із дуже низьким рівнем інноваційної культури в Україні.

Отже, економіка України поки що розвивається, спираючись на вже сформовану технологічну базу. Але зростання може бути можливим лише доти, поки остаточно не будуть вичерпані ресурсні запаси і почнеться процес їх дорожчання. Розуміння такої ситуації створює практичні передумови переходу економіки України на інноваційну модель розвитку, коли зростання суспільного виробництва здійснюватиметься за рахунок впровадження новітніх досягнень науки і техніки, тобто економіка почне розвиватися за рахунок інтенсивних факторів. При цьому першочерговою умовою реалізації науково-технологічної та інноваційної політики стане розробка чіткого організаційного механізму та заходів щодо забезпечення синергетичних зусиль організаційного ресурсу усіх учасників відповідного процесу.

Література

1. Економічна оцінка державних пріоритетів технологічного розвитку/За ред. Ю.М.Бажала.- К.:Ін-т екон.прогнозув.НАН України, 2002.-320 с.
2. Йохна М. А., Стадник В.В.Економіка і організація інноваційної діяльності:Навч.посіб.- К.:Видавничий центр «Академія», 2005,- 400 с.
3. Козик В. Можливості та проблеми формування інноваційних структур//Регіональна Економіка.- 2005.-№1.-С.195-202с.
4. Костенко Я. Проблеми законодавчого характеру у сфері інноваційної діяльності//Підприємство, господарство і право.-2006.-№3.-С.162-165.
5. Луцків О. Інноваційна діяльність як передумова підвищення конкурентноспроможності економіки регіону// Регіональна Економіка.-2005.-№1.-С.203-210.
6. Федулова Л., Пашута М. Розвиток національної інноваційної системи України//Економіка України.- 2005.- №4.-С.35-47.
7. Чужиков В., Ільницький Д., Федірко О. Трансформаційні зміни в промисловій структурі Європейського Союзу// Економіка України.-2006.-№6.-С.85-93.

Надійшла 09.04.2008 р.

УДК 330.322

О. В. ХИТРА

Хмельницький національний університет

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПРЯМОГО ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Початок процесу глобалізації в основному обумовлений притаманним природі капіталу прагненням до виходу за національні кордони з метою отримання більш високих прибутків. Інтернаціоналізація капіталу, що являє собою переміщення з однієї країни до іншої величезних мас фінансових ресурсів у вигляді інвестицій, позик та кредитів, нерозривно пов'язана з інтернаціоналізацією виробничої діяльності, міграцією кадрів та розвитком інформаційних технологій. З іншого боку, поширення процесу глобалізації спричиняє швидкі зміни економічної ситуації у світі, які, у свою чергу, генерують зміни у розстановці рушійних сил прямих іноземних інвестицій (ПІІ). Хоча традиційні детермінанти, що впливають на розміщення ПІІ, – ємність ринку, наявність природних ресурсів, доступ до дешевої робочої сили – як і раніше, відіграють провідну роль, їхнє значення поступово зменшується, особливо у найдинамічніших галузях економіки. Це пов'язано зі зниженням торгових бар'єрів і розширенням регіональних зв'язків, зростанням частки продукції з високим рівнем доданої вартості,

підвищенням ролі кваліфікованої праці внаслідок поширення новітніх технологій на трудомісткі процеси [1, с. 44]. Таким чином, актуальним є пошук нових, більш досконалих підходів до обґрунтування доцільності ПІІ в умовах динамічного міжнародного середовища.

Дослідженню природи ПІІ та їх впливу на розвиток національних економік і світового господарства присвячені наукові праці багатьох вчених, серед яких: Гайдуцький А., Губський Б., Куриляк В., Козак Ю., Новицький В., Панченко С., Плотніков О., Рокоча В., Савчук О., Якубовський С. та ін. Водночас теоретична база прямого іноземного інвестування потребує постійного перегляду та удосконалення у зв'язку з динамічною зміною умов експорту капіталу та необхідністю підвищення його економічної ефективності. Крім того, існує нагальна потреба адаптації загальновідомих принципів інвестування до сучасних умов розвитку української економіки з урахуванням її місця у системі глобалізованих світогосподарських зв'язків.

ПІІ є основою міжнародної господарської діяльності транснаціональної корпорації (ТНК), формою, в якій реалізується її транснаціональна природа. У світовій економічній літературі існують різні погляди щодо визначення суті ПІІ. Так, підхід з точки зору платіжного балансу означає, що під ПІІ розуміють будь-яку позику або придбання власності іноземною компанією, яка більшою мірою належить резидентам країни, яка інвестує (співвідношення власності, яке визначається як "більшою мірою", на практиці є диференційованим і коливається залежно від національних особливостей конкретної країни). Друга поширена точка зору на суть прямого іноземного інвестування передбачає, що ПІІ визначаються як інвестиції, за яких інвестор отримує значні можливості контролю за іноземною фірмою або засновує дочірню компанію за межами власної країни. Загалом, ПІІ – це інвестиції, які: 1) забезпечують володіння та /або контроль за закордонною діяльністю господарської одиниці; 2) реалізуються в отриманні прибутку від ведення основного бізнесу; 3) є довгостроковими [2, с. 84-86].

Перші теоретичні основи для пояснення здійснення ПІІ беруть початок у класичній теорії капіталу, згідно з якою інвестиції є результатом відмінностей у внутрішніх процентних ставках і витратах на капітал у межах країни і за кордоном. Підприємство інвестуватиме в іноземний основний і фінансовий капітал так довго, наскільки гранична продуктивність капіталу за кордоном буде вища, ніж у своїй країні. Ще одним поясненням прямого іноземного інвестування є відмінності в оплаті праці. ПІІ спрямовуватимуться до іншої країни, якщо витрати на заробітну плату в ній нижчі, ніж у своїй країні. Також слід враховувати, що знецінення іноземної валюти зумовлює нижчий рівень витрат у цій країні, що ініціює прямі інвестиції до цієї держави [3, с. 55].

Здійснення прямого іноземного інвестування як процес перенесення господарської діяльності компанії за кордон неможливо оцінити однозначно. Зі зміною середовища господарювання у ТНК виникає коло проблем, невластивих функціонуванню у "домашніх" умовах.

В першу чергу слід звернути увагу на розбіжності між інтересами корпорацій та країн, в яких вони діють (рис. 1). Іноземний підрозділ потрапляє у невідгдане становище порівняно з материнською компанією і порівняно з місцевими компаніями. Нерівність становища – фактор, який робить перенесення діяльності за кордон невідгдним. Тому, згідно з парадоксом Фельдштейна-Хоріокі, незважаючи на вільний міжнародний рух капіталу, його власники і менеджери ТНК утримують більшу його частину вдома [4, с. 355].

З огляду на виникнення вагомих додаткових витрат при здійсненні компанією ПІІ, її входження до іноземного господарського середовища доцільне лише за умови існування переваг, які компенсують усі витрати. Для виявлення цих сприятливих умов необхідно враховувати недосконалість ринку, обумовлену такими причинами: 1) недосконалість факторного і товарного ринків (підприємства з промислово розвинутих країн часто володіють виваженим "ноу-хау" у менеджменті та технологіях); 2) використання переваг ефекту масштабу (міжнародні підприємства є, як правило, більшими, ніж місцеві, і, таким чином, можуть виготовляти продукцію з нижчими середніми витратами); 3) ринкові бар'єри, пов'язані з державним регулюванням; 4) інформаційна обмеженість порівняно з місцевими підприємствами; 5) соціокультурні фактори тощо [3, с. 57].



Рис. 1. Різноманітність інтересів міжнародних корпорацій та країн, в яких вони ведуть діяльність

Для того щоб іноземні підприємства перебороли виявлені недоліки, їм потрібно виявити свої переваги порівняно з вітчизняними конкурентами, що забезпечило б доцільність вкладання ПІІ, – стверджують автори теорії монополії. Зокрема, С.Хаймер вважає, що ПІІ дають змогу здійснювати контроль, для того щоб: 1) досягти більшої гарантії на вкладений капітал; 2) не допустити конкуренції за кордоном; 3) досягти монопольних переваг за кордоном [3, с. 56]. Підхід С.Хаймера пояснює досить поширену серед ТНК стратегію

“захисного інвестування”. Багато компаній засновують закордонні підприємства, які не є прибутковими, з метою обійти своїх основних конкурентів на закордонних ринках. Так, “Кока Кола” може створити іноземну філію лише тому, що коли вона цього не зробить, то це зробить “Пепсі Кола”. “Форд” та “Дженерал Моторз” заснували підприємства зі збирання автомобілів у країнах третього світу, щоб не допустити один одного на ці ринки. Хоча таке “захисне інвестування” значною мірою нагадує звичайну конкуренцію, С.Хаймер досить переконливо розглядає це явище як олігополістичну поведінку, яка втілюється у короткострокову конкуренцію між невеликою кількістю господарюючих суб’єктів для завоювання ринкової влади [2, с. 91; 5, с. 41-42].

Згідно з теорією олігополістичної паралельної поведінки, багато ТНК працюють на олігополістично структурованих ринках і це зумовлює олігополістичну ринкову поведінку. Визначаються дві типові реакції олігополістичних конкурентів: 1) ПШ як результат стратегії слідування за лідером; 2) ПШ як контрзаходи прямим інвестиціям іноземних конкурентів на внутрішньому ринку (перехресні стратегії інвестицій) [3, с. 59].

Вихідним у теорії привласнення є положення, що компанія має здійснювати інвестування для розвитку досконалого управління, отримання якісної інформації про покупців, використання нових технологій і створення кращих продуктів. Головна проблема компанії в цьому випадку – отримання відповідного прибутку на інвестиції та продовження інвестування для постійного поглиблення специфічних для цієї фірми переваг. Величина прибутку, який фірма може отримати, обмежується конкуренцією з боку інших компаній, представлених на цьому товарному ринку. Кожна компанія намагається створити й використати власні специфічні переваги [5, с. 45].

Специфічні для компанії переваги змушують її здійснювати пряме іноземне інвестування з тих самих причин, з яких вона буде “вдома” власні виробничі потужності. Питання “чи інвестувати за кордон” є міжнародним аспектом проблеми щодо розмірів фірми (виготовляти чи купувати; придбати у власність чи орендувати тощо). Для отримання потенційних доходів від своїх переваг компанії нерідко вигідніше встановлювати контроль за виробництвом і мати підприємство у своїй власності: за відсутності жорсткого контролю й розподілу іноземного підприємства між кількома власниками специфічні для фірми переваги можуть бути втрачені. Наприклад, коли компанія володіє виключною інформацією щодо організації та контролю за певними технологічними процесами, то поділ контролю між кількома власниками неминуче призведе до зниження ефективності та якості. Якщо компанія розкриє свою інформацію для партнерів у країні-реципієнті, ці знання можуть бути використані для конкуренції з самою компанією [2, с. 92-93].

ПШ тяжіють до високотехнологічних галузей, оскільки їх залежність від комплексу навичок і знань приносить фірмам додатковий прибуток від прямого контролю за усіма іноземними філіями. Проблеми у ТНК виникають у тому разі, коли стає важко гарантувати, що усі доходи від технологічних переваг будуть отримані безпосередньо компанією. З огляду на це, якщо компанія сумнівається в тому, чи вдасться їй зберегти ефективний контроль за своїми іноземними філіями, вона утримається від інвестицій у виробництво.

Теорія міжнародного менеджменту, орієнтована на трансфер ресурсів, започаткована Дж. Файєрвезе у 1975 р. і базується на тому, що міжнародні підприємства спроможні переміщувати ресурси з однієї країни до іншої. Ступінь досягнутих завдяки трансферу ресурсів конкурентних переваг порівняно з підприємствами, що діють лише в національних масштабах (і орієнтуються винятково на використання місцевих ресурсів), залежить від таких факторів: відмінності забезпеченості ресурсами країни розташування та іншої країни; обмеженість можливостей трансферу ресурсів через відповідні закони в певній країні; спроможність підприємства перенести швидко і дешево певний набір ресурсів [3, с. 62].

Вихідним пунктом теорії інтернаціоналізації У.Ахароні є запитання: чому ряд підприємств, незважаючи на непогані перспективи отримання прибутку, не здійснюють ПШ. Як можливе пояснення У.Ахароні посилається на те, що прогноз отримання прибутку не достатній для інвестиційних рішень, оскільки недосвідчені у міжнародному плані менеджери часто переоцінюють їх ризик і проблеми. Тому ПШ є результатом переговорів між різними коаліціями членів організації, котрі мають різні точки зору, міжнародний досвід, представляють різні інтереси.

Початковими факторами для ПШ є: пропозиції, що надходять на підприємство ззовні; загрози з боку іноземних ринків; сильна конкуренція з боку іноземних підприємств на внутрішніх ринках підприємства; супутні ефекти, що бувають таких видів: а) горизонтальні (завдяки ПШ певного підприємства його конкуренти звертають увагу на привабливі інвестиційні можливості); б) вертикальні (підприємства шукають великих постачальників або клієнтів в інших країнах); в) перехресними стратегіями інвестицій (ПШ в інші країни як контрзаходи прямим інвестиціям іноземних конкурентів на внутрішньому ринку) [3, с. 62-64].

Теорія місцезнаходження ґрунтується на відомих у теоріях зовнішньої торгівлі припущеннях, що рішення щодо ПШ у певну країну насамперед базуються на територіальних факторах, котрі визначають вибір місцезнаходження. До найважливіших факторів, за допомогою яких встановлюють місцезнаходження, належать інвестиційна привабливість держави (податкові пільги, субсидії), ринкові фактори (місткість ринку, ринкове зростання, торгові обмеження), відмінності у рівнях заробітної плати, податкові переваги і політичні ризики [3, с. 64-65].

Новим етапом у дослідженні проблем ТНК стала запропонована наприкінці 1980-х років американським ученим Дж. Данінгом методика, яка дістала назву “OLI-підхід”.

За Дж. Данінгом, для здійснення іноземного інвестування необхідні три умови:

1) фірма повинна мати перевагу власності. Перевага власності – те, що дає фірмі достатньо ринкової

влади, щоб компенсувати втрати від закордонного виробництва;

2) іноземний ринок повинен пропонувати перевагу місцезнаходження (дислокації). Така перевага означає, що виробництво в іноземній країні буде вигіднішим, ніж виробництво вдома та експорт. Митні податки, квоти, транспортні витрати та низькі ціни на фактори виробництва – найбільш очевидні джерела переваги місцезнаходження;

3) ТНК повинні володіти перевагами від інтерналізації. Вони виявляються в тому, що продукт краще виготовляється, а виробничий процес краще використовується всередині фірми, ніж іншими учасниками ринку. Отже, ці переваги можна з'ясувати, розглядаючи альтернативи прямому інвестуванню за наявності перших двох умов.

Таким чином, Дж. Данінг поєднує в своїй аргументації висновки монополістичної теорії переваг, теорії місцезнаходження і теорії інтернаціоналізації, тому ця теорія ще називається еkleктичною [2, с. 87-89; 3, с. 79-81; 4, с. 356-357; 5, с. 40].

Слід зауважити, що категорії переваг не існують окремо одна від одної, а поєднані між собою. Так, наприклад, переваги місця розташування у довгостроковій перспективі стають перевагами власності. Крім цього, на рішення щодо інтернаціоналізації підприємства впливають три контекстних фактори – земля, галузь і підприємство. Тому, наприклад, імовірно, що країна з великим внутрішнім ринком, котрий пропонує підприємствам, що діють на ньому, значний потенціал для реалізації переваг масового виробництва і диверсифікації, сприяє інтернаціоналізації, на відміну від підприємств, котрі є вихідцями з країн із невеликим внутрішнім ринком.

Специфічною причиною прямого іноземного інвестування є прагнення компанії обійти існуючі в материнській країні правові норми, що регламентують сплату податків. Як засвідчує практика, зростання обсягів ПІІ не в останню чергу зумовлене саме реакцією на оподаткування. Компанії намагаються знайти шляхи уникнення оподаткування, одним з яких є перенесення виробничої бази компанії до країни з найменшою ставкою оподаткування. За допомогою ПІІ це можна зробити двома способами. Перший – пряме інвестування, яке дає змогу ТНК “закріпитися” в країні з низькими податками. Другий спосіб – механізм трансферного ціноутворення, який дає змогу зареєструвати прибутки у країнах з низькою ставкою оподаткування, навіть якщо доходи були отримані у країні з високими податками.

Інвестиційна активність ТНК істотно залежить від конкретної галузі. У деяких галузях ТНК посіли основні позиції, в інших – іноземна частка незначна. Загальновідомо, що більшість ТНК сконцентрували свою діяльність у галузях з відносно великою часткою високих технологій. Ступінь транснаціоналізації галузі значною мірою визначається такими змінними, як НДДКР, витрати на маркетингові дослідження, кількість наукових і технічних працівників, новизна і складність продукції, її диференціація. Ці змінні покладено в основу концепції іноземної інвестиційної активності компанії, що базується на нематеріальних активах (рис. 2). Такі активи – специфічні для кожної окремої фірми. Вони є власними активами фірми і втілюються у гуманному капіталі, представленому найманими працівниками; патентах або інших ексклюзивних технічних знаннях; авторських правах; торговельних марках і навіть ще більш нематеріальних активах – управлінських навичках і репутації компанії [2, с. 97].

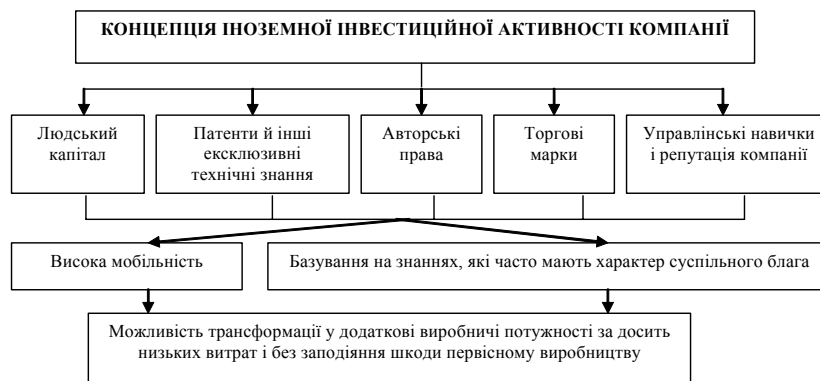


Рис. 2. Основні положення концепції іноземної інвестиційної активності компанії у високотехнологічних галузях економіки

Існують дві причини, через які нематеріальні активи більшою мірою сприяють зростанню ПІІ, ніж матеріальні активи. По-перше, нематеріальні активи – мобільніші й завдяки цьому їх легко перевести з одного місця в інше. Наприклад, інженер або менеджер може відвідати багато окремих виробничих підрозділів за порівняно низьких витрат. По-друге, значна частина нематеріальних активів базується на знаннях, які часто мають характер суспільного блага. Ці активи легко трансформуються у додаткові виробничі потужності за досить низьких витрат. Наприклад, креслення нової продукції або нові технології, які можна використати на додаткових виробничих потужностях, не зашкодивши первісному виробництву. Креслення у цьому випадку є суспільним благом для усіх виробничих підрозділів. Схожі властивості мають хімічні формули та фармацевтичні технології. Під цю категорію підпадають також торгові марки та інші маркетингові інструменти. Матеріальні активи, що базуються на фізичному капіталі (наприклад, обладнання), таких характеристик не

мають. Фізичний капітал зазвичай не може надавати послуги в одному місці, не зменшивши обсягу послуг в іншому.

Така властивість нематеріальних активів має важливе значення для ефективного функціонування фірми та для ринкової структури. Мобільність нематеріальних активів і суспільний характер їх певних категорій покладено в основу концепції “економіки мультизаводського виробництва”. Згідно з цією концепцією, одна фірма з двома виробничими підрозділами є більш ефективною, ніж дві незалежні фірми з одним виробничим підрозділом кожна. Фірма з кількома виробничими підрозділами (ТНК) може один раз інвестувати в НДДКР, тоді як дві незалежні фірми мусять робити це кожна окремо. Галузева структура у випадку двох фірм включає у себе повторювання специфічних активів фірми. Принцип мінімізації витрат вимагає створення ТНК як рівноважної ринкової структури у галузях, де специфічні активи фірми відіграють істотну роль.

Існує і обернена закономірність. Вивезення фізичного капіталу мотивується цільовою функцією компанії. Вона може бути реалізована насамперед за рахунок мінімізації витрат. Однак економіка, в якій ефект масштабу досягається за рахунок інтенсивного використання фізичного капіталу, сама по собі не зумовлює пряме іноземне інвестування. Ефект масштабу – наслідок економічної ефективності централізованого, а не географічно диверсифікованого виробництва. Однак деякі галузі з високою інтенсивністю фізичного капіталу також можуть бути галузями, в яких значну роль відіграють специфічні активи фірми (наприклад, автомобілебудування).

Таким чином, ТНК мають виступати експортерами управлінських, інженерних, маркетингових, фінансових послуг, які значною мірою базуються на людському капіталі. До них також належать послуги патентів і торговельних марок, які належать до активів, що базуються на знаннях. Філії ТНК мають імпортувати ці послуги в обмін на репатрійовані прибутки, роялті, платежі або на кінцеву продукцію.

Інвестиції у нематеріальні активи мають ще одне вагоме для ТНК значення. Воно пов’язане з питанням “чому ТНК прагне використовувати свої активи за кордоном, відкриваючи або купуючи дочірні підрозділи, замість того, щоб продавати права чи ліцензії на використання цих активів іноземній фірмі”. Фахівці з міжнародного бізнесу вбачають основну причину у численній кількості трансакційних витрат, які виникають у комерційних відносинах між контрагентами. Витрати у разі відкриття іноземних філій (внутрішньокорпоративні витрати) також можуть бути надзвичайно великими, однак вони значно менші за витрати на ліцензування та інші форми розрахунків, що опосередковують міжкорпоративні зв’язки. Інтерналізація, яка відбувається через пряме інвестування в межах ТНК, сприяє зниженню витрат ТНК та підвищує її конкурентоспроможність.

Одна з причин переваг інтерналізації, суб’єктами якої є незалежні компанії, – суспільні блага, зокрема ноу-хау. Їх поширення сприяє підвищенню ефективності іноземного виробництва усіх компаній галузі. Водночас воно може призвести до розпорошення вартості специфічних активів окремої компанії, а отже, послабити її конкурентоспроможність.

Якщо інженери можуть “постачати” технологію для всієї галузі за майже нульових витрат, то це саме можуть зробити й покупці ліцензії ТНК, які її “зрадили” й започаткували власний бізнес, використовуючи набуті у ТНК знання. Ліцензіат може також передати технологію третій стороні. Таким чином, у разі продажу іноземній фірмі ліцензії чи права на використання нематеріальних активів ТНК потенційно потрапляє у загрозливу ситуацію, що результати її інвестування у нематеріальні активи будуть поширені в усій галузі. Це і є причиною внутрішньокорпоративної інтерналізації активів, що базуються на знаннях. Отже, це ще одна причина переважної концентрації діяльності ТНК у галузях з великою часткою високих технологій.

Таким чином, через суспільну природу нематеріальних активів, яка полягає в тому, що вартість знань може бути легко “розподілена” між багатьма учасниками ринку, процес інтерналізації перших відбувається саме на внутрішньокорпоративному рівні через пряме іноземне інвестування, яке є ефективним засобом зниження корпоративних витрат і підвищення конкурентоспроможності ТНК [2, с. 97-101].

На нашу думку, сучасна теоретико-методологічна база прямого іноземного інвестування може бути удосконалена за рахунок привнесення деяких положень синергетичної парадигми. Синергетичний підхід до моделювання ринкової економіки як системи з самоорганізацією полягає у можливості аналізу динаміки взаємовпливу попиту і пропозиції в нелінійних умовах, що, крім іншого, знаходить відображення у закономірностях міжнародного руху факторів виробництва. Одна з характерних ознак розвитку соціально-економічних процесів полягає в тому, що вони не мають постійної структури, і зміни, які виникають у системі, реалізуються через механізми внутрішнього саморозвитку і лише частково залежать від зовнішніх впливів [6].

У розрізі синергетичної парадигми можна стверджувати, що процеси прямого іноземного інвестування розвиваються у часі нерівномірно (нелінійно), а на певній стадії (у так званий момент “загострення”) набувають надшвидкого (спонтанного) розвитку. У реальних системах режими з загостренням змінюються процесами квазістабільного функціонування, яке за певних умов знову може трансформуватися в режим загострення. Регулярна зміна стану системи, безумовно, властива міжнародному інвестуванню, в якому періоди “інвестиційного буму” змінюються етапами відносної втрати інтересу до потенційних об’єктів інвестування на територіях певних держав. Так, особливо швидко ПІІ зростали у 1980-2000 рр., коли їх темпи у 10 разів перевищували зростання світового виробництва і торгівлі; у 2001-2003 рр. процеси прямого іноземного інвестування суттєво сповільнились, а в 2004 р. знову почалося зростання обсягів ПІІ. Крім того, зростання глобальних потоків ПІІ характеризується значними відмінностями між країнами та регіонами: потужним

регіоном залучення іноземного капіталу на початку ХХІ століття стали країни Азії (серед причин – низька собівартість продукції та масштабний ринок збуту товарів і послуг), натомість до більшості розвинутих країн інвестиційний капітал надходить все у менших кількостях, а в окремих країнах (Німеччина, Данія, Швеція) вже сьогодні спостерігається чистий відтік інвестицій [7].

На основі оцінки загальних тенденцій прямого іноземного інвестування можна стверджувати про зростання нелінійності означеного процесу, що відбувається у контексті глобалізації світової економіки (рис. 3).

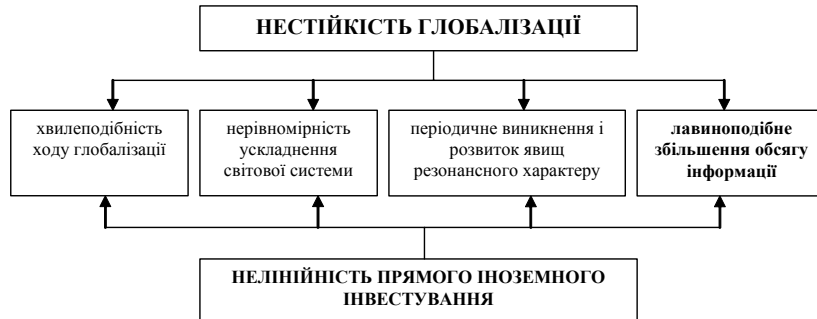


Рис. 3. Прояви наростання нестійкості глобалізації і нелінійності прямого іноземного інвестування

Як стверджує В.А.Вагурін, сьогодні глобалізація перебуває на хвилі третьої стадії грандіозного метабіфуркаційного переходу значної частини світової системи у принципово нову якість – соціалізований капіталізм. Цей процес проявляється у все більш активному залученні нових країн до соціалізованого напрямку глобалізації, в інтенсифікації взаємодіючих між собою глобальних потоків людей, технологій, товарних мас, капіталів, інформації і культурних цінностей. Це приводить до зростання та ущільнення взаємодії мереж і структур світової взаємозалежності між країнами і народами, між провідними структурами кожного конкретного суспільства [8, с. 131]. Досить важливою у цьому контексті стає роль міжнародного капіталу, який забезпечує все більш досконалий метаболістичний обмін речовиною та енергією між соціально-економічними та політичними структурами різного рівня – від державних до корпоративних – і веде у далекій перспективі до утворення цілісної суперечливої світової економіки.

Таким чином, міжнародний капітал протягом ХХ ст. перетворився з провідної флуктуації у світовий атрактор капіталізації та наростаючої інтеграції економік усіх країн світу. Якщо флуктуація – це випадкове відхилення системи від її закономірного стану, то атрактор можна розглядати як бажану ціль системи, до якої остання прагне внаслідок “розгортання своєї сутності”.

IV. Висновки. Для пояснення глибинного змісту сучасних тенденцій у прямому іноземному інвестуванні слід розглядати означені процеси у контексті теорії самоорганізації складних систем, тобто синергетики. У більшому чи меншому ступені вирішальна роль ознак нелінійності, дисипативності у спрямованості потоків ПІІ підтверджується в усіх попередніх поглядах науковців на означену проблему. Однак на даному етапі рівень розвитку синергетичного вчення дозволяє розпочати реальний пошук інструментів для оптимізації результатів прямого іноземного інвестування для безпосередніх учасників, приймаючої країни та країни базування. Особливої уваги потребує той факт, що в умовах нестійкості глобалізації спостерігається зростання та ущільнення взаємодії мереж і структур світової взаємозалежності між країнами. Відповідно, міжнародний капітал починає відігравати роль світового атрактора капіталізації та наростаючої інтеграції національних економік.

Література

1. Губський Б.В. Євроатлантична інтеграція України. – К.: Логос, 2003. – 328 с.
2. Транснаціональні корпорації: Навч. посібник / В.Рокоча, О.Плотніков, В.Новицький та ін. – К.: Таксон, 2001. – 304 с.
3. Куриляк В.Є. Міжнародний менеджмент. – Тернопіль: Карт-Бланш, 2004. – 268 с.
4. Панченко Є.Г. Міжнародний менеджмент. – К.: КНЕУ, 2004. – 468 с.
5. Транснаціональні корпорації: особливості інвестиційної діяльності: Навч. посібник / За ред. С.О.Якубовського, Ю.Г.Козака, О.В.Савчука. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 488 с.
6. Копілевич С.В. Синергетичний підхід до моделювання економічних явищ // Вісник аграрної науки. – 2006. – № 7. – С. 75-77.
7. Гайдуцький А.П. Сучасні особливості міжкраїнового розподілу прямих іноземних інвестицій у світовій економіці // Економіка та держава. – 2006. – № 2. – С. 67-70.
8. Вагурин В.А. Синергетика эволюции современного общества. – Луганск: Копицентр, 2005. – 200 с.

Надійшла 19.04.2008 р.

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ЗАЛУЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ

На основі існуючих наукових підходів щодо залучення підприємствами інвестиційних ресурсів запропоновано найбільш ефективні, інноваційні інструменти, які можуть використовувати суб'єкти господарювання.

Формування ефективного механізму залучення підприємствами інвестиційних ресурсів є одним з найважливіших напрямів управління інвестиційним процесом. Традиційні для України джерела і методи фінансування інвестиційних потреб, такі як власні кошти, банківські кредити, бюджетне фінансування не в достатній мірі задовольняють потреби підприємств в інвестиційних ресурсах. Через те пошук нових джерел інвестицій є актуальним для забезпечення інвестиційно-інноваційного розвитку як окремих підприємств зокрема, так і в Україні в цілому.

Внаслідок певних факторів, таких як нерозвиненість національного фондового ринку, недосконалість нормативно-правової бази щодо методів залучення фінансових ресурсів за допомогою емісії цінних паперів, високі відсоткові ставки за кредит, вплив інфляції тощо існує обмеженість внутрішніх інвестиційних ресурсів, тому необхідне залучення їх на міжнародному фінансовому ринку. Цей ринок є конкурентним і ризикованим, але він в змоззі задовольнити на сьогоднішні потреби українських підприємств в фінансових коштах, тому необхідно знаходити нові методи і форми залучення інвестицій ззовні.

Механізм залучення підприємствами інвестиційних ресурсів шляхом емісії цінних паперів досліджується в роботах таких українських вчених: І.О.Бланка, Т.Косової, Ю.Я.Кравченко, О.Г.Мендрула, О.В.Мертенса, О.М.Пересади. Лізинг в якості методу кредитування інвестиційного процесу розглядається в роботах В.Я.Шевчука, В.Кузьмінського, О.Кленіна та ін. Питання використання інноваційних фінансових інструментів в цілях залучення інвестиційних ресурсів тільки нещодавно зацікавило українських вчених, і тому потребує подальшої розробки. Необхідно відмітити роботи Н.Д.Амальян [1], О.В.Абакуменко [2], [3], [4], П.В.Брїня [5], О.В.Сохацької [6]. Дослідження даного питання зарубіжними вченими почалося у 80-тих роках минулого сторіччя. Питання розробки продуктів фінансового інжинірингу – фінансових інновацій, і використання їх на фондових ринках з метою більш повного задоволення потреб інвесторів та позичальників капіталу досліджують такі зарубіжні вчені: В.Бансал, Р.Брейлі, С.Брігхем, Л.Галіц, Ч.Лі, Ю.Капелінський, Р.Колб, Я.Міркін, Дж.Фіннерті.

Інвестиційні ресурси підприємства за джерелами формування розподіляються на внутрішні (власні) та зовнішні (запозичені та залучені).

До внутрішніх традиційно відносяться прибуток, амортизаційні відрахування; до запозичених – банківські та бюджетні кредити, кошти, що отримані внаслідок випуску облігацій, інвестиційний лізинг, селенг. Особливої уваги заслуговує механізм залучення фінансових ресурсів в якості кращої альтернативи порівняно з кредитом і в умовах дефіциту власних інвестиційних ресурсів. До залучених відносяться кошти, одержані від емісії акцій та інших цінних паперів, що є свідченнями власності. З огляду на джерела формування інвестиційних ресурсів підприємства обирають наступні методи інансування інвестиційних проєктів: самофінансування, акціонування, боргове фінансування, фінансування за рахунок дотацій, змішане фінансування.

При виборі методу фінансування інвестиційної діяльності необхідно проаналізувати певні фактори, основними з яких є простота і швидкість залучення, строки повернення капіталу, вартість залучення ресурсів, в тому числі накладні витрати, законодавчі та нормативні обмеження, можливості контролю та участі в прийнятті рішень для капіталодавця, ризикованість, податкові та фінансові зобов'язання, що виникають при виборі того чи іншого інвестиційного ресурсу тощо.

При формуванні інвестиційних ресурсів підприємство аналізує їх структуру – співвідношення власних (внутрішніх) і зовнішніх коштів. Небажаною є ситуація, коли питома вага зовнішніх фінансових ресурсів є високою, адже в такому випадку виникають числені ризики, пов'язані з фінансовою залежністю підприємства, складнощами з обслуговуванням залученого капіталу. Але в умовах зростаючої конкуренції і непередбачуваності економічної ситуації виникає необхідність швидко приймати рішення щодо доцільності реалізувати той чи інший інвестиційний проєкт, поки ініціативу не перехоплено конкурентами. Велике значення в цьому має фактор часу. В необхідний момент може не вистачити потрібної суми власних коштів для інвестування, і тоді єдиним виходом є залучення коштів ззовні. Майже 100% західних фірм вдавались в своїй інвестиційній діяльності до запозичень і залучень необхідних ресурсів. Отже, формування підприємством ефективного механізму залучення коштів є на сьогоднішні необхідністю, однією з передумов успішного процесу інвестування. За даними Держкомстату можна проаналізувати структуру джерел фінансування капітальних інвестицій в Україні. (табл.1)

Капітальні інвестиції за джерелами фінансування за січень-вересень 2007 року

	Капітальні інвестиції		у т.ч. інвестиції в основний капітал	
	у фактичних цінах, тис.грн	у % до загального обсягу	у фактичних цінах, тис.грн	у % до загального обсягу
Всього	118277113	100,0	102125393	100,0
у т.ч. за рахунок				
коштів державного бюджету	6345361	5,4	4563557	4,5
коштів місцевих бюджетів	3818180	3,2	3241890	3,2
власних коштів підприємств та організацій	72262007	61,1	60054758	58,8
коштів іноземних інвесторів	32632211	2,7	3076956	3,0
коштів інвестиційних фондів	2212437	1,9	2175743	2,1
коштів населення на будівництво власних квартир	6734104	5,7	6734104	6,6
коштів населення на індивідуальне житлове будівництво	5292129	4,5	5292129	5,2
кредитів банків та інших позик	16447486	13,9	15176415	14,8
інших джерел фінансування	1902188	1,6	1809841	1,8

За даними Держкомстату[7]

В структурі джерел фінансування переважають власні кошти підприємств (61,1%), кредитні ресурси (13,9%) та кошти населення на будівництво власних квартир та на індивідуальне житлове будівництво (разом 10,2%), дуже низькою є частка коштів інвестиційних фондів (1,9%) та коштів іноземних інвесторів (2,7%). Тобто, власні кошти населення складають великий потенціал для фінансування інвестиційної діяльності підприємств, але українці внаслідок певної необізнаності та недовіри до механізму фондового ринку (вкладенню коштів у цінні папери) надають перевагу вкладенню коштів у нерухомість.

Отже, існує необхідність сформувати механізм залучення в інвестиційну діяльність коштів індивідуальних інвесторів (населення) та іноземних інвесторів. Головну роль у формуванні цього механізму в провідних країнах відіграє ринок цінних паперів (фондовий ринок) з розвинутою інфраструктурою. Невід'ємними учасниками цього ринку є посередники – недержавні пенсійні фонди, страхові компанії, інститути спільного інвестування: інвестиційні фонди, інвестиційні компанії тощо. Вони акумулюють кошти населення і інвестують їх у виробництво.

Залучення інвестиційних ресурсів на фондовому ринку відбувається за допомогою різноманітних фінансових інструментів, які поділяються на дві великі групи: фінансові заборгованості (облігація, застава та інші фінансові інструменти, що є свідченнями наданої позички) та фінансовий капітал (інструменти, що є свідченнями власності, наприклад, акції). Наряду з традиційними фінансовими інструментами використовуються і розробляються нові з метою більш ефективного і безпечного залучення підприємствами коштів. З розробкою нових фондових інструментів і технологій пов'язаний новий напрямок наукових досліджень – фінансовий інжиніринг.

У вузькому розумінні фінансовий інжиніринг – це об'єднання або поділ (подрібнення) існуючих фінансових інструментів з метою створення нових фінансових інструментів.

Дж.Фіннерті дає таке визначення цього поняття: „фінансовий інжиніринг – це проектування, розробка та реалізація інноваційних фінансових інструментів та процесів, а також творчий пошук нових підходів до вирішення проблем в галузі фінансів”[8]. Він виділяє такі складові фінансового інжинірингу:

- 1) формування інноваційних фінансових інструментів;
- 2) формування інноваційних фінансових процесів, які пов'язані не тільки з технологічним розвитком, але й з удосконаленням законодавчої бази;
- 3) формування інноваційних рішень і фінансових стратегій у процесі управління інвестиційною діяльністю корпорацій.

Вітчизняний науковець О.В.Сохацька дає таке визначення цього поняття: „фінансовий інжиніринг – це аналітичний процес, який являє собою проектування, розробку і реалізацію фінансових стратегій, що сприяють підвищенню вартості підприємств корпоративного типу та ефективності усіх бізнес-процесів, що відбуваються всередині фірми” [6].

Отже, результатом фінансового інжинірингу є інноваційний фінансовий продукт: фінансовий інструмент, процес або стратегія.

Інноваційні фінансові інструменти, що обертаються на світовому фондовому ринку, більшість авторів поділяють на дві основні групи: деривативи та структуровані фінансові продукти. Причому деривативи самі по собі вже не є для західних ринків інновацією, так як виникли дуже давно. На українському фондовому ринку вони лише запроваджуються, тому деякі автори вважають їх інновацією. Деякі ототожнюють ці поняття –

деривативи та структуровані фінансові продукти. На нашу думку, це неправильно, так як структурований фінансовий продукт має значно складнішу природу, ніж дериватив (похідний фінансовий інструмент).

За визначенням М.Ю.Глухова, „структурований фінансовий продукт – це комплексний фінансовий продукт, що конструюється для задоволення специфічних потреб клієнтів і володіє нестандартними характеристиками (співвідношення ризику і дохідності, структура потоків), які досягаються за допомогою комбінування в структурі продукту постійних і змінних потоків активів, що доповнені різними додатковими умовами (право відміни або зміни потоку тощо)” [9]. Тобто, структурований продукт – цінний папір, сконструйований поєднанням первинного цінного паперу з одним або декількома похідними з метою зниження ризику, підвищення привабливості для інвестора та споживача капіталу.

Структуровані продукти можна поділити на три основні групи [2]:

1) гібридні цінні папери (численні індексні акції, депозитарні розписки на індекси S&P, SPDRs тощо);
2) структуровані продукти, які поєднують борговий та похідні фінансові інструменти: облігація+своп (облігація з плаваючою процентною ставкою, конвертована облігація зі змінною процентною ставкою); облігація+опціон (облігація з варантом, облігація з опціоном на кредитоспроможність, опціон на природні катаклізми, облігація з індексованою сумою основного боргу тощо); облігація+форвардний контракт (двохвалютні та нафтові облігації тощо);

3) структуровані продукти, які синтезують акції та деривативи: акція+своп (привілейовані акції з дохідністю, що змінюється); акція+опціон (конвертовані привілейовані акції, опціони на акції, індекси на акції тощо). Конструювання фінансових інструментів передбачає необхідність розвитку методів економічного прогнозування та економіко-математичного моделювання, створення програмних продуктів, розробки нормативно-правової бази, що регулює створення і обіг інноваційних фінансових продуктів на національному фондовому ринку, розвитку інфраструктури ринку цінних паперів.

Українське законодавство регулює обіг на національному фондовому ринку стандартного набору цінних паперів: акцій, облігацій і деривативів. Розробка і обіг структурованих продуктів в ньому не передбачені. Позитивним є законодавче врегулювання діяльності посередників на ринку цінних паперів – інститутів спільного інвестування.

Серед інноваційних методів залучення ресурсів серед українських підприємств вже набув поширення механізм використання депозитарних розписок з метою залучення фінансових ресурсів на міжнародному фінансовому ринку. Урядом України була ухвалена Державна програма приватизації, яка передбачала продаж пакетів акцій на міжнародних фондових ринках згідно із законодавством і нормами та правилами функціонування вказаних ринків, зокрема на підставі депозитарних розписок. Так як процедура допуску на розвинені міжнародні фондові ринки досить складна, емісія депозитарних розписок є чи не єдиною можливістю виходу українських підприємств на ці ринки. За чинним законодавством депозитарна розписка – це документ, який випускає іноземна депозитарна установа згідно із законодавством відповідної держави на акції товариства. Постановою Кабінету Міністрів України „Про забезпечення продажу пакетів акціонерних товариств, створених у процесі приватизації, що належать державі, у вигляді депозитарних розписок на міжнародних фондових ринках” затверджено алгоритм продажу пакетів акцій за участю зберігача, агента з розміщення, радника та іноземної депозитарної установи. Завданням радника є побудова механізму реалізації розміщення депозитарних розписок на замовлення Фонду державного майна України а також презентація емітента потенційним інвесторам. Радник визначає на якому саме ринку і через який вид депозитарних розписок реалізовувати акції; приблизну вартість депозитарної розписки, українського зберігача, агента з розміщення та іноземного депозитарія. Найбільш розповсюдженими в світі є американські депозитарні розписки (ADR), існують також європейські і глобальні DR. Існують ADR першого, другого і третього рівня. Найдешевша і найпростіша процедура випуску ADR першого рівня. Ці розписки обертаються на позабіржових ринках США. Для їх випуску необхідна мінімальна інформація (річний звіт) з боку українського підприємства. Випуск розписок другого рівня можливий за відповідності певним положенням Комісії з цінних паперів і бірж США щодо реєстрації та надання звітності, яка складається відповідно до прийнятих в США принципів і стандартів бухгалтерського обліку. Ці розписки котируються на Нью-Йоркській фондовій біржі (NYSE), Американській фондовій біржі (AMEX). Розписки першого і другого рівня мають суттєвий недолік - можливість продажу за допомогою них лише наявних акцій без проведення додаткової емісії. Цього недоліку позбавлені ADR третього рівня, тобто вони дають можливість провести додаткову емісію акцій і тим самим залучити значно більший обсяг фінансових ресурсів. Для реєстрації розписок третього рівня подається детальна інформація про емітента із фінансовими звітами та іншими бухгалтерськими звітностями за три роки, оформлені за міжнародними стандартами.

Станом на початок 2007 року на акції українських емітентів було зареєстровано більше 50 випусків депозитарних розписок. Комісією з цінних паперів і бірж США було затверджено програми випуску ADR на акції таких українських емітентів: „Азовсталь”, „Дніпроенерго”, „Укрнафта”, „Стірол”, Нижньодніпровський трубний завод, Полтавський ГЗК, Жидачівський целюлозно-паперовий комбінат, „Запорожтрансформатор”, Сумське НВО ім.Фрунзе, „Запоріжсталь”, „Укррічфлот”.

Висновки та перспективи досліджень:

1) Значний інвестиційний потенціал складають власні кошти населення, акумулювати і розпоряджатись якими в інвестиційних цілях здатні інститути спільного інвестування, страхові компанії, недержавні пенсійні

фонди.

2) Залучення коштів іноземних інвесторів можливе за приведення національних вимог і стандартів звітності до міжнародних норм, а також відповідність характеристик українських емітентів цінних паперів міжнародним критеріям лістингу.

3) Розвиток міжнародних фондових ринків супроводжується бурхливим розвитком фінансових інновацій – нових фінансових інструментів та механізмів, що забезпечують швидкість переливу капіталу між позичальниками коштів та інвесторами, забезпечують більш високий рівень надійності операцій з цінними паперами через функції деяких похідних та структурованих фінансових інструментів щодо управління ризиками, сприяють оптимізації вартості залученого капіталу тощо.

4) В Україні запровадження продуктів фінансового інжинірингу сприятиме розвитку національного фондового ринку, виникненню ефективного механізму переливу заощаджень населення в інвестиції, залученню іноземних інвестицій, а отже, забезпеченню підприємств інвестиційними ресурсами, що забезпечать економічне зростання.

5) Перешкодою до освоєння фінансових інновацій є нерозвиненість національної нормативно-правової бази щодо нових видів цінних паперів, недостатність фундаментальних наукових досліджень в галузі фінансового інжинірингу, недовіра населення до механізму фондового ринку, недостатній розвиток інфраструктури українського ринку цінних паперів.

6) В цілях забезпечення успішного інвестиційно-інноваційного процесу необхідні подальші дослідження в області фінансового інжинірингу: створення, аналіз інноваційних фінансових інструментів і механізмів, забезпечення цього процесу належною базою економіко-математичних моделей, програмними продуктами тощо.

Література

1. Амалян Н.Д., Амалян А.В. Адекватність наявних в Україні фінансових інструментів вимогам інвесторів//Інвестиції: практика та досвід. – 2008. - №1. – С. 4 – 8.
2. Абакуменко О.В. Фінансові інновації на ринку цінних паперів//Актуальні проблеми економіки. – 2006. - №12(66). – С. 17 -21.
3. Абакуменко О.В. Сутність та механізм фінансового інжинірингу//Актуальні проблеми економіки. – 2007. - №1(67). – С.125 – 129.
4. Абакуменко О.В. Фінансові аспекти сек'юритизаційних угод//Інвестиції: практика та досвід. – 2007. - №16. – С. 26 – 28.
5. Брінь П.В. Інноваційні технології залучення інвестиційних ресурсів: Автореферат дисертації на здобуття ступеню к.е.н.: 08.06.01/Харківський політехнічний інститут. – Харків, 2003. – 19 С.
6. Сохачька О.В. Вирішення проблем корпоративного управління шляхом застосування технологій фінансового інжинірингу//Світ фінансів. – 2005. - №3-4. – С. 122 – 129.
7. www.ukrstat.gov.ua
8. Ли Ч.Ф., Финнерти Дж.И. Финансы корпораций: теория, методы и практика. – М: ИНФРА-М, 2000. – 523 С.
9. Глухов М.Ю. Структурированные финансовые продукты в системе финансового инжиниринга: Диссертация на соискание ученой степени к.е.н. – М. 2007. – 173 С.

Надійшла 09.04.2008 р.

УДК 338.431.2:330.322.214

А. В. КОРЮГІН

Хмельницький університет управління та права

ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ АПК РЕГІОНУ

Сучасний стан проведення економічних реформ, курс на створення ринкових засад господарювання, якісно нове розуміння розвитку, місця й ролі регіонів у системі економічних відносин, посилення соціальної та екологічної орієнтації економіки — все це настійно вимагає розробки і обґрунтування теоретичних, методичних і практичних основ формування ринкового механізму господарювання у міжгалузевих комплексах. Серед них важливе місце займає агропромисловий комплекс, який зосереджує більше третини національного продукту, вартості основних фондів та кількості зайнятих у національній економіці України.

Проблемі ефективного функціонування агропромислового виробництва, становленню ринкових форм у цій сфері на регіональному рівні, методологічним основам структурної переорієнтації агропромислового виробництва та державній політиці щодо АПК присвячені роботи українських вчених: П.П. Борщевського, П.І. Гайдучького, М.В. Гладія, О.М. Онищенко, П.Т. Саблука, В.Ф. Семенова, Д.М. Стеценка, В.В. Юричишина та інших, російських – Н.Я. Коваленко, Н.А. Попова та інших. Проблемні питання інвестиційних процесів, форми їх прояву в агропромисловому комплексі розглянуті у роботах В.І. Артиша, О.Є. Гудзь, М.Я. Дем'яненка, П.Т.

Саблука, В. І. Суперсона, Б.Я. Панасюка та інших.

Проте подальших досліджень потребує оцінка інвестиційного забезпечення розвитку АПК на регіональному рівні. Саме на регіональному рівні найчіткіше проявляються найважливіші особливості аграрних відносин — нерозривний зв'язок аграрного виробництва з природними умовами, зокрема з землею, недопустимість відчуження виробників від засобів виробництва у сільському господарстві.

Функціонування АПК в останні роки продемонструвало життєву необхідність постійного оновлення засобів виробництва на вищому технічному рівні. Здобутий доступ до кращих світових зразків новітніх техніки і технології дозволив критичніше оцінити досягнення і прорахунки щодо пріоритетного направлення інвестицій у основні сфери АПК. Не розв'язавши проблеми залучення інвестиційних ресурсів в АПК і не пошвавивши тим самим економіку, не можна сподіватися на міцну стабілізацію агропромислового виробництва в найближчі роки.

В економічному житті кожної країни інвестиції — домінуючий чинник розвитку. Згідно з Законом України “Про інвестиційну діяльність” інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект [1].

В останні роки спостерігається покращення ситуації щодо кредитної забезпеченості сільськогосподарських товаровиробників, особливо щодо основного капіталу, про що свідчить аналіз даних табл. 1.

Таблиця 1

**Інвестиції в основний капітал за деякими видами економічної діяльності у Хмельницькій області
(у фактичних цінах, тис. грн.)**

Галузі економіки	2004	2005	2006	2006 до 2004, у відсотках
Всього	1744778	1461200	2075113	118,94
Промисловість	945813	563803	816137	86,29
Сільське господарство, мисливство та пов'язані з ним послуги	111002	129052	216014	194,6
Будівництво	38704	30784	48543	125,42
Транспорт і зв'язок	126585	149258	191299	151,12

Примітка: Складено і розраховано автором за даними Статистичного щорічника Хмельницької області за 2006 рік // За ред. В.В. Скальського; Головне управління статистики у Хмельницькій області. – Хмельницький, 2007 – С. 140

Так, у 2006 році обсяг інвестування у сільському господарстві складав 194,6 % обсягу 2001 року, в той час як у промисловості –86,29 %, будівництві – 125,42 % транспорті і зв'язку – 151,12%. При цьому слід відзначити постійний приріст інвестицій у сільське господарство протягом досліджуваного періоду. Так у 2005 році обсяг інвестицій зріс на 18050 тис. грн., а у 2006 році на 86962 тис. грн., що було найбільшим приростом серед усіх галузей економіки.

Аналізуючи потенційні джерела інвестування в агропромисловому виробництві Хмельницької області, можна виділити зовнішні (закордонні, або іноземні) і внутрішні (національні).

Виходячи з даних табл. 2, сільське господарство у загальному обсязі прямих іноземних інвестицій у 2006 році займало незначну частку (3,7 відсотка) проти 3,5 відсотка у 2004 році. Проте слід відзначити позитивну тенденцію до нарощування обсягів іноземних інвестицій протягом 2004-2006 років на 1633,4 тис. дол. Обсяги прямих іноземних інвестицій в харчову промисловість та переробку сільськогосподарської продукції коливаються, у 2005 році вони скоротились на 51,7 тис. доларів, проте вже у 2006 році зросли на 422,9 тис. доларів. США.

Серед внутрішніх джерел інвестування переважає така форма, як кредитування комерційними банками. Про це свідчать дані табл. 3. У 2004 році сільськогосподарські підприємства Хмельниччини отримали лише 13,8% від загального обсягу кредитів комерційних банків юридичним особам. У 2005 р. ця частка зросла до 19,8%, а у 2006 році зросла о 24,7%. В той же час привабливим для іноземного інвестування є промисловість та оптова й роздрібна торгівля, торгівля транспортними засобами, послуги з ремонту, частки яких у 2006 році в загальному обсязі кредитування становили відповідно 35,4% та 30,7%.

Аналіз структури наданих кредитів сільському господарству області засвідчує, що на протязі 2004-2005 років спостерігались позитивні тенденції у кредитуванні комерційними банками сільського господарства Хмельницької області. (табл. 4). Так, за період 2004-2006 років значно зріс обсяг кредитування сільського господарства (4,1 рази) і становив 276,2 млн. грн. проти 66,5 млн. грн. у 2004 році. У структурі кредитів за цей же період значно зросла частка довгострокових кредитів (з 53,8% до 65,1%) і зменшилась частка короткострокових кредитів (з 46,2% до 34,9%). Слід також відзначити зростання обсягів надання кредитів в іноземній валюті. Зокрема, якщо у 2004 році їх частка складала 1,8%, то вже у 2006 році 55,8%. Це свідчить про зростання довіри банків до діяльності сільськогосподарських підприємств та бажання працювати на довгострокову перспективу.

Прямі іноземні інвестиції в Хмельницьку область за видами економічної діяльності

(тис. дол. США)

Вид економічної діяльності	2004		2005		2006	
	Обсяг інвестицій	Частка у загальному обсязі, відсотків	Обсяг інвестицій	Частка у загальному обсязі	Обсяг інвестицій	Частка у загальному обсязі
1	2	3	4	5	6	7
Всього	66470,9	100	77268,5	100	105659,3	100
Сільське господарство, мисливство та пов'язані з ними послуги	2300,4	3,5	3044,9	3,9	3933,8	3,7
Обробна промисловість	31930,7	48	39181,6	53	63240,4	61
1	2	3	4	5	6	7
Харчова промисловість та перероблення сільськогосподарської продукції	4242,1	6,4	4190,4	5,4	4613,3	4,4
Оптова та роздрібна торгівля	9929,7	14,9	9181,6	11,9	10448,1	10
Транспорт	625,1	0,76	623,3	0,9	743	0,7
Операції з нерухомістю, здаванням під найм та послуги користувачам	21189,6	31,9	23284,8	30,1	23895,9	22,6

Примітка: Складено і розраховано автором за даними Статистичного щорічника Хмельницької області за 2006 рік // За ред. В.В. Скальського; Головне управління статистики у Хмельницькій області. – Хмельницький, 2007 – С. 181

Такі позитивні тенденції щодо кредитування повинні бути спрямовані на розв'язання актуальної проблеми матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств. Протягом 2000-2006 років спостерігається тенденція до істотного скорочення технічних засобів механізації сільськогосподарських робіт. Стан матеріально-технічного забезпечення АПК Хмельницької області відображає табл. 5.

Кредити, надані комерційними банками юридичним особам Хмельницької області

Показники	2004		2005		2006	
	у млн. грн.	у відсотках	у млн. грн.	у відсотках	у млн. грн.	у відсотках
Всього	483,2	100	758,1	100	1116,3	100
Промисловість	177,8	36,8	223,1	29,4	395,5	35,4
в тому числі:						
переробна	119,1	24,7	165,9	22,9	341,5	30,6
Сільське господарство	66,5	13,8	150,4	19,8	276,2	24,7
Оптова й роздрібна торгівля, торгівля транспортними засобами, послуги з ремонту	170,5	35,3	324,2	42,8	342,4	30,7

Примітка: Складено і розраховано автором за даними Статистичного щорічника Хмельницької області за 2003 рік // За ред. В.В. Скальського; Головне управління статистики у Хмельницькій області. – Хмельницький, 2007 – С. 36

Виходячи з даних табл. 5 можна зробити висновок про загальне погіршення матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств: зернозбиральних комбайнів (65% до рівня 2000 р.) та тракторів (61%). При цьому варто відзначити, що більше 80% наявного парку тракторів та комбайнів відпрацювали амортизаційний строк.

Таблиця 4

Структура кредитів, наданих комерційними банками сільському господарству Хмельницької області

Показники	2004 ¹	2005 ¹	2006 ¹
Надано кредитів всього, млн. грн.	66,5	150,4	276,2
В тому числі			
в національній валюті	65,3	137,9	220,4
у відсотках до наданих кредитів	98,2	91,7	79,8
в іноземній валюті	0,2	12,5	55,8
у відсотках до наданих кредитів	1,8	8,3	20,2
Надано короткострокових кредитів, млн. грн.	30,7	71,4	96,4
у відсотках до наданих кредитів	46,2	47,5	34,9
Надано довгострокових кредитів, млн. грн.	35,8	79,0	179,8
у відсотках до наданих кредитів	53,8	52,5	65,1

¹У тому числі мисливство та лісове господарство

Примітка: Складено і розраховано автором за даними Статистичного щорічника Хмельницької області за 2006 рік // За ред. В.В. Скальського; Головне управління статистики у Хмельницькій області. – Хмельницький, 2007 – С. 36

Таблиця 5

Матеріально-технічне забезпечення сільськогосподарських підприємств Хмельницької області**(на кінець року; тис. шт.)**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2006 до 2000, %
Трактори	16,7	15,8	14,7	13,6	12,5	11,7	10,2	61
Зернозбиральні комбайни	4,0	3,8	3,6	3,4	3,1	2,9	2,6	65

Примітка: Складено і розраховано автором за даними Статистичного щорічника Хмельницької області за 2006 рік // За ред. В.В. Скальського; Головне управління статистики у Хмельницькій області. – Хмельницький, 2007 – С.94

До позитивних моментів інвестиційної привабливості АПК регіону слід віднести успішне функціонування спеціалізованих структур щодо реалізації сільськогосподарської продукції. У Хмельницькій області такою структурою виступає Подільська спеціалізована аграрна біржа. Згідно показників, які надані в табл. 6, діяльність Подільської спеціалізованої аграрної біржі, бачимо що зростає кількість контрактів по реалізації сільськогосподарської продукції з 2000 року по 2006 рік в 39,85 рази. Це вказує на те, що продаж сільськогосподарської продукції має тенденцію до зростання. Відповідно і об'єм продажу продукції зростає. З 2000 по 2002 рік зросла кількість проведених сесій біржових торгів в 4 рази. Так в 2001 році обсяги продажу зросли на 7167,4 тонн або майже в 5 раз ніж в 2000 році. В 2002 обсяги зросли ще в 2 рази або на 7075,6 тонн. В 2003 році також прослідковується процес зростання обсягів реалізації продукції сільського господарства на 7950 тонн. 2004 рік показав найвищі показники реалізації, які становлять 86220,4 тонн, що в 3,5 рази більше ніж в попередньому році, після чого спостерігаємо в 2005 році спад продажу продукції до 64851,8 тонн, що скоротилося на 25%, а за 2006 рік цей показник мав тенденцію до зростання. Виходячи з цього, стає очевидним, що реалізація сільськогосподарської продукції зростає, а діяльність Подільської спеціалізованої аграрної біржі є якісною і плідною.

Також дана установа Подільська державна аграрно-технічна академія, яка за кадровим потенціалом та матеріально-технічною базою найбільше підготовлена до проведення спеціальної курсової перепідготовки економістів сільськогосподарських підприємств. Важливо також повністю використати можливості наявних консалтингових структур для сервісного обслуговування в галузі планово-економічної роботи – маркетингового аналізу ресурсних та продуктових ринків, складання організаційних бізнес-планів господарств, бюджетів підрозділів, фрагментів управлінських бізнес-планів, розробки механізму та інструментів оперативного контролю роботи підрозділів та її стимулювання за річні результати.

Одним із шляхів покращення матеріально-технічного забезпечення, може стати комплекс заходів, спрямованих на реалізацію Закону України “Про стимулювання розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу”, зокрема об'єднання бюджетних та банківських коштів і спрямування їх на технічне переоснащення села, активізація процесів концентрації приватних та кредитних ресурсів для створення потужних фінансово-промислових груп і консорціумів з виробництва тракторів та комбайнів та неухильне дотримання нормативів бюджетного фінансування розвитку вітчизняного машинобудування.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.

Отже в цілому слід зазначити наступне:

По-перше, впродовж останніх років спостерігається зростання обсягу інвестицій в основний капітал у сільському господарстві, що сприяє виробничій діяльності.

По-друге, сільське господарство та переробна промисловість характеризуються незначними обсягами вкладень прямих іноземних інвестицій. Тому основний тягар забезпечення потреб в коштах припадає на

комерційні банки. Дані установи нарощують обсяги кредитування в АПК області, в тому числі довгострокового кредитування та надання кредитів в іноземній валюті.

Таблиця 6

Діяльність Подільської спеціалізованої аграрної біржі

	2000 рік	2001 рік	2002 рік	2003 рік	2004 рік	2005 рік	2006 рік
Проведено сесій біржових торгів	32	Форв./ 2 Спот/ 135	129	Форв. / 2 Спот / 98	Форв. / 58 Спот / 134	Спот 149	Спот 145
Укладено біржових контрактів	44	249	217	217	496	362	337
На загальну суму (тис. грн.)	1445,9	4984,3	7855,8	17478	57692,4	73759,8	88123,9
Сільгосппродукція (кільк. контрактів)	10	28	55	110	340	130	156
В об'ємі (тонн)	1762	8929,4	16005	23955	86220,4	64851,8	70221,4
На суму (тис. грн.)	1244	3753,7	6881,4	16912,4	56849,8	63772,5	73818,7
Заклучено контрактів на тех. устатк. та нерухомість		36	41	27	7	7	3
на суму (тис. грн.)		563,5	385,3	130,2	61,8	42,4	904,3

Джерело: розраховано автором на основі матеріалів Подільської спеціалізованої аграрної біржі.

По-третє, актуальною залишається проблема матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарською технікою, оскільки спостерігається скорочення парку тракторів та зернозбиральних комбайнів.

По-четверте, сприятливим фактором інвестиційної привабливості для АПК регіону виступає активізація роботи спеціалізованих установ щодо реалізації сільськогосподарської продукції.

Отже, розв'язати проблему інвестиційного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників регіонального АПК у ринкових умовах можна тільки на системній основі, яка передбачає створення спеціальних фінансово-кредитних установ з обслуговування підприємств агропромислового комплексу; розширення мережі комерційних банківських структур, максимально наближених до товаровиробників; розвиток аграрного фінансового консалтингу; реформування товарного кредиту у вигляді короткотермінового банківського кредиту, коли комерційні структури виступають безпосередніми партнерами сільськогосподарських товаровиробників щодо їх забезпечення матеріальними ресурсами.

Література

1. Закон України "Про інвестиційну діяльність" від 18.09.91 № 1560-ХІІ // Закони України. - К., 1996. - Т.2. - С. 173.
2. Артиш В.І. Шляхи забезпечення аграрних підприємств сільськогосподарською технікою // Економіка АПК. -2003. -№8. - С. 31.
3. Гудзь О.Є. Забезпечення сільськогосподарських підприємств кредитними ресурсами // Економіка АПК. -2003. -№1. - С. 86-89.
4. Саблук П.Т. Направления реформ и инновационных процессов в АПК // Економіка АПК. -2003. - №5. - С. 150-155.
5. Статистичний щорічник Хмельницької області за 2006 рік // За ред. В.В. Скальського; Головне управління статистики у Хмельницькій області. - Хмельницький, 2007 - 435 с.
6. Суперсон В.І. Регіональні аспекти функціонування аграрного сектору в умовах трансформації економіки України // Актуальні проблеми економіки. -2004. -№5. - С. 150-157.

Надійшла 02.04.2008 р.

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ

Розвиток української економіки відбувається в умовах безперервного пошуку конкурентних переваг як на національному, так і на світовому ринках. Забезпечення науково-технічного прогресу, впровадження нововведень для формування конкурентоспроможності національного виробництва є головною метою державної інноваційної політики. Розгалуженість потенційних напрямків інноваційних перетворень на всіх рівнях управління створює безліч можливостей розвитку підприємств, організацій, установ тощо.

За індексом конкурентоспроможного зростання або перспективної конкурентоспроможності Україна посідає 77 місце із 80 досліджених країн, інтегральний індекс інноваційності економіки, який визначається за десятибальною системою і розраховується на підставі оцінки чотирьох складових (освіти, інновацій, інформаційної інфраструктури та інституційної основи), становить в Україні 5,7 [1].

Актуальність дослідження проблем реалізації інноваційного потенціалу обумовлена здатністю інноваційних підходів забезпечити вихід з економічної кризи, сприяти створенню соціально-спрямованої економіки та забезпечити впровадження ресурсозберігаючих технологій. Використання нових високопродуктивних технологій забезпечує підприємствам прискорений розвиток, зростання конкурентоспроможності продукції та розширення ринків збуту. Можливість ефективної діяльності підприємств створюється не лише завдяки впровадженню нових технологій у виробництві, але й завдяки використанню інноваційних підходів до реалізації функцій менеджменту. Сприяння розвитку інноваційної інфраструктури на всіх рівнях передбачає удосконалення інформаційної системи, як елемента, який забезпечує обіг інноваційної інформації. Від своєчасного отримання даних щодо технології та умов її впровадження, в тому числі фінансових та законодавчих аспектів, залежить ефективність реалізації інноваційного проекту.

Сучасна економіка характеризується динамічним розвитком інформаційних технологій та їх активним використанням в управлінні економічними процесами на підприємствах, що, у свою чергу, сприяє удосконаленню процесів управління на основі інформаційних ресурсів якісно нового рівня. Одним з найбільш перспективних напрямків розвитку підприємства є використання сучасних технологій в усіх сферах його діяльності. Оптимізація способів отримання, збереження й обробки інформації з використанням засобів обчислювальної техніки і телекомунікацій істотно підвищує ефективність управлінської діяльності на підприємствах України.

На сьогодні сучасні інформаційні системи здатні не тільки цілком задовольнити вимоги виробничих систем, але й виступають важливою передумовою їхнього розвитку. Світовий досвід розвитку сфери комп'ютерних технологій та інформаційних ресурсів за останні роки свідчить про істотне підвищення темпів їх розвитку порівняно з темпами розвитку виробничої сфери. В цих умовах особливе значення набувають питання визначення ефективності впровадження інформаційних систем та технологій в діяльність підприємств та організацій.

Досліджуючи роль та місце інформаційних технологій у інноваційних процесах, слід розглянути два напрямки їх впровадження та використання: по-перше, інформаційні технології як об'єкт, інноваційної діяльності; по-друге, інформаційні технології, як елемент інноваційної системи, який забезпечує ефективність її функціонування. Інформаційні технології, як об'єкт інноваційної діяльності, набули останнім часом широкої популярності, але у якості головної інноваційної складової тривалий час розглядалися технічні та програмні складові їх технологічного забезпечення. Завдяки розповсюдженню інформаційних систем, які в сучасних умовах охоплюють багато галузей діяльності людини, відбувається звикання до комп'ютеризованих процесів, та інколи втрачається об'єктивний підхід до удосконалення процесів в умовах інформатизації. Як елемент інноваційної системи, інформаційні технології мають забезпечити безпосередній доступ до джерел інформації щодо новітніх технологій, сприяти удосконаленню системи трансферу технологій, забезпечувати прозорість державної інноваційної політики. Для визначення впливу інформатизації на інноваційні процеси, та інноваційних процесів на удосконалення управлінського механізму, слід визначити фактори прискорення та фактори гальмування інноваційних процесів, особливості інновацій в умовах впровадження інформаційних технологій та визначити оптимальні умови ефективного розвитку цієї галузі.

Питанням інноваційної діяльності присвячено роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців. Значний вклад у розвиток теорії управління інноваційними процесами внесли Аньшин В.М., Бланк І.О., Василенко В.О., Власова А.П., Гохберг Л.М., Гугнин В.Н., Дагаєв А.А., Зянько В.В., Ильєнкова С.Д., Ілляшенко С.М., Йохна М.А., Морозов Ю.П., Оголев Л.Н., Павленко І.А., Павленко І.А., Стадник В.В., Фатхутдинов Р.А., Федоренко В.Г., Федулової Л.І., Черваньов Д.М., Чумаченко М.Т., Шматко В.Г.

Дослідженню сутності, властивостей та економічних аспектів використання інформаційних ресурсів у різних галузях приділяється багато уваги з боку вчених, серед яких О.В. Алексєєв, В.Н. Амітан, І.О. Александров, О.Г. Білорус, Л.С. Вінарик, Н. Вінер, М.П. Войнаренко, В.М. Глушков, К. Єрроу, В.С. Козак, О.В. Костров, Ю.М.Канигін, М.М. Лепа, В.В. Лук'янова, М.Г. Монастирецький, Г. Панченко, О.Л. Реут, М. Спенс, П. Страссман, Дж. Стиглиц, В.Ф. Ситник, О.М. Щедрін, Дж. Эйкерлоф.

Умовами переходу будь-якої нової високотехнологічної розробки у стан інновації є її комерціалізація. Досліджуючи Ключові моменти формування регіональних інноваційних систем в Україні, П. Бубенко та В. Гусев зауважують на те, що «головну складність у промисловому освоєнні тієї чи іншої технології інколи становлять не стільки оволодіння базовими знаннями, скільки розробка процесів одержання конкретного інноваційного продукту, просування його на ринки, вихід виробництва на стабільну прибутковість», підкреслюючи, що метою інноваційної політики є здобуття комерційної віддачі від нових технологій [2, с.33].

Одним з пріоритетних напрямків науково-технологічного та інноваційного розвитку України є використання інформаційних і електронних технологій, засобів інформатики та систем зв'язку вітчизняного виробництва [3, с.144]. Слід відзначити, що за даними National Science Board (Science & Engineering Indicators. 2002. P.4-41) в період з 1990 по 2000 рр. мала місце висока інноваційна активність у галузі інформаційні технології, що підтверджується створенням у цій галузі головної частини міжнародних стратегічних технологічних альянсів, але в останні роки на випереджаючі позиції вийшли біотехнології [4., с. 305-306]. Інформатизація стимулює розвиток високотехнологічної продукції, яка є каталізатором науково-технічного прогресу, наприклад, за оцінками спеціалістів, частка добавленої вартості при виготовленні супутників складає 2000 %, реактивних винищувачів — 2500 %, суперкомп'ютерів — 1700 %, кольорових телевізорів — 16 %, вантажних суден — 1 %, при цьому галузі виробництва, які пов'язані з інформатикою, є найбільш ефективними.

Класифікація інновацій в залежності від предмету передбачає виділення інновації- продукту, інновації-процесу, інновації-сервісу, інновації-ринку. Розглядаючи зв'язок між інноваціями-продуктами та інноваціями-процесами та зауважуючи на тісний зв'язок між ними, В.М. Аньшин та А.А. Дагаєв наводять такий приклад «якщо підприємство розробляє для внутрішнього користування удосконалене програмне забезпечення – це інновація-процес. Якщо це робить спеціалізована фірма з метою продажу програмного забезпечення зовнішньому користувачу, то мова йде про інновацію-продукт. Коли підприємство, яке випускає комп'ютери, створює для них удосконалене програмне забезпечення та забезпечує їм користувачів цих комп'ютерів, то підприємство здійснює сервісні інновації» [4, с.21].

Використання інформаційних технологій передбачає ефективне використання інформаційних ресурсів, що у свою чергу сприяє накопичуванню та розповсюдженню знань. Створена П. Ромером модель економічного росту передбачає, що приріст нового знання забезпечується поєднанням людського капіталу та існуючого запасу знань, скоректованих параметром наукової продуктивності. У зв'язку з цим, П. Ромер, зауважує що продуктивність праці сучасного інженеру має бути суттєво вищою, ніж інженерів попередніх поколінь, пояснюючи це тим, що при однакових строках навчання та відсутності досвіду, сучасні інженери мають доступ до значно більшого запасу знань, тобто знання виступають у якості неконкурентного виробничого фактору, доступ до якого є однаковим в один й той самий час для усіх, хто може та бажає ним скористуватися [4, с.92-94].

Факторам ефективного впровадження інноваційних технологій, у складі яких слід відзначити фінансові умови діяльності, організаційні аспекти та правове забезпечення присвячено змістовні роботи Л.І. Федулової та С.М. Ілляшенко [5,6]. Зянько В.В. наводить перелік законодавчих актів, які на його думку доцільно було б додатково прийняти для стимулювання науково-технологічної та інноваційної діяльності в Україні, вказуючи на необхідність державного регулювання діяльності у сфер трансферу технологій, забезпечення прав на об'єкти інтелектуальної власності, стимулювання винахідницької діяльності в Україні, регламентацію правовідносин між роботодавцем та працівником в питаннях винахідництва, порядку прогнозно-аналітичної роботи для визначення науково-технологічних та інноваційних пріоритетів тощо [7, с. 166]. У складі чинників, які забезпечують ефективну реалізацію проектів, пов'язаних з впровадженням інформаційних технологій, автори виокремлюють суспільну складову, яка поєднує моральні, етичні та законодавчі засади [8., с. 85-91]. На необхідність врахування соціально-психологічних факторів в інноваційній діяльності зауважують Бубенко П. та Гусев В. [2].

Інформатизація відіграє значну роль в сучасних системах управління. Згідно Закону України про Національну програму інформатизації (№ 74/98-ВР від 4 лютого 1998 року) інформатизація — це «сукупність взаємопов'язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих процесів які спрямовані на створення умов для задоволення інформаційних потреб громадян та суспільства на основі створення, розвитку і використання інформаційних систем, мереж, ресурсів та інформаційних технологій, які побудовані на основі застосування сучасної обчислювальної та комунікаційної техніки».

Одним з пріоритетних напрямків інноваційних підходів до реалізації функцій менеджменту є застосування готових рішень в системах управління, реалізованих в інформаційному, математичному та програмному забезпеченні. Оперативність планування і контролю, що забезпечує оптимізацію розподілу ресурсів підприємства, на сьогоднішній день є однією з основних конкурентних переваг. Ефективність планування обумовлена інформаційною складовою, що знаходить відображення в стандартах інформаційних систем управління. На багатьох підприємствах промислового комплексу якість планування не відповідає вимогам ринку, здійснюється без використання комп'ютерної техніки, характеризується великими затратами часу, засноване на методиках, що не передбачають оперативних перегруповань ресурсів при зміні попиту. Наприклад, надходження термінового замовлення вимагає зміни поточних планів у всіх підрозділах, які беруть участь у його виконанні. При критичних завантаженнях відсутність можливості оперативного перерахунку може призвести до недотримання термінів виконання раніше отриманих замовлень і спричиняє збитки, які можуть перевищити прибуток від знов отриманого замовлення. Використання інформаційних систем

управління дозволяє не лише підвищити оперативність планування, скоротити термін і підвищити якість виконання замовлень, а й реалізувати сучасні методи управління, знизивши залежність результатів від кваліфікації фахівців.

Підвищення оперативності планування і контролю поряд зі зниженням залежності результатів управління від окремих людей знаходять відображення в інформаційних системах. Стандартом інформаційної системи управління є набір вимог до охоплених функцій та до реалізованої методології планування. Еволюція інформаційних систем управління та їхніх компонентів є результатом удосконалення методів управління підприємством в умовах ринку, орієнтованих на кінцевого споживача. Залежно від охоплення функцій, алгоритмів розрахунку розподілу ресурсів і надання документації формувалися різні стандарти та їхні модулі: MPS, SIC, MRP, CRP, MRP II, ERP, CSPR, APS. Розглядаючи типові моделі бізнес-процесів інформаційної служби, Г.К. Скрипкін відзначає, що для основних галузей менеджменту передбачені типові моделі управління, закладені в сучасні системи управління масштабу підприємства - (MRP II, ERP) [9]. Типові моделі управління представлені шаблонами організаційних структур бізнес-процесів і типових правил прийняття рішень у відповідній галузі, що знаходять відображення в розглянутій концепції механізму управління і відображаються у стандартизації функціональних інформаційних ресурсів.

Реалізація інноваційних підходів в умовах інформатизації управлінської діяльності представлена чотирма видами організаційних перетворень: автоматизацією; оптимізацією; реінжинірингом бізнес-процесів та зміною мети діяльності. Отже, перетворення може передбачати як удосконалення процесів обробки інформації та використання систем підтримки прийняття рішень у межах існуючих процесів управління, так і значні загальні зміни в процесах прийняття управлінських рішень, рис. 1.

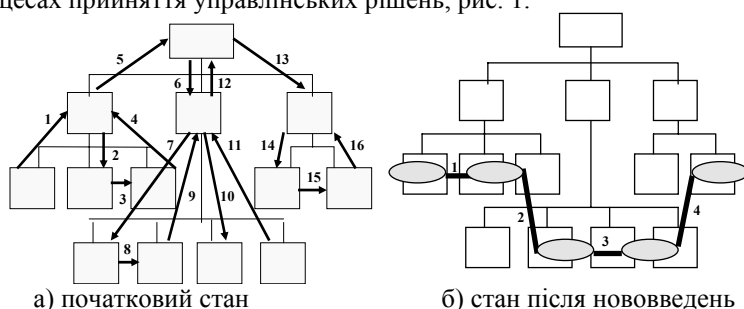


Рис. 1. Удосконалення процесів управління

Класифікація інформаційних систем по обсязі охоплюваних бізнес-процесів виділяє такі класи: локальні системи; малі інтегровані системи; середні інтегровані системи; великі інтегровані системи. Кількісна оцінка ефективності інформаційних систем найчастіше можлива тільки в площині «витрати – результат». Оцінити результат кількісно достатньо важко, однак заслуговують на увагу пропорції співвідношення витрат на ліцензування, впровадження та устаткування, наведені в табл. 1 [10].

Таблиця 1

Співвідношення витрат і вартісні оцінки впровадження інформаційних систем

Впровадження	Локальні системи	Малі інтегровані системи	Середні інтегровані системи	Великі інтегровані системи
	Коробковий варіант	Поетапне або коробковий варіант. Більш 4 місяців	Тільки поетапне. Більш 6-9 місяців	Поетапне, складне. Більш 9-12 місяців
Співвідношення витрат ліцензія/впровадження/устаткування	1/0,5/2	1/1/1	1/2/1	1/1-5/1
Орієнтована вартість	До 50 тис. дол.	Від 50 до 300 тис. дол.	Від 200 до 500 тис. дол.	Від 500 тис. до 1 млн. дол.

Інформатизація процесів управління на макро та мікро рівнях відрізняється. Створення ефективної системи управління регіоном або містом потребує визначення складу підсистем управління та їх деталізації до процесів, серед яких слід виділити прогнозування, планування, аналіз, оцінка і контроль, облік, стимулювання. При синтезі оптимальної структури системи управління ключовими проблемами, які необхідно вирішувати в першу чергу є формування двох груп цілей: перші – ті, що стоять перед системою керування з урахуванням визначення критеріїв; другі – ті, що характеризують ступінь досягнення поставлених цілей.

Виділені на основі системного аналізу складних проблемних ситуацій дерева цілей і критеріїв є основою для формування нової управлінської ідеології з застосуванням сучасних інструментів і технологій управління. Інтегровані інформаційні технології управління великими слабо формалізуємими соціальними системами повинні містити у своєму складі інформаційно-аналітичні системи підтримки прийняття

управлінських рішень, тому передбачають створення механізму функціонування органів місцевої влади і місцевого самоврядування, заснованого на переході від командно-адміністративних до гнучких моделей керування на базі сучасних інформаційних і соціально-психологічних технологій.

Наприклад, в Концепції програми інформатизації м. Києва сформульована головна мета інформатизації, яка полягає в створенні умов для задоволення інформаційних потреб в реалізації прав громадян, органів міської державної влади і місцевого самоврядування, організацій, суспільних об'єднань на основі формування і використання інформаційних ресурсів і сучасних технологій. Особливе значення у цій Концепції приділялося вирішенню низки завдань, які стосуються впровадження сучасних комп'ютерних інформаційних технологій у структурах органів державної влади та органах місцевого самоврядування для вирішення задач організаційного управління містом в цілому та його районами, зокрема. Вирішення цих завдань потребує побудови єдиної територіально-розподіленої інформаційної системи для органів державної влади та органів місцевого самоврядування районів з метою формування загальноміського інформаційного простору, що дозволить інтегрувати функціонуючі та новостворювані відомчі комп'ютерні системи (інформаційно-довідкові, інформаційно-пошукові, інформаційно-обчислювальні та інші) в єдину загальноміську інформаційну систему. Такий підхід дозволяє уніфікувати програмне забезпечення та формати представлення даних, забезпечити інтерактивний доступ для громадян міста до певних інформаційних ресурсів та фондів міст і районів, впровадити механізми захисту інформації при функціонуванні єдиної територіально-розподіленої інформаційної системи.

Розробка інформаційної технології виконується на базі визначених цілей, критеріїв і функцій, тобто на основі результатів системного аналізу механізму прийняття управлінських рішень, характеру і функцій управління, ресурсного потенціалу. Необхідні дані і знання для проведення комплексного аналізу надходять в інтегровані бази і сховища даних органів місцевого самоврядування з локальних баз і сховищ, що знаходяться в підрозділах і службах системи життєзабезпечення регіону та міста. Взаємодія елементів механізму прийняття управлінських рішень виконується завдяки наявності єдиної обчислювальної мережі, подібної до корпоративної інформаційної системи підприємства.

Висновки і перспективи досліджень. Впровадження інноваційних технологій в умовах інформатизації систем управління крім комп'ютеризації, передбачає створення комплексної системи технологічного забезпечення, до складу якої належить програмні, технічні, інформаційні, лінгвістичні, математичні, ергономічні, організаційні та правові елементи. Потенційними носіями інновацій є програмна, технічна, інформаційна (наприклад, нові способи перетворення або зберігання інформації, запропоновані Бойсом-Коддом та реалізовані в реляційних моделях даних), лінгвістична (нові мови програмування або проектування інформаційних систем), математична (вважається що математичні моделі не можуть бути об'єктом інновацій, але в умовах інформаційних технологій саме математичні або алгоритмічні моделі, реалізовані в програмних продуктах, створюють можливість комерціалізації розробок). Ергономічні, організаційні та правові елементи створюють умови ефективного використання інформаційних технологій, але в сучасних умовах відсутні загальні підходи до визначення їх оптимального стану.

Розробка програми здійснюється на основі промислової технології виконання робіт із застосуванням сучасних інструментальних засобів програмування. На відміну від конструкторських виробів, програмні продукти не мають суворого регламентованого набору якісних характеристик, які установлюються при розробці програм, в багатьох випадках ці характеристики неможливо наперед точно визначити та оцінити. Програмні продукти можуть створюватися як по індивідуальному замовленню, так і для масового розповсюдження на ринку програм. На рівні підприємств вдалий вибір компонентів інформаційної системи, з урахуванням новітніх технологій наукового управління, створює значні конкурентні переваги та забезпечує економічну ефективність інформатизації. Але на рівні управління містом (регіоном) інформатизація потребує стандартизації усіх складових технологічного забезпечення – програмного (як загальносистемних, так і спеціалізованих програмних продуктів), математичного (передбачає нормативне закріплення алгоритмів та моделей, рекомендованих до використання), організаційного (у складі нормативних актів щодо використання систем), інформаційного (з визначенням стандартизованої структури баз даних, що забезпечить можливість їх подальшої інтеграції) тощо. На особливу увагу заслуговують питання забезпечення безпеки інформаційних систем. Специфікою програмних продуктів є правове забезпечення - експлуатація здійснюється на правовій основі, укладаються ліцензійні згоди між розробниками та користувачами, захищаються авторські права розробників.

Питанням оптимізації та розвитку математичного, лінгвістичного, інформаційного, ергономічного забезпечення інформаційних систем не приділяється належна увага, що обумовлене як відсутністю кількісних показників для оцінювання впливу цих видів забезпечення на ефективність менеджменту, так і впливом поетапного розвитку інформаційної системи, яка передбачає на кожному окремому етапі пріоритетність інвестування в окремі види технологічного забезпечення [].

Особливий підхід до інвестицій в інформаційні технології обумовлює застосування спіральної моделі життєвого циклу інформаційного продукту, яка обумовлює низький ризик впровадження та довгострокові перспективи розвитку інформаційної системи в умовах поетапного фінансування. Вплив спіральної моделі життєвого циклу на інноваційні проекти в галузі інформатизації потребує ґрунтовних досліджень, оскільки відображає сучасні підходи до управління процесами інформатизації і може визначити шляхи удосконалення

процесів впровадження інновацій в інших галузях.

Література

1. Постанова Верховної Ради України «Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Національна інноваційна система України: проблеми формування та реалізації» // (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2007, N 46, ст.525)// <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws>
2. Бубенко П., Гусев В. Ключові моменти формування регіональних інноваційних систем в Україні // Економіка України, 2007. - №8. – С.33-39
3. Державне регулювання економіки : Навчальний посібник/ Дідківська Л.І., Головка Л.С.. -2-ге вид., перероб. і доп. -К.: Знання-Прес, 2002. -214 с.
4. Инновационный менеджмент : Учебное пособие/ Ред. В.М. Аньшин, Ред. А.А. Дагаев. -М.: Дело, 2003. -528 с.
5. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика / За ред. д-ра екон. наук, проф. Л.І. Федулової. – К.: «Основа», 2005. – 552 с. (монографія)
6. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці: Монографія // За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. - Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 582 с.
7. Зянько В.В. Інноваційне підприємництво в Україні: проблеми становлення і розвитку. Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ - Вінниця, 2005. – 263 с.
8. Management Information Systems / Ray McLeod, George Schell – 8th ed. – New Jersey: Prentice Hall, 2001. – 478 p.
9. Скрипкин Г.К. Экономическая эффективность информационных систем. – М.: ДМК Пресс, 2002. – 256с.
10. Ивлев В. , Попова Т. Balansed ScoreCard - альтернативные модели// <http://www.iteam.ru>

Надійшла 28.04.2008 р.

УДК 351:354

Л. П. ПІДДУБНА

Академія муніципального управління, м.Київ

РОЛЬ МІСЦЕВОЇ ВЛАДИ У ФОРМУВАННІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІЇ

В сучасних умовах трансформації суспільства провідні країни світу переходять до нової парадигми розвитку, для якої характерним є те, що зростання економіки повинно супроводжуватись покращенням становища більшості населення. Якщо ця умова не виконується, то навіть динамічне зростання економічних показників взагалі не визнається розвитком. За цих умов на передній план виходять безпосередньо соціальні цілі функціонування економіки, зокрема, якість життя, забезпечення економічних та громадянських свобод, право усіх суб'єктів господарювання на участь у прийнятті рішень, здорове повноцінне середовище. На сучасному етапі розвитку ринкового господарства головним цілісним арбітражним інститутом, здатним забезпечувати рівновагу та розвиток системи відносин індивід – суспільство, може виступати лише соціальна держава, яка створює умови для реалізації зростаючої потреби у соціальній справедливості, соціальній підтримці, соціальному захисті [1].

У контексті кардинальних проблем розвитку управління державою, пов'язаних з пошуком шляхів розбудови та трансформації її економіки на ринкових засадах, поступовим подоланням кризових явищ в економічному і суспільному житті, особливого значення набуває вирішення завдань зростання інвестиційної привабливості адміністративно-територіальних одиниць як фактор їхнього ефективного розвитку. В цьому плані найсуттєвішою відмінною рисою побудови соціальної держави та посилення ролі соціального управління є те, що цей процес здійснюється шляхом впливу на свідомість і волю людини, а отже її інтерес щодо досягнення поставленої мети та розробку й впровадження різноманітних методів мотивації в залежності від інтересу та прагнення індивіда і конкретної соціальної групи. Відомо, що будь-яка цілепокладаюча діяльність людей пов'язана з реалізацією їх інтересу як усвідомленої потреби, обумовленої їхнім матеріальним буттям, об'єктивною соціально-економічною структурою суспільства.

Однією з головних задач, які стоять перед місцевими органами влади та їх керівниками є досягнення комплексного соціально-економічного розвитку території й наповнення місцевого бюджету коштами, необхідними для виконання покладених на ці органи повноважень, забезпечення надання населенню владних послуг у повному обсязі й належної якості. Від виконання поставлених задач залежатиме і оцінка результативності роботи органів державної влади та місцевого самоврядування. Будучи складними і неоднозначними ці питання ще не знайшли достатнього розвитку в сучасних вітчизняних дослідженнях. Враховуючи, що проблеми організації влади взагалі, та місцевої влади зокрема, є відносно новими для країни (науці про державне управління виповнилося лише 10 років), в наукових дослідженнях українських учених в

першу чергу розглядались і продовжують активно розглядатись питання історичного розвитку влади, організаційно-правові аспекти її формування та побудови. При цьому особлива увага приділяється визначенню основних та специфічних функцій кожного з рівнів управління, окремих органів влади, що тягне за собою значну кількість досліджень з питань розмежування повноважень між органами державного управління та місцевого самоврядування. Велика увага приділяється також аналізу кількісного та якісного складу персоналу, який задіяний в роботі цих органів. Однак, незважаючи на зростання уваги з боку науковців до вище визначених проблем, прогалини в законодавстві і пов'язані з цим труднощі у реформуванні моделі управління державою в цілому та формування ефективних інститутів влади на місцевому рівні вимагають належної теоретичної розробки цих проблем. Більш детальної уваги потребує розробка механізмів не просто розмежування повноважень між владними структурами різних рівнів, але й визначення обсягів їх фінансування цих повноважень, особливо якщо вони делеговані державою органам місцевого самоврядування. З цього випливає завдання, чіткого визначення функцій, які мають бути закріплені за місцевою владою, та окреслене коло господарських питань щодо управління територією, її комплексним розвитком. Потребують розробки питання щодо дій місцевої влади по залученню інвестицій для розвитку регіонів, окремої уваги потребують питання оцінки якості роботи влади, як центральної, так і місцевої. Ще не знайдені критерії, за якими слід оцінювати владу, і в першу чергу місцеву. Подібна ситуація пояснюється тим, що до недавнього часу потреби в цьому не було, тобто проблема була не на часі, оскільки теоретично ще не були визначені фундаментальні питання організації й функціонування владних структур в Україні.

Аналіз останніх публікацій, які стосуються проблем соціально-економічного розвитку країни та її окремих територій, з суміжних з науковим напрямом державне управління галузей наукових досліджень, зокрема регіональної економіки, показує, що автори в основному зосереджуються на питаннях макроекономічного розвитку територій, розробці пропозицій щодо формування інвестиційного потенціалу регіону (переважно областей, обласних центрів, промислово розвинених регіонів та територій, які мають рекреаційний потенціал), вивченні особливостей формування місцевих бюджетів та їх взаємостосунків з державним бюджетом, дослідженні споживання товарів і послуг населенням з точки зору підприємств та організацій, а саме з метою підвищення обсягів реалізації товарів та послуг, які виробляються або реалізуються промисловими і торгівельними підприємствами (маркетингові дослідження). Разом з тим людина з її потребами, з проблемами їх задоволення, пов'язаними з відсутністю чи недорозвиненістю, а в деяких випадках занепадом окремих галузей сфери обслуговування або використанням соціальної інфраструктури не за призначенням, залишається поза увагою науковців і висвітлюється лише в публікаціях журналістів, особливо активно в період передвиборної агітації, оскільки торкається болючих проблем мешканців окремих населених пунктів, територій, а розмова про ці проблеми і обіцянка їх вирішити може додати голосів виборців окремій партії або лідеру, які прагнуть отримати місце у органах державної влади та місцевого самоврядування.

Спад виробництва, який відбувся у 90-х роках минулого століття, економічна дестабілізація суттєво послабили соціально-економічну та фінансову базу населених пунктів та цілих регіонів України. Останнім часом почалось відродження економіки. Однак воно поки що торкнулось переважно великих промислових центрів, а також територій найбільш привабливих з точки зору розвитку туризму та відпочинку. Враховуючи, що значну частину населених пунктів в Україні складають малі міста, селища та села, які, маючи монофункціональну структуру промисловості, занепали після закриття єдиного підприємства, що було на їхній території. Сьогодні переважна більшість населених пунктів незважаючи на їх розташування та роль, яку вони відіграють у системі розселення України, подібні одне до одного, з переважно брудними не заасфальтованими вулицями, занедбанними багатоквартирними будинками, які потребують капітальних ремонтів, садибами, що перетворились на пустки через відсутність господарів або неспроможність цих господарів доглядати за своїм помешканням через немічність пов'язану з віком та хворобами, відсутністю належних коштів, або соціальним падінням (пияцтво, наркоманія), напівзруйнованими, колись процвітаючими будинками культури, клубами та бібліотеками, будинками побуту, торгівельними підприємствами, відсталістю шкільної освіти, незважаючи на прагнення відповідного міністерства обладнати школи сучасними комп'ютерними класами та автобусами, які мали б забезпечити доступність школярів до отримання знань належного рівня. Але комп'ютерні класи потребують висококваліфікованих фахівців для їх обслуговування, а автобуси – бензину, який сьогодні стає надто дорогим для місцевих бюджетів. Зруйнована також система охорони здоров'я, що позначається на здоров'ї нації, її відтворенні, тривалості та якості життя кожної особи. Більшість промислових підприємств, що успішно працювали у радянські часи, сьогодні перетворились на купу каміння у кращому випадку, які доцільніше знести, а на їх місці побудувати нові з сучасними технологіями та обладнанням. Більшість населення працює у торгівлі, бюджетній сфері, отримуючи низькі доходи, а найбільш активні – покинули насиджені місця у пошуках пристойних заробітків, перебравшись до великих міст, обласних центрів, а то і виїхали з країни взагалі. Значна частина мешканців охоплена соціальною апатією, зайнята своїми проблемами, все більше відчужується від своєї участі у вирішенні проблем території, де мешкає, при цьому ремствує на владу всіх рівнів та на більш успішних співгромадян, що прагнуть розвивати власну справу, покращуючи свій добробут, створюють нові робочі місця. На думку Ісипа О.М., мера міста Кобиляки «столиця та великі промислові центри взяли з малих міст, селищ, сіл усе краще, нічого реально не запропонували взамін. Бюджетні ресурси розподіляються традиційно несправедливо по відношенню до територій цих громад України, а суб'єкти бюджетного процесу отримують кошти згідно з формальним розрахунком Міністерства фінансів

пропорційно до заробленого в адміністративно-територіальних одиницях та пропорційно можливостей лобювання своїх інтересів на найвищому рівні. [2, с.31].

Змалювана картина породжує песимістичні настрої відносно майбутнього, однак сучасні практики окремих населених пунктів показують, що вже є шляхи для вирішення таких проблем. Потрібна лише відповідальна місцева влада, активний керівник, який зможе зорганізувати мешканців, знайти не традиційні джерел надходження коштів для вирішення проблем населеного пункту. І таким джерелом мають стати інвестиції. При цьому важливо, щоб органи влади мали відповідні законні механізми щодо залучення цих інвестицій.

Сьогодні ситуація в країні кардинально змінюється. Під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників змінюється ставлення людей до влади, посилюються вимоги населення до владних структур та персоналій, які там працюють, з'являється замовлення з боку суспільства не просто на наявність влади, її присутність на різних рівнях управління, а на ефективну владу, яка б вирішувала покладені на неї завдання у повному обсязі і була б достатньо результативною, а зниження чи підвищення результативності її діяльності можна було б оцінити за допомогою кількісних та якісних показників. В сучасних нормативних документах, а відповідно, і в наукових дослідженнях вже висвітлені питання щодо розмежування повноважень між органами державної влади на місцевому рівні та органами місцевого самоврядування. Найбільш точно та детально, з нашої точки зору, це зроблено в роботі Роя О.М.[3, с.218-223].

Звертає на себе увагу його підхід до узагальнення й чіткого формулювання, а також порівняння повноважень органів державної влади у сфері місцевого самоврядування та органів місцевого самоврядування. Чітке розмежування повноважень, розроблене названим дослідником дозволяє встановити ті, основні критерії, які мають стати підґрунтям оцінки діяльності, зокрема місцевої влади, щоб на їх основі визначити показники (кількісні та якісні), за допомогою яких можна було б оцінити роботу владної структури конкретного адміністративно-територіального утворення чи конкретної посадової особи. Серед повноважень, які закріплюються безпосередньо за органами місцевого самоврядування, виділяються наступні: прийняття та зміни статутів муніципальних утворень та контроль за їх дотриманням, володіння, користування і розпорядження муніципальною власністю, комплексний соціально-економічний розвиток підпорядкованої території, місцеві фінанси, формування місцевих податків та зборів, вирішення інших фінансових питань, охорона громадського порядку, організація і утримання органів охорони громадського порядку та здійснення контролю за їхньою діяльністю; утримання і використання муніципального житлового та нежитлового фонду; регулювання планування та забудови територій, створення умов для житлового і соціально-культурного будівництва; організація, управління і розвиток муніципальних енерго-, газо-, тепло- і водопостачання і каналізації; шляхове будівництво й утримання доріг місцевого значення, забезпечення протипожежної безпеки, благоустрій та озеленення, організація утилізації й переробки побутових відходів, охорона навколишнього середовища, контроль за використанням земель, регулюванням використання водних об'єктів місцевого значення, покладів розповсюджених корисних копалин, а також надр для будівництва підземних споруд місцевого значення, створення умов для забезпечення населення послугами торгівлі, громадського харчування, побутового обслуговування, організація та розвиток закладів освіти, охорони здоров'я, санітарного благоулуччя місцевого населення, організація ритуальних послуг та утримання місць поховання забезпечення соціальної підтримки і сприяння зайнятості населення, організація транспортного обслуговування, забезпечення послугами зв'язку, організація й утримання місцевих архівів, збереження пам'яток історії й культури, створення умов для розвитку культури та спорту, створення умов для організації масових культурних заходів, організації й утримання інформаційної служби, створення умов для діяльності засобів масової інформації.

Враховуючи визначені законодавством сфери відання органів місцевого самоврядування можна виділити низку напрямів їхньої діяльності, які концентруються навколо основних питань місцевого значення і які є підґрунтям процесу муніципального управління. Серед них:

- Управління власністю і земельними ресурсами.
- Управління соціальною сферою.
- Управління життєзабезпеченням й житлово-комунальним господарством.
- Управління місцевим транспортом;
- Управління споживчим ринком та забезпечення захисту прав споживачів.
- Управління екологічними процесами.

Виконання всієї сукупності цих повноважень може гарантувати комплексний розвиток території, забезпечення використання її природноекономічного потенціалу та комплексного розвитку соціально-культурних засад.

Як бачимо, з переліку напрямів діяльності місцевої влади, спектр сфер її впливу значний, а тому потребують розробки механізми залучення інвестиційних ресурсів до кожного з напрямів діяльності. Перш за все, слід сказати, що вже сьогодні існують розробки провідних учених щодо залучення споживачів до споживання конкретних товарів та послуг (маркетинговий підхід). Враховуючи, що в останні роки відбувається взаємопроникнення сфер діяльності і робота державної та місцевої влади вже не розглядається як виокремлення над структурою, а в роботі органів влади використовуються прийоми і методи, характерні для роботи комерційних структур, то використання прийомів маркетингу у формуванні інвестиційної привабливості

регіонів було б доцільним та ефективним.

Говорячи про це, слід мати на увазі, що кошти для інвестицій можуть бути залучені як зовні, тобто з-за меж певної території, так і мобілізовані в середині територіальної громади. Виходячи з цього, мають бути запропоновані і відповідні стратегії роботи місцевих властей з потенційними інвесторами. Для залучення зовнішніх інвесторів та інвестицій, безумовно, мають бути запропоновані відповідні заходи щодо підвищення інвестиційної привабливості території. При цьому, на нашу думку, слід застосовувати передові технології, прийоми та методи, які успішно використовуються маркетологами для залучання і мотивації споживачів до купівлі конкретного товару та послуги. Відомо, що кожен регіон країни цікавий для навколишнього середовища своєю неповторністю, самобутністю, якоюсь рисою, притаманною лише йому, легендою, природою, явищем тощо. Важливо знайти цю оригінальну відмінність, яка дозволить зацікавити потенційних інвесторів.

З іншого боку, не слід забувати і про внутрішні можливості. Серед тих проблем, про які говорилось раніше, є такі, вирішення яких залежить від людей, що мешкають у цих населених пунктах. Місцевим властям варто створити відповідні умови для підтримки та розвитку підприємництва, ініціативи співмешканців, адже з досвіду провідних країн світу відомо, що саме ці структури дають найбільші за обсягом відрахування до місцевих бюджетів, приймають найактивнішу участь у розвитку території, де вони дислокуються.

Враховуючи вище викладене, вважаємо, що поряд з іншими показниками соціально-економічного розвитку території, які мають бути покладені в основу оцінки діяльності органів місцевого самоврядування, має стати інтегрований показник залучення інвестицій до економіки муніципального утворення. При цьому розробка системи показників та методичних підходів до їх застосування можлива до адміністративно-територіальних утворень різних рівнів.

Кількісна оцінка роботи як влади в цілому, так і окремих її складових, а також персоналу, в тому числі державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, що задіяні у реалізації, поставлених перед владою задач, створюватиме можливість раціоналізації влади, подоланню відхилень від бажаних результатів, виконанню основних завдань, які покладені на владні структури, а саме забезпечення комплексного соціально-економічного розвитку країни, окремої території, підвищення добробуту населення, створення безпечних умов життєдіяльності. Це врешті рещт дало б можливість прийняти обґрунтовані рішення щодо діяльності тієї чи іншої команди управлінців, які знаходяться при владі, передбачення ефективності їхньої роботи у майбутньому.

Література

1. Зайцев Ю.К. Соціалізація економіки України як стратегічна потреба її розвитку /автореферат/ Київ 2002.
2. Ісип О.М. Проблеми малих міст України // Сучасні проблеми та підходи у муніципальному управлінні. Сер. Управління. – зб.наук.праць. – К.: АМУ. – 2007.
3. Рой О.М. Система государственного и муниципального управления, - СПб. 2003.

Надійшла 19.04.2008 р.

УДК 332.122

Н. П. ЗАХАРКЕВИЧ

Хмельницький університет управління та права

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ

Сучасний стан економіки регіонів України характеризується значними диспропорціями у структурі виробництва, нагромадженням економічних та соціальних проблем. Це зумовлено недосконалістю галузевої організації більшості регіональних господарських комплексів, їх низькою економічною ефективністю; значними відмінностями між регіонами в рівнях соціально-економічного розвитку; нерациональним використанням місцевих природних і трудових ресурсів тощо. Однією з причин такого становища є низький рівень конкурентоспроможності регіональних виробництв. Тому надзвичайної актуальності набуває проблема формування стратегій зміцнення їх конкурентних позицій для поєднання інтересів галузі та регіонів, створення умов для ефективного розвитку територій.

Питання розробки регіональних стратегій займаються Б.М. Данилишин, Ю.В. Орловська, В.І. Пила, Д.М. Стеченко, Л.Г. Чернюк, О.С. Чмир та ін. Галузевий аспект, зокрема опрацювання методичних і прикладних питань функціонування регіональних продуктових підкомплексів, є провідним у роботах П.П. Борщевського, Л.В. Дейнеко, О.С. Зайця, О.В. Коломицевої, А.С. Лисецького, В.П. Мартянова, П.Т. Саблука.

Між тим, не знайшли належного висвітлення проблеми ефективного управління галуззю на регіональному рівні. Отже, важливе значення для теорії та практики має розробка адекватної регіональної стратегії розвитку та формування організаційно-економічного механізму її реалізації. Вищезазначене зумовлює

актуальність і практичну цінність даної публікації.

Сучасні умови та особливості функціонування бурякоцукрового виробництва регіону, зумовлюють вибір стратегії спрямованої на забезпечення збереження конкурентних позицій. Вона може бути втілена через практичну реалізацію одного з трьох видів, а саме – стратегії “закріплення”, “вибіркового стимулювання” та “динамічного росту”. Реалізація зазначених видів стратегій передбачає три моделі розвитку подій, які включають: прогнозування найбільш ймовірних в межах сценарію показників економічного розвитку галузі регіону та оцінку результатів впровадження заходів з точки зору соціально-економічної ефективності.

Порівняння сценаріїв реалізації стратегій доводить, що найбільш ефективним за комплексом економічних, соціальних і бюджетних показників є третій варіант. Реалізація запропонованого сценарію потребуватиме здійснення комплексу заходів з інтенсифікації вирощування цукрового буряка та вдосконалення діяльності переробних підприємств регіону, які можуть бути втілені у програмі розвитку бурякоцукрової галузі регіону на період до 2010 р.

При впровадженні стратегії “динамічного росту” передбачається нарощувати виробництво цукрових коренеплодів за рахунок збільшення їх урожайності і розширення посівних площ, та використовувати наявний виробничий потенціал всіх переробних підприємств. Її реалізація орієнтована на: збільшення посівних площ цукрових буряків до 57,8 тис. га за базової урожайності 277,9 ц/га; з метою інтенсифікації вирощування коренеплодів стимулювання розвитку селекції та насінництва в регіоні; нарощення обсягів виробництва цукру переробними підприємствами до 210,31 тис. т; підвищення технічного рівня бурякоцукрової галузі регіону в аграрній та переробній сфері шляхом проведення модернізації та переоснащення; розширення квот “А” і “В” виробництва цукру як по області в цілому, так і по кожному підприємству, в залежності від обґрунтування обсягу випуску продукції; використання виробничих потужностей цукрових заводів не менше, ніж на 70%.

Внаслідок впровадження стратегії “динамічного росту” державний бюджет України щорічно отримує податок на додану вартість в сумі 854,72 млн. грн., податок на прибуток підприємств – 69,52 млн. грн. та податок на доходи фізичних осіб – 36,87 млн. грн. Це на 33% більше податкових надходжень від реалізації стратегії “вибіркового стимулювання” і майже на 38% вище порівняно із першою стратегією. Такі показники досягнуті за рахунок зростання обсягів виробництва та реалізації продукції на 32%, підвищення прибутковості сільськогосподарських і переробних підприємств майже в 2 рази та збільшенні чисельності зайнятих в підкомплексі на 913 осіб.

Фінансове оздоровлення діючих цукрових заводів та оновлення їх виробничих фондів вимагає вкладення коштів у розмірі 20,14 млн. грн. Ми передбачаємо, що ці інвестиції будуть здійснюватись самими підприємствами за рахунок результатів їх господарської діяльності (прибутку), амортизаційних відрахувань, додаткової емісії акцій тощо. Тому ці витрати не впливають на кінцевий результат реалізації сценарію з точки зору загальної ефективності.

Отже, сукупні витрати місцевих бюджетів на реалізацію сценарію будуть складати 6,39 млн. грн. Прогнозовані доходи місцевих бюджетів за період 2006-2010 рр. становитимуть 32,4 млн. грн. Тобто маємо прогнозовану бюджетну ефективність в сумі 26,01 млн. грн.

Соціальна ефективність передбачає врахування щорічних витрат підприємств на утримання об’єктів соціальної інфраструктури (5,89 млн. грн.). Отже сумарний соціальний ефект – 402,06 млн. грн.

Економічний результат полягає у отриманні прибутків суб’єктами господарювання зайнятими у бурякоцукровому виробництві, що складатимуть 393,83 млн. грн. Отже, загальна ефективність впровадження стратегії становить 921,9 млн. грн.

Заходи із стимулювання розвитку бурякоцукрового виробництва регіону можуть бути реалізовані шляхом структурної перебудови галузі, активного впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу, інтенсифікації процесів виробництва цукрових буряків і цукру, розробки і впровадження дієвого механізму забезпечення ефективного функціонування цукрової галузі регіону.

Фінансове забезпечення реалізації заходів здійснюватиметься за рахунок суб’єктів господарювання, що діють в даному регіональному виробництві, а також залучення інвестицій, коштів місцевих бюджетів з метою підвищення кваліфікації кадрів, інших джерел фінансування.

Виконання запропонованого сценарію розвитку бурякоцукрової галузі сприятиме:

- збільшенню надходження до місцевих бюджетів коштів від реалізації продукції галузі, зростанню доходів населення та податків суб’єктів господарювання до 6,5 млн. грн./рік;
- підвищенню зайнятості працездатного населення в сільській місцевості;
- повному забезпеченню регіональних споживачів цукром власного виробництва;
- відновленню експортного потенціалу галузі регіону.

Визначаючи перспективи розвитку регіонального бурякоцукрового виробництва, необхідно оцінити умови використання існуючого виробничого потенціалу і намітити економічні передумови для стимулювання розвитку. Головним напрямом подальшого розвитку всього АПК регіону, включаючи бурякоцукровий підкомплекс, є застосування прогресивних технологій вирощування і переробки сільськогосподарської продукції, що базується на новітніх досягненнях науково-технічного прогресу.

У галузі буряківництва слід збільшити посівні площі до 57,8 тис. га, що на 20,36 тис. га більше, ніж у 2005 р. Стимулювати розвиток буряківництва в регіоні можна за рахунок підвищення рівня рентабельності виробництва коренеплодів. Необхідно зауважити, що у 2005 р. вирощування цукрових буряків було одним з

найбільш рентабельних видів рослинництва в регіоні, прибутковість якого складала 11,39%.

Підвищення ефективності буряківництва слід здійснювати шляхом застосування прогресивних технологій, використання високоурожайних гібридних сортів стійких до хвороб, дотримання нормативів внесення добрив та засобів захисту рослин. Сучасні інтенсивні технології виробництва цукрових буряків передбачають використання великої кількості мінеральних та органічних добрив, засобів захисту рослин від бур'янів, шкідників та хвороб, забезпечення комплексної механізації технологічних процесів, раціональну організацію використання технічних засобів при обробці ґрунту, сівбі, догляді за культурами, їх збиранні.

У поточному часі на ринку пропонується достатня кількість технологій і засобів виробництва для буряківництва. Проте, до їх вибору необхідно підходити з точки зору доцільності та економічної ефективності впровадження, оскільки результативність технології має визначатися економічними показниками, насамперед, скороченням матеріально-грошових витрат на одиницю продукції.

Зокрема, проведені порівняльні дослідження щодо застосування прогресивних технологій вирощування цукрових буряків за німецькою, французькою та вітчизняною інтенсивною ресурсозберігаючою технологіями на прикладі бурякосійних господарств Хмельницької області довели, що найбільш результативною і прибутковою є остання [1].

Реструктуризація буряківництва вимагає адекватної трансформації насінництва, яке є важливою сферою бурякоцукрового підкомплексу, від нього в значній мірі залежить конкурентоспроможність кінцевої продукції. Для покращення ситуації в насінництві необхідно розробити і реалізувати комплекс організаційно-управлінських та економічних заходів. Слід відмітити, що насінневі заводи України мають можливості для повного забезпечення насінням вітчизняних сортів і гібридів всіх площ посіву фабричними цукровими буряками.

Основні напрямки розвитку насінництва повинні включати:

- реконструкцію насінневих заводів;
- концентрацію і спеціалізацію виробництва насіння в сприятливих зонах;
- вирощування, підготовку і реалізацію насіння цукрових буряків тільки спеціалізованими насінневими господарствами і насінневими заводами по ліцензії Міністерства агропромислової політики;
- перетворення насінневого заводу в центр розвитку насінництва в бурякоцукровому виробництві.

Особливу увагу доцільно звернути на насіння цукрових буряків. Значну його частину завозять з-за кордону. Практика використання зарубіжного насінневого матеріалу, неадаптованого до ґрунтово-кліматичних умов України, свідчить про переваги застосування насіння сортів і гібридів української селекції, вирощеного і обробленого на вітчизняних насінневих заводах. Інститут цукрових буряків розробив і вивів гібриди, стійкі до церкоспорозу: “Аватар” та “Кубанський ЧС 36”, що мають потенційну урожайність 500-540 ц/га і цукристість 17,5-17,9%, рекомендовані до вирощування в зоні Лісостепу та Полісся [2].

У поточному часі на території Хмельницької області діє 5 насінневих господарств (ВСАТ “Новоселецьке”, СТОВ “Інтер-Случ”, ВСАТ “Антонінське”, ВСАТ “Городищенське”, ПСП “Відродження”). За прогнозами Головного управління агропромислового розвитку Хмельницької області валовий збір насіння цукрових буряків у 2006 р. складе 344 т., а потреба в насінневому матеріалі при максимальних витратах 2,5 посівні одиниці на 1 га складає 218,2 т. Отже, в цілому сільськогосподарські підприємства будуть забезпечені матеріалом для вирощування цукрового буряка. Але, на нашу думку, необхідно є підтримка селекції нових видів рослин у насінневих господарствах області, що були б стійкими до хвороб та адаптованими до природнокліматичних умов регіону. У 2005 р. фінансування заходів селекції в рослинництві Хмельницької області здійснювалось за рахунок коштів державного бюджету в обсязі 105 тис. грн. та коштів обласного бюджету – в сумі 3903 тис. грн., з яких лише 841 тис. грн. спрямовані на селекцію сортів цукрових буряків, що недостатньо, оскільки не забезпечує проведення ґрунтовних наукових досліджень в галузі буряківництва. Необхідною є співпраця насінневих господарств з Інститутом цукрових буряків УААН та Подільським державним аграрно-технічним університетом, які здійснюють дослідження в галузі селекції цукрових коренеплодів.

Для обміну передовим досвідом вирощування цукрових коренеплодів доцільно створити Регіональний центр буряківництва. Метою його діяльності буде підвищення кваліфікації сільськогосподарських виробників, ознайомлення їх з новітніми технологіями вирощування цукрових буряків, можливостями використання нових селекційних сортів у різних природнокліматичних зонах, застосування засобів захисту рослин тощо. Фінансування роботи центру, на нашу думку, має здійснюватись за рахунок коштів бюджету Хмельницької області. Зокрема, на подібні заходи у 2005 р. виділялось 151 тис. грн. Збільшення надходжень в обласний бюджет за рахунок нарощення обсягів вирощування цукрового буряка надасть можливість підвищити не лише витрати на соціальні заходи, а й на стимулювання розвитку буряківництва в обсязі 215 тис. грн. на рік, що покриє затрати на утримання приміщень, оплату праці працівників центру та лекторів, які будуть проводити заняття. Часткове фінансування в сумі 35 тис. грн. в рік пропонуємо здійснювати за рахунок сільськогосподарських підприємств, які направлятимуть працівників на курси. Причому витрати на навчання 1 працівника в середньому складатимуть 120 грн. за умови, що курси відвідає не менше 300 працівників сільськогосподарських підприємств щорічно.

Щодо стимулювання ефективності діяльності цукрових заводів Хмельницької області, то для реалізації сценарію необхідно забезпечити:

- розширення обсягу квот А та В для підприємств регіону;
- впровадження системи стимулювання збуту продукції за рахунок проведення вертикальної та горизонтальної диверсифікації виробництва;
- підвищення якості продукції відповідно до вимог міжнародних стандартів.

Відповідно до Наказу Міністерства аграрної політики України [3] для Хмельницької області квота “А” виробництва цукру затверджена в обсязі 124 тис. т, а квота “В” – 12 тис. т. Схему отримання дозволу на виробництво цукру і його реалізації в межах країни, як це передбачено Положенням про умови розподілу обсягів виробництва цукру квот “А” і “В” між цукровими заводами на конкурсних засадах [4], представлено на рис. 1.

Збільшення обсягу квоти “А” і “В” можливе лише за умови отримання позитивних результатів атестації цукрових підприємств, а вони, у свою чергу, можуть бути сформовані при досягненні оптимальних умов виробництва і реалізації продукції. Вдосконалення виробничого процесу на переробних підприємствах можна досягти при заміні зношеного обладнання, впровадженні нових енергозберігаючих технологій тощо.

Збільшення обсягів квотування виробництва вимагає також формування обґрунтованого плану збуту продукції при запланованих обсягах виробництва 211 тис. т. Тому з метою заповнення нових сегментів ринку та зацікавлення нових категорій споживачів необхідним є проведення диверсифікації цукрового виробництва регіону.

Одним з найпоширеніших напрямків розширення асортименту цукрової продукції є виготовлення цукру в рідкому стані. Для цього існує ряд об’єктивних причин:

- по-перше, інвертований рідкий цукор, збагачений корисними фруктово-ягідними добавками, може надходити безпосередньо в торгівлю;
- по-друге, рідкий цукор використовується у значних обсягах в кондитерській, хлібопекарній, молочній, консервній та інших галузях;
- по-третє впровадження цього напрямку виробництва не потребує великих капітальних вкладень (що досить важливо в сучасних економічних умовах), оскільки на підприємствах вже створена необхідна технічна база.

Для впровадження цього напрямку виробництва вже розроблена необхідна нормативна і технологічна документація: державний стандарт України (ДСТУ) 3357-96 “Цукор рідкий. Технічні умови” та “Інструкція по производству, транспортированию и переработке жидкого сахара” (1993 р.) [5].

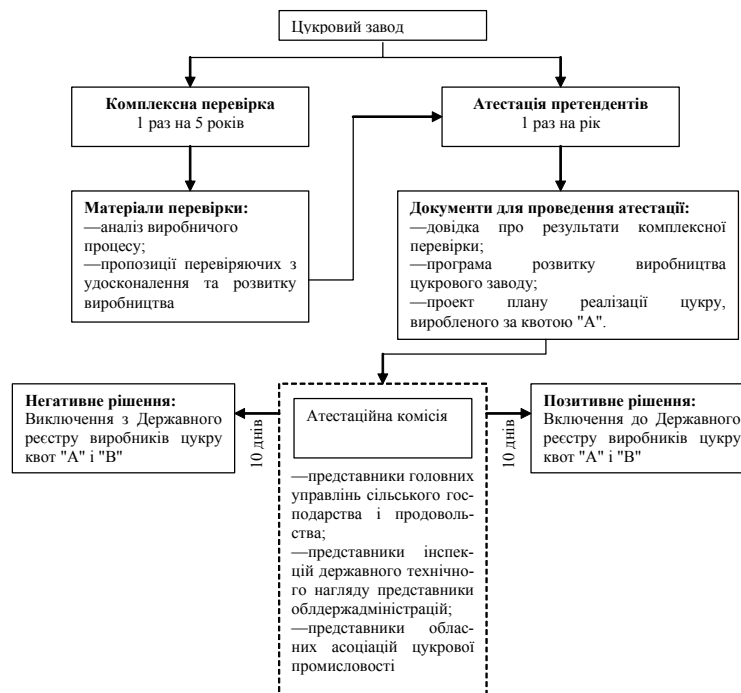


Рис. 1. Процес одержання державної реєстрації цукрового заводу-виробника цукру квот “А” і “В”

Примітка. Складено автором за даними [3]

Виробництво рідкого цукру буде ефективним не лише для цукрових заводів, але й для підприємств, що його споживають, оскільки підприємства-виробники уникають останньої фази виробництва – кристалізації, а споживачі – переведення цукру в рідкий стан, що призводить до зменшення вартості сировини та зниження собівартості продукції.

Основним критерієм запровадження напрямків диверсифікації є економічний аспект, тому досить важливим є обґрунтування економічної ефективності проекту з врахуванням можливих каналів збуту та джерел залучення сировини.

При дослідженні напрямків диверсифікації цукрової промисловості, ми визначили ряд критеріїв, яких

слід дотримуватись при виборі шляхів розширення асортименту продукції:

—виробництво цукру-піску зобов'язане залишатись основним стабільним видом виробництва, а виготовлення інших видів продукції повинно здійснюватись в обсягах, необхідних для задоволення реально існуючого попиту;

—витрати на диверсифікацію не повинні перевищувати економічний ефект їх здійснення;

—створення нових виробництв має на меті згладжування сезонності цукрового виробництва, тобто не збігатись із сезонами виробництва цукру;

—обґрунтування та чіткий економічний розрахунок напрямків диверсифікації з визначенням джерел їх ресурсного та фінансового забезпечення.

При реалізації надлишку виробництва, що реалізується поза квотами "А" та "В" за межами України продукція повинна відповідати вимогам світових стандартів. Обмеження на імпорт дозволяють українським виробникам цукрового буряку підтримувати конкурентоспроможність, незважаючи на їх порівняно високі витрати на виробництво. Середні витрати на виробництво тонни цукру із цукрового буряку в регіоні становлять 526 дол. США. Транспортні витрати додають ще 5%. Таким чином, ринкова вартість цукру становить не менше 552 дол. США. Ціна на цукор залежить від попиту та пропозиції. Місцеві виробники цукру встановлюють ціну на рівні 591 дол. США, закладаючи рівень прибутку приблизно 7%. Така ціна перевищує світову майже в два рази. Проте, багато останніх досліджень міжнародних експертних дослідницьких установ, зокрема, Департаменту сільського господарства США, вказують на те, що уряди всіх країн, які виробляють цукор, втручаються в процеси його виробництва, споживання та торгівлі. Це перетворює ринок цукру в найбільш субсидований та викривлений. Такі дослідження переконують, що так звана "світова ціна" на цукор не є такою по суті, а скоріше є демпінговою похідною надзвичайно високого субсидування цукрового виробництва [6].

Високий рівень внутрішніх цін пояснюється високими витратами, низьким технічним і технологічним забезпеченням виробництва. Показник виходу цукру із цукрового буряку в Україні становить 11%, у той час коли в ЄС він є на 7 процентних пункти вище. Розрахунки доводять, що за умови застосування нових технологій, ціна на цукор зменшилася б принаймні до 425 доларів за тонну і це підвищило б його конкурентоздатність. Це є необхідним кроком, оскільки вітчизняний цукор експортується до країн СНД, зокрема, до Росії, де ціна на нього в середньому на 70 доларів вища за українську.

Тому, підтримка конкурентоспроможності бурякоцукрового виробництва регіону на світовому ринку неможливо без впровадження ефективних технологій виробництва та формування протекціоністської державної і регіональної політики щодо стимулювання експорту цукру.

Отже, запропонований механізми реалізації стратегії повинен бути втілений в політиці розвитку продуктового підкомплексу регіону і конкретизовані у програмі розвитку бурякоцукрового виробництва на 2010 рік. Це слугуватиме вирішенню таких завдань як прогнозування розвитку цукрового виробництва, попередження кризових ситуацій у підкомплексі регіону, визначення пріоритетних завдань та механізмів реалізації превентивних та стимулюючих заходів.

Література

1. Добровольська Е.В. Забезпечення ефективності функціонування регіонального бурякоцукрового підкомплексу: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.07.02 / Державний агроєкологічний ун-т. — Житомир, 2005. — С. 14-15.
2. Пиркін В.І. Ефективність інтеграційних процесів у буряківництві // Цукрові буряки. — 2003. — № 2. — С. 3.
3. Про затвердження Положення про умови розподілу обсягів виробництва цукру квот "А" і "В" між цукровими заводами на конкурсних засадах: Наказ Міністерства аграрної політики України від 20 вересня 2000 року N 186 // Офіційний вісник України. — 2000. — N 40 (20.10.2000).— Ст. 1723.
4. Про розподіл обсягів виробництва цукрових буряків та цукру квоти "А" в розрізі областей та між цукровими заводами на період з 1 вересня 2006 року до 1 вересня 2007 року: Наказ Міністерства аграрної політики України від 15 березня 2006 року N 117 // Офіційний вісник України. — 2006. — N 8 (07.03.2006). — Ст. 431.
5. Іволга Н.С. Шляхи розширення асортименту цукру // Цукор України — №4. — 2002. — С. 7
6. Регуляторна система ринку цукру в Україні: на шляху створення регуляторної моделі виробництва та торгівлі цукром у відповідності до принципів СОТ // Укладачі Спінуа Б., Шкурупій К., Устенко О. — К.: Українсько-європейський центр з питань законодавства, 2004. — С. 8.

Надійшла 02.04.2008 р.

КОМПЛЕКСНА ДІАГНОСТИКА РЕГІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Одним з головних завдань на сучасному етапі розвитку України є забезпечення стабільного процесу економічного зростання усіх сфер життєдіяльності як держави в цілому, так і її регіонів. Пріоритетне місце поряд з іншими займає така сфера як система охорони здоров'я. Формування ефективної моделі її функціонування значною мірою залежить від застосування якісно нових методів управління, повноти відповідного теоретичного, методичного та аналітичного забезпечення. У зв'язку з цим надзвичайно актуальною проблемою є використання математичного інструментарію при розробці та обґрунтуванні стратегії сталого розвитку галузі. Його практичне застосування створює надійне підґрунтя для визначення пріоритетних напрямів розвитку у сфері охорони здоров'я, забезпечує оптимальне використання наявних ресурсів, а також дозволяє провести оцінку ефективності впроваджених заходів.

Такого роду дослідження, як правило, здійснювались у сфері комплексного регіонального розвитку економічних систем, - та майже не проводились стосовно його окремих складових. Вагомий внесок у розробку науково-методичних засад оцінки рівня соціально-економічного розвитку регіону та створення регіональних стратегій здійснили Г.В. Балабанов, Ю.Н. Гладкий, А.Г. Гранберг, А.П. Калитенко, В.І. Пила, В.А. Поповкин, В.О. Розинка, Д.М. Стеченко, А.І. Чистобаєв, О.С. Чмир та інші вчені. Водночас, існує необхідність адаптації цих моделей до особливостей функціонування системи охорони здоров'я, розробки адекватної методики діагностики медико-демографічної ситуації та обґрунтування наукових підходів до формування регіональних стратегій розвитку галузі.

Розробка ефективної стратегії регіональної системи охорони здоров'я неможлива без попереднього встановлення та вивчення закономірностей її розвитку, тобто об'єктивно існуючих стійких зв'язків між явищами та процесами. Мова йде про необхідність вивчення, у першу чергу, тенденцій та факторів медико-демографічних процесів, дослідження внутрішніх суперечностей (диспропорцій у розвитку). На основі їх пізнання, встановлення причинно-наслідкових зв'язків з іншими соціально-економічними явищами розробляються прогнози розвитку майбутніх змін чисельності населення, її структури тощо, а, отже - створюються ґрунтовні умови для розробки та реалізації ефективних програм у галузі охорони здоров'я.

Отже, економічний та демографічний аналіз є фундаментом для дослідження системи охорони здоров'я регіону, визначення існуючих деформацій та невикористаних можливостей зростання. Медико-демографічна ситуація характеризується значною кількістю статистичних показників, що відображають поточний стан, ресурсну забезпеченість та економічну ефективність діяльності лікувально-профілактичних закладів, а також природний приріст населення, його здоров'я, статеві-вікову структуру тощо. Тому з метою оптимізації переліку та визначення найінформативніших індикаторів пропонуємо використовувати наступні показники, об'єднані у три блоки (табл. 1).

Перш за все, вивчення територіальних особливостей розвитку системи охорони здоров'я потребує аналізу демографічних показників, що дозволяють оцінити динаміку чисельності населення, зміни у її структурі, природний рух, а також визначити регіональні відмінності за рівнем народжуваності, смертності, захворюваності населення.

Система охорони здоров'я формується під впливом соціально-економічних факторів, що є характерними для певного регіону. Їх дія зумовлює виникнення регіональних відмінностей у складі та рівні розвитку об'єктів системи охорони здоров'я, призводить до диференціації територій за характером медико-демографічних процесів, а в довгостроковому періоді спричиняє посилення просторових розривів та неадекватне забезпечення населення відповідними послугами. Саме тому другий блок показників передбачає дослідження діяльності лікувально-профілактичних установ, виявлення специфіки регіональної організації та особливостей прояву процесів медичного обслуговування населення, нерівномірностей розвитку елементів системи охорони здоров'я на конкретній території.

Серед економічних показників (третій блок) важливе значення мають фінансово-бюджетні, оскільки у значній мірі обумовлюють можливості розвитку та нарощування потенціалу регіональної системи охорони здоров'я. До основних з них нами віднесено розмір видатків бюджетів усіх рівнів на охорону здоров'я, їх структуру, фінансування з інших джерел та ін.

Крім того, важливою складовою дослідження системи охорони здоров'я є визначення ефективності її діяльності, оцінка економічних наслідків зміни медико-демографічної ситуації регіону. Слід зазначити, що у вітчизняній і зарубіжній практиці існують декілька підходів до визначення економічної ефективності діяльності системи охорони здоров'я. За першим пропонується оцінювати ефективність через показник заощадженої праці, виражений у збереженні людино-років життя та абсолютному прирості національного доходу. Зазвичай така оцінка здійснюється через розрахунок показника вартості „тягаря хвороб”, який показує відношення приросту валового внутрішнього продукту або валової доданої вартості, отриманої у результаті зниження захворюваності або смертності працездатного населення, до видатків на функціонування системи охорони здоров'я.

Система показників стану системи охорони здоров'я

Група		Показники
Демографічні		Рівень народжуваності, осіб на 1000 населення
		Рівень загальної смертності, осіб на 1000 населення
		Рівень смертності новонароджених, осіб на 1000 населення
		Сумарний коефіцієнт народжуваності, дітей/жінку
		Рівень захворюваності, осіб на 10 тис. населення
		Статеві-вікова структура, %
		Демографічне навантаження, осіб на 1000 населення
		Рівень травматизму, осіб на 10 тис. населення
		Рівень інвалідності, осіб на 10 тис. населення
Показники діяльності лікувально-профілактичних установ		Забезпечення лікарняними ліжками, од. на 10 тис. населення
		Забезпечення лікарями, осіб на 10 тис. населення
		Забезпечення населення середнім медичним персоналом, осіб на 10 тис. населення
		Рівень госпіталізації, осіб на 1000 населення
		Потужність (ємність) АПЗ, осіб/змину
		Середня зайнятість ліжка, днів
		Кількість пролікованих, тис. осіб
		Забезпечення сільського населення ФАПами, амбулаторіями сімейної медицини, од. на 1000 населення
Економічні	Фінансово-бюджетні показники	Видатки на охорону здоров'я у зведеному бюджеті, млн.грн.
		Видатки зведеного бюджету на охорону здоров'я у розрахунку на 1 жителя, грн.
		Позабюджетні надходження системи охорони здоров'я, млн.грн.
		Структура витрат на охорону здоров'я, %
		Вартість одного ліжка-дня, грн.
	Показники ефективності	Втрати у виробництві ВДВ внаслідок смертності працездатного населення, млн.грн.
		Втрати у виробництві ВДВ внаслідок тимчасової непрацездатності по причині хвороб, млн.грн.
		Приріст у виробництві ВДВ внаслідок зменшення смертності працездатного населення, млн.грн.
		Приріст у виробництві ВДВ внаслідок зменшення днів непрацездатності по причині хвороб, млн.грн.

Примітка. Складено автором.

В основу другого напрямку покладено вивчення економічної ефективності медичного втручання, що дозволяє проаналізувати затрати та отриманий результат у вигляді збільшення тривалості людського життя, поліпшення його якості, економії фінансових ресурсів порівняно з іншим способом лікування. Така оцінка здійснюється, як правило, лікувально-профілактичними закладами для конкретного випадку захворювання та ґрунтується на використанні наступних методів: аналіз мінімізації вартості, аналіз ефективності витрат, аналіз вартості хвороби, вартісно-утилітарний аналіз тощо.

Однак, для формування оптимальної стратегії розвитку системи охорони здоров'я недостатньо лише виявити недоліки та деформації у її функціонуванні. Необхідно здійснити їх глибоке, комплексне оцінювання, яке потребує застосування спеціальних методів наукових досліджень. Метою такої оцінки є ґрунтовний аналіз територіальної диференціації у організації системи охорони здоров'я, отримання узагальненого інтегрального висновку щодо рівня розвитку регіонів з урахуванням багатьох критеріїв. Для вирішення цієї задачі вченими-практиками пропонується використовувати систему регіональної діагностики із застосуванням таких наукових методів як комплексна економічна оцінка регіонального розвитку, типологія, класифікація, картографування тощо.

При дослідженні територіальних відмінностей та диспропорцій розвитку широке розповсюдження отримали методи інтегральної оцінки регіонального розвитку, які дозволяють виділити регіони з різним рівнем соціально-економічного стану [2, 3, 4, 5, 7, 9]. Разом з тим, існуючі методичні підходи дозволяють оцінити рівень регіонального розвитку у цілому, однак не дають можливості з'ясувати наявні проблеми та причини їх виникнення. При цьому переважна більшість авторів здійснює оцінку демографічної ситуації лише як складової соціально-економічного розвитку регіону, використовують незначну кількість індикаторів, що свідчать про рівень розвитку системи охорони здоров'я.

Зазначене свідчить про обмеженість використання таких моделей для діагностики стану системи охорони здоров'я регіону, необхідність їх адаптації для цілей та задач дослідження у цій сфері. А це, у свою

чергу, вимагає розробки адекватної методики виявлення територіальних відмінностей розвитку медико-демографічної ситуації. Однак, у науковій літературі цьому питанню присвячено недостатньо уваги, що, на нашу думку, негативно позначається на формуванні дієвої політики у галузі охорони здоров'я. Адже остання може бути ефективною лише за умови проведення ґрунтовного, багатоаспектного аналізу.

З урахуванням наведеного, вважаємо, що існує реальна необхідність розробки адаптованої до специфіки цієї сфери методики комплексної діагностики стану системи охорони здоров'я на регіональному рівні. Така методика має бути спрямована на виявлення та відповідну оцінку територіальних особливостей медико-демографічної ситуації, забезпечуватиме надійну основу для визначення перспективних напрямів розвитку, сприятиме подоланню диспропорцій у її організації та функціонуванні.

Оцінка територіальної диференціації здійснюється за допомогою регіоналізації і районування, тобто членування території за певними ознаками, що дає можливість виявити просторові особливості перебігу соціально-економічних процесів. Одним з ефективних засобів досягнення цієї мети вчені Гранберг А.Г., Калитенко А.П., Поповкин В.А., Розинка В.О. [4, 6] вважають застосування методів типології та багатовимірних групувань, зокрема - кластерного аналізу. За їх допомогою можна здійснити поділ сукупності об'єктів на групи, у певному розумінні близькі один до одного за деякими характерними властивостями. У якості останніх, на нашу думку, можуть бути використані показники, що характеризують медико-демографічну ситуацію регіону.

Головною перевагою зазначених методів, що обумовлює їх значну практичну цінність для регіональної діагностики, є врахування багаточинниковості при визначенні певних типів територій. Це дає змогу розкрити економічну сутність цих груп, найголовніші особливості їх формування, а також структурувати проблеми розвитку. Виділені у результаті класифікації однорідні групи стають об'єктом аналізу спільних закономірностей та причин виникнення міжрегіональних відмінностей, для них розробляються стратегії розвитку та заходи корекції.

Незважаючи на відсутність наукових досліджень щодо застосування методів типології для оцінки стану територіальної системи охорони здоров'я, ми вважаємо, що їх використання буде ефективним інструментом діагностики стану медико-демографічної ситуації. У зв'язку з цим нами розроблено власну методику комплексної оцінки системи охорони здоров'я регіону з використанням методу кластерного аналізу [1]. Застосування такої методики на практиці забезпечує адекватний аналіз територіальної організації та виявлення диспропорцій розвитку системи охорони здоров'я. Це сприятиме здійсненню виваженої регіональної політики, обґрунтуванню відповідних цільових програм та планів, спрямованих на подолання існуючих диспропорцій, забезпечення збалансованого розвитку усіх територій.

Аналіз міжрегіональної диференціації нерозривно пов'язаний із картографічним методом, який відображає числовий матеріал у просторовому зображенні та дозволяє найбільш точно і наглядно відтворити територіально-структурні особливості організації системи охорони здоров'я.

Формування оптимальної стратегії системи охорони здоров'я регіону, як було зазначено вище, багато у чому залежить від вміння обирати адекватний інструментарій аналізу її стану. Засобом реалізації стратегічних пріоритетів регіонального розвитку виступають відповідні цільові програми. Тому важливим є також удосконалення методів розробки цих програм, вибір їх кількісних та якісних характеристик; визначення системи критеріїв, за допомогою яких можна порівнювати та оцінювати результативність здійснюваних заходів. Саме таким методом, що дає змогу раціонально та прозоре використовувати наявні ресурси, є програмно-цільовий.

Програмно-цільовий метод спрямований на визначення першочергових цілей, складання відповідних планів для їх досягнення, забезпечення цих планів необхідними ресурсами, оцінку ефективності використання бюджетних коштів у процесі виконання завдань [8]. Виходячи з цього, можна виділити наступні кроки формування стратегій розвитку системи охорони здоров'я в рамках даного методу:

1. На основі комплексної діагностики медико-демографічної ситуації регіону визначення пріоритетних цілей та напрямів розвитку.
2. Структурування стратегії, тобто складання відповідних програм та планів щодо виконання визначених цілей, розробка системи завдань та конкретних заходів.
3. Визначення ресурсного забезпечення. На підставі планів діяльності на коротко- та середньостроковий період розподіляються фінансові ресурси, потрібні для виконання розроблених завдань.
4. Прогнозування системи показників ефективності використання бюджетних коштів для реалізації програм та комплексу заходів.

Одним із найважливіших питань програмно-цільового методу є визначення та оцінка показників результативності програм. Адекватно розраховані показники їх виконання дають змогу оцінити віддачу від використання бюджетних коштів, оптимальність їх розподілу; дозволяють визначити, чи за цільовим призначенням були використані бюджетні кошти, чи досягли програми поставленої мети.

Вивчення праць провідних спеціалістів у галузі програмного планування (Кульчицький М.І., Перун З.В., Пила В.І., Самошкіна О.А., Чугунок І.Я., Януль І.Є.) дозволяє сформулювати наступну систему показників виконання програм: показники витрат, продукту, ефективності, результату, які мають відображати специфіку кожної окремої програми і відрізняються залежно від її мети, завдань, сфери реалізації.

Показники витрат визначають необхідний обсяг ресурсів для виконання програми. Так, для охорони

здоров'я це можуть бути видатки на медикаменти, оплату праці, закупівлю обладнання тощо.

Показники продукту характеризують параметри оцінки досягнення поставлених цілей, вказують на обсяг наданих послуг чи виробленої продукції у результаті виконання програми. Наприклад, потужність (пропускна спроможність) амбулаторно-поліклінічних закладів; кількість профілактичних оглядів; чисельність населення, охоплених флюорографічними обстеженнями.

Показники результатів вказують на дієвість програми щодо вирішення поставлених завдань, відображають основні досягнення здійсненої програми (зниження рівня смертності та захворюваності, прогнозна тривалість життя).

І, нарешті, показники ефективності використовуються для порівняння отриманих результатів та витрат на здійснення певних заходів. При цьому необхідно, як зазначалось вище, визначати економічну, медичну та соціальну ефективність впровадження певних заходів.

Таким чином, використання програмного-цільового методу при розробці регіональних стратегій розвитку системи охорони здоров'я дозволяє враховувати пріоритети при розподілі фінансових ресурсів, джерел їх фінансування, здійснювати контроль за цільовим та оптимальним їх використанням, а отже, сприятиме удосконаленню та підвищенню ефективності діяльності цієї сфери в цілому.

Логічним продовженням розробки та оцінки дієвості регіональних програм є передбачення можливих змін у разі здійснення тих чи інших заходів, пошук альтернативних варіантів дій, за яких забезпечувалося б оптимальне функціонування системи охорони здоров'я. Тому при обґрунтуванні стратегій її розвитку важлива роль відводиться економіко-математичним методам. Їх застосування дає можливість змоделювати оптимальні варіанти територіальної та структурної організації галузі відповідно до специфіки регіонів; визначити та оцінити взаємообумовленість великої кількості внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на розвиток і функціонування системи охорони здоров'я. Використання зазначених методів створює основу для отримання системної картини стану і тенденцій медико-демографічної ситуації регіону, здійснення довго- та середньострокового планування, оптимізації діяльності тощо.

Серед економіко-математичних методів важливе значення відводиться прогнозуванню, яке є невід'ємною частиною регіональної політики, оскільки обумовлює правильний вибір стратегії розвитку цієї сфери та методів впливу на нього. Прогнозування медико-демографічних процесів означає визначення їх можливих параметрів у майбутньому. При цьому прогнози можуть розроблятися за методами екстраполяції (пасивний прогноз) та моделювання (активний прогноз). Екстраполяція полягає у тому, що майбутнє прогнозується як безпосереднє продовження сучасного стану і відображає «законсервований» незмінний розвиток об'єкту у разі збереження існуючих тенденцій. Активні прогнози визначають ситуації, що повинні скластися у регіоні за умови подолання негативних тенденцій та впровадження тих чи інших заходів. Аналіз різних варіантів параметрів та характеристик стану територіальної системи охорони здоров'я у перспективному періоді дає змогу вибрати один з них, в результаті якого буде знайдено оптимальний шлях розв'язання виявленої проблеми.

Таким чином, ми вважаємо, що подальший розвиток системи охорони здоров'я вимагає урізноманітнення методичної бази її дослідження. Викладені методичні положення були використані при проведенні комплексної діагностики стану демографічної та медико-санітарної ситуації у регіоні (на прикладі Хмельницької області), що дозволило більш точно оцінити поточний рівень та особливості територіальної організації системи охорони здоров'я, відтак - сформулювати чітку стратегію розвитку на середньострокову перспективу [1]. Перевага запропонованого підходу до обґрунтування стратегій розвитку цієї сфери полягає в системній, комплексній його побудові, що визначає його методичну і практичну цінність при розробці та реалізації конкретних заходів і рішень. На цій основі може ефективно здійснюватися відбір варіантів розвитку як системи охорони здоров'я в цілому, так і її складових частин і елементів.

Література

1. Арзанцева Д.А. Формування оптимальної стратегії розвитку регіональних систем охорони здоров'я // Університетські наукові записки. Часопис Хмельницького університету управління та права. — 2007. — №1. — С.315-324.
2. Галушак В.Л. Методика визначення рівня розвитку регіонів та їх проблемності // Формування ринкових відносин в Україні. — 2005. — №9. — С. 102-110.
3. Гладкий Ю.Н., Чистобаев А.И. Регионоведение: Учеб. для студ. вузов. — М. : Гардарики, 2003. — 382 с.
4. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики: Ученик для вузов. — 3-е изд. — М.: ГУ ВШЭ, 2003. — 495 с.
5. Пила В.І. Основні проблеми та завдання розвитку регіонів України // Вісник Національної академії державного управління. — 2001. — №2. — С. 140-143.
6. Поповкин В.А., Калитенко А.П., Розинка В.О. Рівні соціально-економічного розвитку регіонів України. — К.: НІСД. — Вип. 24. — 78 с.
7. Стеченко Д.М. Аспекти системно-діагностичного аналізу регіонального розвитку // Вісник Національної академії державного управління. — 2001. — №2. — С. 143-147.

8. Стеченко Д.М., Чмир О.С. *Методологія наукових досліджень: Підручник.* – К.: Знання, 2005. – 309 с.
9. Суспицын С. Межрегиональные различия: сравнительный анализ федеральных округов и субокругов // *Российский экономический журнал.* – 2001. – №1. – С. 53-66.
10. Трансформація структури господарства України: регіональний аспект / За редакцією Г.В. Балабанова, В.П. Нагорної, О.М. Нижник. – К.: Міленіум, 2003. – 404 с.

Надійшла 02.04.2008 р.

УДК 336

В. М. ЙОХНА, В. С. БАСТРИЧЕВ
Хмельницький національний університет

ПРОБЛЕМИ СТРАХУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ РИЗИКІВ, ПОВ'ЯЗАНИХ З РЕАЛІЗАЦІЄЮ ІННОВАЦІЙ

Підприємницька діяльність в основі своїй є ризикованою. Це пов'язано з тим, що комерційну вигоду підприємець може отримати лише тоді, коли він раніше інших відгадає нові суспільні потреби і спробує їх задовольнити своїми товарами чи послугами, тобто, реалізує певний інноваційний задум, втілюючи його в нові для ринку товари чи послуги. Своє рішення підприємець приймає в умовах неповноти інформації, невизначеності ситуації, тому вони завжди будуть ризикованими. Невдалий (некваліфікований) прогноз ринкової кон'юнктури зумовлює втрату вкладених у підприємницький проект коштів через відсутність достатнього попиту на пропонований за інноваційним проектом товар; неочікувані зміни цін на ресурси, які необхідні для виготовлення продукції, спричиняють зниження прибутковості діяльності (чи навіть збитки); непередбачувані зміни політичної ситуації можуть взагалі унеможливити бізнес у його проектному варіанті через, наприклад, подорожчання ліцензії, збільшення податкового тиску внаслідок відміни певних пільг чи навіть через перерозподіл власності.

Причиною втрат, які може понести підприємець, можуть стати і стихія (що доволі часто спостерігається у сфері туризму чи сільськогосподарській діяльності), а також техногенні катастрофи (пожежі, вибухи) чи інші події, що не могли бути передбачені. Тому успішна підприємницька діяльність потребує обов'язкових застережних заходів для зменшення збитків чи їх повного відшкодування. Механізм такого відшкодування забезпечується страхуванням ризиків. Воно дає можливість розподілити масштабні втрати в часі та просторі між зацікавленими у страхуванні особами і, чим більша їх кількість, тим дешевшим і ефективнішим є для них є страховий захист.

Таким чином, розмаїття ризиків в підприємницькій діяльності створює деякі неузгодженості в законодавчій базі, що спричиняє виникнення «білих плям» у даній сфері, і в свою чергу робить це питання актуальним та вимагає обговорення.

Питаннями дослідження способів зменшення розміру втрат, заподіяних ризиковими подіями, займаються багато науковців, зокрема, В. Вігліньський, С. Наконечний [1], І. Івченко [2], В. Лук'янова [3], Н. Машина [4], Д. Штефаніч [5] та ін. Способи управління ризиками є доволі різноманітними, серед яких важливе місце займає їх страхування, тому цим питанням у науковій літературі приділяється багато уваги. Однак у наукових публікаціях не знайшли достатнього висвітлення питання, пов'язані із страхуванням ризиків підприємців, що планують реалізацію певного інноваційного проекту. Ці питання є законодавчо неврегульованими, що гальмує, зокрема, розвиток венчурного бізнесу, основним змістом якого і є реалізація ризикованого інноваційного проекту.

Зазвичай під підприємницькими ризиками розуміють такі, що виникають при будь-яких видах підприємницької діяльності, пов'язаних з виробництвом продукції, товарів і послуг, їх реалізацією; товарно-грошовими і фінансовими операціями; комерцією, а також здійсненням науково-технічних проектів. Фахівці ринку [1; 7] класифікують підприємницькі ризики здебільшого за сферою їх виникнення (табл.1).

Підприємець може зазнавати втрат через ушкодження або знищення засобів виробництва, невиконання контрагентами умов договорів. Окрім цього, можливі значні фінансові втрати через зниження задалегідь обумовленого рівня рентабельності, через необхідність компенсувати шкоду, заподіяну найманним робітникам внаслідок нещасного випадку на виробництві, а також споживачам продукції цього підприємства.

Як бачимо, наслідки настання страхової події у підприємницькій діяльності можуть бути різними, але здебільшого вони пов'язані з ймовірністю втрати майна підприємства, загрозою життю і здоров'ю людей, які працюють на ньому, з виконанням зобов'язань у межах комерційної діяльності за укладеними договорами, контрактами тощо [2]. Звідси і виокремлюється об'єкт страхування підприємницьких ризиків – це страхування майна, страхування відповідальності та особистого страхування. За допомогою страхування створюються певні фінансові гарантії стабільності і прибутковості виробництва на випадок настання несприятливих ситуацій у будь-якій підприємницькій структурі, яка працює на ринку товарів і послуг.

Крім того, страхування дає змогу накопичити інвестиційні ресурси, які потрібні економіці для її розвитку. Страхування нині – одна із галузей вітчизняної економіки, яка стрімко розвивається і має величезний потенціал подальшого розвитку. Так, частка доходів від страхування у ВВП України зросла з 2001 до 2005 р. із

1,29 до 3,02%. І хоча у 2006 ця частка дещо знизилась (до 2,6%), все ж розвиток ринку страхових послуг відбувається в Україні доволі потужно. За період з 2001 до 2006 р. кількість страхових компаній в Україні зросла в 3 рази – з 20 до 66. У цей сектор йдуть іноземні інвестиції, що підтверджує його привабливість. Основними іноземними інвесторами страхової сфери є Великобританія, США, Данія, Польща, Австрія, Росія.

Таблиця 1

Види підприємницьких ризиків	
Вид ризику	Характеристика
Політичний	Можливість виникнення збитків чи скорочення розмірів прибутку, які є наслідком державної політики
Економіко-правовий	Зумовлений змінами в законодавстві, яке регламентує підприємницьку діяльність, або його недосконалістю
Матеріально-технічний	Пов'язаний з недостатнім або низьким рівнем матеріально-технічної бази підприємства, яка може не забезпечити випуск високоякісної конкурентоспроможної продукції
Виробничий	Пов'язаний з виробництвом продукції, товарів і послуг та із здійсненням будь-яких видів виробничої діяльності, в процесі якої підприємці стикаються з проблемами неадекватного використання сировини, зростання собівартості, збільшення втрат робочого часу, використання нових методів виробництва
Комерційний	Виникає в процесі реалізації товарів і послуг, вироблених чи куплених підприємцем
Маркетинговий	Спричинений неточним прогнозуванням обсягів досліджуваного ринку
Інвестиційний	Зумовлений порушенням матеріально-речової структури інвестицій, несвоєчасною виплатою здійснених капіталовкладень та ін.
Кредитний	Пов'язаний з небезпекою неповернення, часткового або несвоєчасного повернення кредитів
Управлінський	Викликаний недостатньо обґрунтованими і помилковими рішеннями менеджерів різних ланок і рівнів управління

Згідно статистичних даних останніх років, в Україні значного поширення набуває страхування майна підприємств, пов'язане із забезпеченням страхового захисту матеріально-технічної бази виробництва. Страховики ризикового страхування зібрали в 2006 році 8,3 млрд. грн. чистих премій, що на 16,2% більше за показник 2005 року. 74% загального приросту отримано за рахунок премій зі страхування наземного транспорту, що залишається основним чинником зростання ринку ризикового страхування в Україні (табл. 2) [6].

Таблиця 2

Чисті премії з ризикового страхування, млн. грн.			
Види страхування	2005	2006	Приріст
Особисте	475,8	681,7	205,9
Відповідальності, добровільне	244,5	282,8	38,3
Майнове добровільне, в т. ч.:	5498,2	6383,0	887,7
- наземного транспорту (крім залізничного)	1039,2	1900,1	860,9
- вантажів та багажу	582,9	483,3	-99,7
Від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ	759,6	927,1	167,6
- фінансових ризиків	1473,5	1494,9	21,4
Недержавне обов'язкове в т. ч.:	860,8	872,0	11,3
-СЦВВТЗ	553,7	556,6	22,9
Державне страхування	82,3	96,3	14,0
ВСЬОГО ЧИСТИХ ПЛАТЕЖІВ	7161,6	8318,8	1157,2

При страхуванні майна страхувальником може бути його власник або особа, яка отримала майно в користування, оренду, лізинг, на зберігання, під заставу тощо. До цього страхування входить багато видів, котрі найчастіше поділяються за об'єктами страхування і страховими випадками, а саме: страхування основних і оборотних фондів, страхування засобів транспорту, вантажів, електронних пристроїв, страхування машин і механізмів, страхування будівельно-монтажних ризиків, страхування машин від поломок.

Найпоширенішим і навіть традиційним видом страхування підприємницьких ризиків є страхування майна промислових підприємств від вогню та інших небезпек. Страхування від вогню полягає у відшкодуванні збитків від раптових і непередбачуваних випадків пожежі або вибуху, а також деяких інших супутніх явищ. За цим видом укладаються основний та додатковий договори страхування. За основним договором страхуванню підлягає все майно, що належить підприємству. Ставки страхових внесків за договорами страхування майна коливаються від 0,05 % до 0,5 % вартості майна (при страхуванні приміщень, меблів). При страхуванні обладнання промислових підприємств страховий збір коливається від 0,15 % до 1% їх вартості, а якщо

страхуються дорогі марки автомобілів, то ставки страхових внесків можуть досягти 17 %. Стандартний поліс вогневого страхування передбачає покриття таких ризиків: пожежа, удар блискавки, вибух газу. Якщо страхувальник зазнав збитків при здійсненні заходів, спрямованих на врятування майна, запобігання пожежі та ін., то такі збитки підлягають відшкодуванню.

Слід зазначити, що за додатковим договором страхування можуть бути застраховані можливі збитки внаслідок:

- стихійних лих - землетрусів, бурі, смерчу, повені, паводків, гірських зрушень тощо;
- вибуху парових котлів, газосховищ, агрегатів, машин тощо;
- пошкодження застрахованого майна внаслідок аварії електричної мережі та впливу електроструму;
- пошкодження застрахованого майна в результаті аварії водопроводу, каналізаційної та опалювальної системи, систем гасіння пожежі;

- крадіжки зі зломом;
- биття скла, дзеркал, вітрин.
- майна, одержаного підприємством згідно з договором майнового найму (якщо воно не застраховане у наймодавця), або прийнятого від інших підприємств та населення для переробки, ремонту, перевезення, зберігання, на комісію тощо;

- майна на час проведення експериментальних або дослідницьких робіт, експонування на виставках.

Окремо від власного майна можуть страхуватися основні фонди, що передані в оренду іншим підприємствам і організаціям.

Для повного відшкодування збитків, завданих основним і оборотним фондам, необхідна їх оцінка. Основою для визначення страхової суми є дійсна вартість застрахованого майна на момент підписання договору, що визначається за балансовою вартістю та вартістю придбання з урахуванням зносу. Страхова сума не повинна перевищувати страхової вартості. Якщо вона менша, то страхувальник має право на відшкодування тільки тієї частини збитку, що відноситься до загальної суми збитку так, як страхова сума до страхової вартості. Йдеться про так зване «недостраховання». Страхувальник сплачуватиме меншу за розміром страхову премію.

Згідно правил страхування, страхова вартість визначається наступним чином:

- для товарів, що виготовляє страхувальник (незавершеного будівництва та готової продукції), - це затрати на виготовлення аналогу;
- для товарів, якими страхувальник торгує, сировини, яку страхувальник використовує для виробництва товарів, та природних ресурсів - це ціна покупки заміни;
- для машин і устаткування — витрати на придбання або відновлення застрахованого об'єкта аналогічного втраченому (за мінусом зносу);
- для будівель і споруд - за вартістю будівництва будівлі чи споруди повністю аналогічної тій, що знищена, із урахуванням місцевості, техніко-експлуатаційного стану будівлі та її зносу.

При настанні страхового випадку страхове відшкодування виплачується після того, як повністю виявлено причини та розмір збитків. Розмір збитку в разі загибелі (руйнування) будівель, споруд та іншого майна, що належить до основних засобів, визначається на підставі повної балансової або договірної вартості, за якої вони застраховані, а в разі пошкодження цих об'єктів – на основі вартості відновлення (ремонту) і в межах страхової суми. Витрати на відновлення враховують:

- витрати на придбання матеріалів та запасних частин для ремонту;
- витрати на оплату ремонту;
- витрати на доставку матеріалів до місця ремонту та інші видатки, необхідні для доведення пошкодженого майна до стану, що був перед настанням страхового випадку.

Крім того, до суми збитку входять також втрати від пошкодження майна внаслідок заходів, що вживалися для його рятування, зберігання та впорядкування застрахованого майна після настання страхового випадку, витрати на складання кошторисів на відновлення пошкоджених об'єктів, проведення експертиз тощо.

Кількість і вартість майна, наявного на момент настання страхового випадку, визначається за даними бухгалтерського обліку і звітності та на підставі первинних документів про надходження та видатки, інвентаризаційних залишків невикористаних матеріалів. Після розрахунку розміру збитку, визначають розмір страхового відшкодування.

Страхове відшкодування за пропорційною системою забезпечення визначається за формулою:

Страхове відшкодування = збиток * страхова сума / вартість майна – франшиза.

Якщо майно було втрачене або пошкоджене з вини страхувальника, то страхове відшкодування, як правило, зменшується на 30%. Якщо за фактом знищення або пошкодження майна відкрито кримінальну справу, то страховик сплачує 30% страхового відшкодування, а решту - після закінчення розслідування.

Страхове відшкодування виплачується:

- у випадку і повної загибелі майна - у розмірі дійсної (відновної) вартості з вирахуванням зносу та вартості залишків майна, придатного для подальшого використання, але в межах страхової суми;
- у разі часткового пошкодження майна - у розмірі різниці між заявленою страховою сумою та вартістю залишків майна, придатних для подальшого використання, а при страхуванні за відновною вартістю - в розмірі витрат на його відновлення, але не більше страхової суми. Слід зазначити, що в процесі підприємницької діяльності шкода може бути нанесена майну третіх осіб. Відшкодування таких збитків

здійснюється при страхуванні відповідальності юридичних осіб.

Усі підприємства - від дрібних виробників до транснаціональних корпорацій - несуть відповідальність за шкоду, завдану у процесі їх діяльності життю, здоров'ю та майну третіх осіб. Отже, умови, які можуть призвести до відповідальності, дуже широкі. Тому поліс страхування відповідальності покриває ризики відповідальності комерційної, виробничої та торговельної діяльності, крім чітко визначених у полісі винятків.

Так, при укладанні договору страхувальник заповнює заяву, де особлива увага приділяється:

- стану приміщення страхувальника, освітленню, огорожі, східцям;
- роботі працівників страхувальника на території третіх осіб, характеру послуг (товарів) страхувальника;

- майну страхувальника, яке він здає в оренду, спортивній та соціальній діяльності страхувальника, стану дитячих і медичних закладів, які належать страхувальникові.

Ця інформація дає змогу страховикові оцінити можливість нанесення тілесних пошкоджень людині або шкоди її майну, передбачити необхідні ліміти відповідальності.

У договорі страхування ліміт відповідальності визначається на рік або агрегатний (тобто сумарний). Крім того, страховик установлює ліміт на кожний страховий випадок (подію), а також безумовну франшизу в розмірі 10% і більше від суми збитку. Страхова премія визначається на основі валового обороту або заробітної плати, якщо премія розраховується від кількості працівників. Договір страхування може містити умову перерахунку страхової премії після закінчення дії договору.

До стандартного покриття страхування цивільної відповідальності додаються доповнення, де залежно від діяльності страхувальника визначаються особливі умови та винятки:

- страхування відповідальності за забруднення навколишнього середовища;
- страхування відповідальності перед споживачем;
- страхування відповідальності за орендоване страхувальником майно;
- страхування фінансових збитків.

Крім того, відповідальність перед споживачем може включатися й до полісу відповідальності товаровиробника за якість продукції, що поширює надане покриття. Наприклад, вантажники, які занесли в дім нові меблі, ненавмисне розбили антикварну вазу, яка була в кімнаті. Усі витрати будуть компенсовані за полісом, який містить ризик відповідальності перед споживачем. Можливо, це буде поліс відповідальності роботодавця, можливо, товаровиробника. Якщо ж інше не передбачено, то компенсація буде виплачена за полісом цивільної відповідальності. Щоб уникнути складної ситуації, коли ризик може бути включений до інших договорів страхування відповідальності, у договорі страхування загальної цивільної відповідальності застосовується застереження: «страховик компенсує страхувальникові суми збитків третім особам, якщо шкода не покривається ніяким іншим полісом страхування».

У полісі страхування цивільної відповідальності фінансові збитки визначаються як прямо не пов'язані зі шкодою здоров'ю або майну третіх осіб. Наприклад, під час ремонтних робіт у приміщенні страхувальника було пошкоджено електричний провід і в сусідньому офісі не стало світла. Страхувальник має відшкодувати фінансові збитки цієї фірми, які виникли внаслідок перерви в роботі.

Страхування відповідальності охоронних служб, будівельних компаній, власників готелів, товаровиробників, роботодавців здійснюється на особливих умовах, які визначаються в додатках до полісу страхування цивільної відповідальності або розглядаються як окремі види страхування. Так, Мюнхенське перестраховальне товариство рекомендує страховикам ризики відповідальності товаровиробників та загальної цивільної відповідальності розглядати як одне комбіноване покриття.

Отже, розглянута вище практика страхування ризиків підприємницької діяльності показує, що йдеться в основному про страхування майна від випадків, пов'язаних з його пошкодженням, страхування життя осіб, зайнятих підприємницькою діяльністю та найнятих працівників і страхування відповідальності перед споживачами. Поза увагою страховиків знаходяться ризики, пов'язані із помилковим прийняттям рішень підприємцем про започаткування нового виду діяльності. Критичне осмислення сутності поданих у табл. 1 видів підприємницьких ризиків показує, що всі вони можуть мати місце при здійсненні інноваційної діяльності, але найбільшу загрозу підприємницькій структурі, яка реалізує інноваційний проект, на наш погляд, несуть ризики маркетинговий, інвестиційний, виробничий та управлінський (табл. 3). І, на жаль, страхування саме їх викликає найбільші труднощі, оскільки за рішеннями, які приймаються у цих сферах, складно зробити прогноз можливих збитків, що необхідно для визначення суми страхових платежів.

Таблиця 3

Ризики інноваційної діяльності і проблеми їх страхування		
Вид ризику	Ймовірність виникнення в інноваційній діяльності	Чи підлягає страхуванню згідно чинної практики страхових компаній
Політичний	Низька	Ні
Економіко-правовий	Середня	Ні
Матеріально-технічний	Висока	Ні
Виробничий	Висока	Ні
Комерційний	Висока	Так
Маркетинговий	Висока	Ні
Інвестиційний	Середня	Ні
Кредитний	Середня	Так
Управлінський	Висока	Ні

На наш погляд, відсутність можливості застрахувати ризики, пов'язані з інноваційною діяльністю, значною мірою стримує інноваційні процеси в економіці України, що негативно відображається на конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва. Тому перелік послуг страхових компаній необхідно розширити, доповнюючи його послугами зі страхування реалізації інноваційних проєктів. Очевидно, що для цього необхідно створити відповідну законодавчу базу.

Висновки. Підсумовуючи викладений матеріал можна сказати, що ризики, під які підпадає підприємств у процесі здійснення підприємницької діяльності за своєю природою є дуже різноманітні. Відповідно, методи і форми їх страхування є різними. Тому важливим завданням менеджменту підприємства є вибір таких способів страхування, які дають змогу звести до мінімуму можливі втрати від настання ризикових ситуацій. Зважаючи на те, що найбільші ризики виникають при здійсненні інноваційної діяльності, розширення послуг страхування у цьому напрямі є доцільним і необхідним. Окрім зростання обсягу страхового ринку, це сприятиме і створенню сприятливих передумов для розвитку венчурного бізнесу, який може забезпечити інноваційний прорив у різних галузях вітчизняної економіки, підвищуючи її науко місткість. Розробка методичних підходів до оцінки страхових премій для підприємств, що започатковують інноваційний проєкт, має бути предметом наступних досліджень.

Література

1. Вітлінський В.В., Наконечний С.І. Ризик у менеджменті. – К.: ТОВ «Борисфен-М», 1996.-336с.
2. Івченко І.Ю. Економічні ризики. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 304с.
3. Лук'янова В.В., Головач Т.В. Економічний ризик. – К.: Академія, 2007. – 464 с.
4. Машина Н.І. Економічний ризик і методи його вимірювання. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 188с.
5. Управління підприємницьким ризиком / За ред. Д.А. Штефаніча. – М.: Тернопіль: Економічна думка, 1999. – 224 с.
6. Мочерний С.В., Устинко О.А., Чеботар. – Основи підприємницької діяльності: Навчальний посібник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2005. – 280 с.
7. Офіційний сайт Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг // www.dfp.gov.ua

Надійшла 09.04.2008 р.

УДК 681.324

О. В. ПРОСКУРОВИЧ

Хмельницький національний університет

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ АУТСОРСИНГУ У СТРАХОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

На сьогоднішній день загально визнаним є факт про те, що знання інформаційних систем є суттєвим для менеджерів, оскільки більшість організацій потребує ці системи для виживання та подальшого розвитку. Інформаційні системи можуть допомогти будь-якій фірмі розширити свою діяльність на нових ринках, запропонувати нові товари та послуги, змінити тривалість та організацію робіт та глибинним чином змінити методи організації бізнесу.

Виникнення глобальної економіки, трансформація індустріальної економіки і суспільства в економіку, яка базується на знаннях та інформації, трансформація самих підприємств та поява кіберкорпорацій призвели до виникнення ряду нових проблем, які стоять перед менеджерами і персоналом різноманітних фірм.

На фоні зростаючого ринку страхових послуг особливо гостро відчувається брак вичерпних відомостей про нього і про його окремі сегменти. Тому, чим раніше буде подоланий період інформаційного застою, тим швидше усі учасники ринку отримають можливість ухвалювати стратегічні рішення, покладаючись як на знання галузі, так і на знання про сегмент фізичних осіб.

Зважаючи на те, що страховий бізнес будується на довірі клієнтів та інвесторів, суспільства, з одного боку, керівництва та персоналу з іншого при розробці місії страхової компанії слід врахувати ідеї щодо управління розвитком фірми, всебічної ефективності та тотальної відповідальності. Очевидно, що ці ідеї здібні добре працювати і допомагати відкривати нові можливості за рахунок впровадження інформаційних систем.

При застосуванні інформаційних систем та технологій слід застосовувати системну інтеграцію. Саме спроба домогтися своєрідної системної інтеграції, а в нашому випадку зробити аналіз фінансової продуктивності на базі моделі просторово-часової, комплексно-динамічної системи багатовимірної ефективності та відповідальності є намаганням дослідити взаємозв'язки інформаційних систем, технологій аутсорсингу та діючої або бажаної конкурентоздатної стратегії, як метода ведення бізнесу страхової компанії.

Слід зазначити, що останнім часом у наукових працях, навчальній літературі, виданнях ділової преси з'явилося багато публікацій, в яких висвітлюється широкий аспект страхової діяльності та її особливості на ринку України. Проте, в працях в недостатній мірі досліджується роль та значення інформаційних систем та

технологій як у страховій діяльності в цілому, так і у формуванні стратегії страхових компаній.

Сучасні страхові компанії потребують значної підтримки в здійсненні своєї діяльності з боку інформаційних систем до яких можна віднести як апаратне забезпечення, так програмне забезпечення та людей, що управляють та користуються ними.

Сфера інформаційних технологій відноситься до достатньо-складних напрямів допоміжної діяльності страхової компанії, тому на заході великі страхові компанії укладають угоди з потужними софтверними вендорами на одержання аутсорсингових послуг з приводу інформаційного забезпечення страхової діяльності. В практиці вітчизняних компаній інформаційне забезпечення страхової діяльності здійснюється двома способами: або придбанням скринькової версії певного продукту з її подальшою адаптацією, або замовленням написання програмного забезпечення щодо задоволення всіх своїх потреб в інформаційному забезпеченні. В цій ситуації постає наступна управлінська задача: придбати готове або власними силами розробити, чи продовжувати використовувати застаріле або впровадити нове більш ефективне програмне забезпечення. На початковому етапі створення бізнесу керівники страхових компаній, поки не пройдена точка беззбитковості дотримуються режиму жорсткої економії. Згодом, коли бізнес розвивається екстенсивно, тобто з'являються вже головний офіс, філіали, відділення перед керівництвом постає питання, користування старою інформаційною системою (ІС), наприклад ІС страхування, чи може замовити і придбати індивідуальну версію наприклад ІС страхування "Галактика". Отже спробуємо прослідити за впливом на фінансову ефективність релевантних факторів витрат на певному прикладі (табл. 1-3):

Таблиця 1

Показники ефективності двох альтернатив: залишити ІС «ІС страхування», або придбання ІС страхування «Галактика»

Показник	ІС страхування	ІС страхування «Галактика»
Первісна вартість	400000	120000
Залишковий термін експлуатації	3	3
Нарахована амортизація	100000	-
Поточна ліквідаційна вартість	50000	-
Ліквідаційна вартість через три роки	0	0
Річні експлуатаційні витрати (обслуговування, ремонт)	80000	30000

В цьому випадку ми дотримуємось деяких припущень, а саме що релевантний діапазон часу складає три роки, а обсяг доходу який приносить кожна інформаційна система складає 250000 дол. США на рік.

Таблиця 2

Диференційний аналіз

Показник	Зберегти стару ІС	Придбати нову ІС	Диференційований прибуток
Витрати на утримання ІС	240000	90000	150000
Вартість нової ІС	-	120000	-120000
Ліквідаційна вартість старої ІС	50000	-	50000
Усього	290000	210000	80000

При проведенні диференційного аналізу потрібно приділяти особливу увагу економічній значимості даних.

Таблиця 3

Аналіз витрат на базі фінансової звітності

Показник	1 рік зберегти стару ІС	1 рік придбати нову ІС	2,3 рік зберегти стару ІС	2,3 рік придбати нову ІС
Дохід	250000	250000	500000	500000
Операційні витрати	80000	30000	160000	60000
Амортизація	100000	40000	200000	80000
Затрати від реалізації старої ІС	-	250000	-	-
Прибуток	70000	-70000	140000	360000
Результат від порівняння 80000	70000	-70000	210000	290000

Отже, в нашому випадку, релевантними є такі дані, як первісна вартість нової ІС, ліквідаційна вартість існуючої ІС, а не релевантними є дохід, та остаточна вартість існуючої ІС.

В умовах посилення конкуренції і розвитку процесів глобалізації ринків та бізнесу набувають

релевантності технології аутсорсингу, як основні фактори підвищення конкурентоздатності підприємств [1].

У страховій діяльності технології аутсорсингу набули актуальності з 90-х років минулого сторіччя. Під аутсорсингом розуміється передання деяких функцій страхової компанії зовні постачальникам послуг. Це можуть бути рекрутингові послуги, інформаційні, фінансові та бухгалтерські щодо ведення бухобліку та складання звітності, аудиторські, навчальні послуги.

У статті ми спробуємо дослідити яким чином технології аутсорсингу корпоративного навчання підвищують фінансову ефективність страхової компанії. В залежності від етапу розвитку страхова компанія може застосовувати різні форми корпоративного навчання. В малих та середніх компаніях це може бути аутсорсинг корпоративного навчання у вигляді: семінарів, бізнес-тренінгів, навчального консультування, а в великих компаніях це може бути створення власного навчального центру підготовки кадрового резерву та підвищення кваліфікації або власного корпоративного університету, в якому є частина що стосується знань пов'язаних з комерційною таємницею, та зовнішня частина набуття знань, яка може віддаватись на аутсорсинг профільному університету.

Якщо дослідити процес навчального консультування, то він складається з шести етапів представлених на рис. 1.

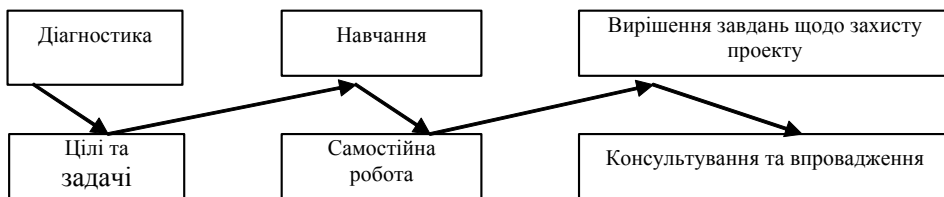


Рис. 1. Процес навчального консультування (1)

Аналізуючи практику функціонування західних страхових компаній слід зазначити що, вони досить щільно співпрацюють з бізнес-школами, інститутами менеджменту щодо розробки та впровадження корпоративних навчальних програм з ділового адміністрування та спеціалістів безпосередньо страхової галузі. В центрі цих програм знаходиться концепція корпоративного управління на базі делегування повноважень і відповідальності щодо стратегії розвитку та особистого самовдосконалення всіх учасників цього процесу. Серед низки важливих дисциплін цих програм можна виділити наступні: стратегічний менеджмент, управління змінами, управління персоналом, маркетинг, бізнес-планування, фінанси та облік, імідж і діловий етикет, корпоративна культура. Отже, крім певного фахівця тій чи іншій індустрії, бізнес-школи намагаються формувати нові типи мислення, а саме лідерів бізнесу які не тільки володіють необхідним багажем знань, але його постійно поповнюють новими надходженнями, та найголовніше мають відповідні навички та вміння ефективного його застосування. У вітчизняних страхових компаніях випускників програм MBA дещо замало: одним компаніям вони просто не по кишені, інші пробують готувати власні кадрові резерви топ-менеджерів.

Таким чином, питання корпоративного навчання в страхових компаніях за технологіями аутсорсингу пов'язане з попередньою економічною доцільністю, але дуже тяжко уявити і потім підрахувати фінансово-економічний ефект керівниками страхових фірм через поточні проблеми, тим більше коли вони не мають комплексного системного бачення свого теперішнього та майбутнього позиціонування на страховому ринку.

В еру знань з її можливостями у сфері інформаційних технологій і систем, очевидно, необхідно визначити різницю між інформацією та знаннями, між інформацією та даними, і можливо між знанням та мудрістю. Щоб уявити взаємозв'язки між цими термінами звернемося до табл. 4.

Таблиця 4

Систематика знань				
Показник	Технологія	Аналогія страхування	Результат	Ціль(метафора)
Дані	Електронна обробка даних	Матеріальні цінності, відносини, здоров'я та час	Не доведено до кінця діло	Нічого не знати
Інформація	Управлінська інформаційна система	Ризик та вміння ним керувати	Ефективність	Знати як
Знання	Система підтримки прийняття рішень, експертна система, штучний інтелект	Координація процесу страхування задовольняючи клієнтів залишатись самому не в накладі	Результативність	Знати що
Мудрість	Система мудрості, Система підтримки управління	Чому страхування, чому саме в такій спосіб ведення бізнесу?	З'ясованість	Знати чому

Як бачимо, з таблиці інформацію ми отримуємо з обробки даних, і цей процес має односторонній характер, тобто ми не можемо аналізуючи інформацію отримувати конкретну картину фактів на рівні первісних даних.

Інформацію можна визначити як цілеспрямовану оброблену сукупність даних. Знання мають дві

складові, тобто вербальні знання теорій, та невербальні це вміння та навички зокрема в нашому випадку це вміння керувати та координувати страхову діяльність. Спостережна модальність знання вторинна щодо успішно досягнутих цілей. Мудрість керівництва компанії в практиці прийнято називати компетентністю, тобто людина знає чому і коли потрібні вибирати ті чи інші цілі, а не деякі інші. [2]

Здібність поширення страхових знань на суспільство є важливим аспектом управління знань. Наприклад, певні страхові компанії витрачають час, знання і кошти на підготовку та перепідготовку менеджерів, тим самим формуючи собі в майбутньому потенційний ринок збуту комплексних страхових продуктів. Інша можливість використання інформаційного простору в наступному прикладі, коли одна західна страхова компанія визначала свою позицію на ринку, завдяки проголошенню конкурсу серед клієнтів хто з них найде найбільшу кількість недоліків в роботі страхової компанії. Звісно, така практика має добрий інформаційний ресурс щодо розробки і впровадження стратегії постійного вдосконалення страхової діяльності. В 90-х роках минулого сторіччя в провесно-орієнтованих організаціях панувала філософія, коли знання та впізнання з виявом їх взаємозв'язку супроводжувались реінжинірингом бізнес - процесів. Важливим аспектом в управлінні знаннями страхової компанії було і залишається управління робітниками, які володіють знаннями. Високий рівень вмінь і навичок формує в цих робітниках високоіндивідуалістичні натури, які вирішують усі управлінські проблеми. Інформаційні технології та системи відіграють ключову роль в перетворенні їх у ефективних командних гравців. При цьому вони виконують низку важливих функцій щодо управління знаннями - придбання чи створення знань, організація знань та застосування їх.

Відштовхуючись від необхідності долати конкуренцію, використовуючи новітні інформаційні технології в управлінні знаннями страхові компанії вимушені оцінювати свій поточний розвиток з позицій економічної та ринкової доданої вартості, з урахуванням таких фінансових показників як, «ROI,ROA,ROE». [3])

Для більшості страхових компаній існує розуміння, що довіра з боку клієнтів базується не тільки на фінансовій могутності, але й на високій якості менеджменту. Ринкова вартість акцій страхових компаній теж відображає лояльність клієнтів та їх майбутні очікування щодо, того чи буде ця компанія краще за інших чи ні. Якщо клієнти відповідають так, то це тільки перемога сьогодні, незабаром вони можуть змінитися. Отже, страховій компанії потрібні заходи щоб закріпити зміни, тобто придати їм системність.

Світова практика менеджменту показує що впровадження систем управління якістю, такі як наприклад «Total Quality Management», де одним з принципів проголошено постійне покращення та самовдосконалення системи управління якістю, позитивно впливають на організаційну, ринкову та фінансову стратегію надбання тривалих конкурентних переваг. Фінансова ефективність розвитку організації, як метод вимірювання досягнення тих чи інших стратегічних цілей направлені не тільки на розробку і впровадження змін, системи управління якістю, але після порівняння наближення до цілей та врахування витрат в зв'язку з цим понесених, відносно з витратами конкурентів. Для системного погляду на темпи організаційного розвитку деякі страхові компанії використовують різні системи фінансової та не фінансової ефективності вимірювання досягнень («Performance Measurement»), такі як американська Система збалансованих показників, французька Бортове Табло та інші (Balance Scorecard - BSC, Tableau de Bord).

В пошуках стійких конкурентних переваг, численні фахівці менеджменту дослідили та дійшли до кількох формул успіху розвитку бізнесу компанії. Найбільш поширені є дві: це з одного боку створення ефективної системи управління страховою компанією, а з іншого створення конкурентоздатної стратегії, яку було б складно скопіювати конкурентам. Перш за все, в одному і другому випадку ми маємо проблеми, як розробки так і втілення. Ці проблеми пов'язані з різними цілями, смаками, стилями, інтересами, бажаннями та методами взаємодії особистості, колективу, тобто компанії та суспільства взагалі.

Якщо, страхова компанія не зможе забезпечити потрібний темп свого розвитку, то має сенс залучати зовнішніх консультантів зі стратегічного менеджменту, які спробують поставити необхідні питання щодо цілей, та факторів, що заважають їх досягненню, допоможуть разом з топ-менеджерами виділити умови та передумови вибору стратегії, зробити прогнози та оцінку конкурентоспроможності, стратегічні альтернативи та ресурсні обмеження, визначення стратегія як плану реалізації обраної альтернативи.

Альтернативою залучення консультантів може бути прогресивне бачення керівництва з приводу використання інформаційних систем та технологій аутсорсингу насамперед в особистому та колективному самовдосконаленню. Це стосується й підвищення навчальності завдяки впровадженню процесу змін щодо проходження навчальних програм магістрів ділового адміністрування, спеціалістів зі специфіки страхової галузі (андерайтерів, диспашерів, актуарієв тощо). Урешті решт, узагальнення та формалізація способів управління страховою компанією може призвести до появи свого унікального методу ведення бізнесу. Його зовнішні риси відомі всім і пов'язані зі спіраллю успіху, себто якісні високваліфіковані і компетентні менеджери і персонал викликають повагу, лояльність та довіру з боку клієнтів, які витрачають все більше коштів, або залучаються нових клієнтів, для яких розробляють якісні комплексні чи індивідуалізовані страхові продукти та послуги, з обґрунтованою тарифною політикою, яка нижче ніж у конкурентів, але дозволяє не залишатись в накладі, а зріст доходів за рахунок збільшення продажів, призводить до збільшення прибутку та до реінвестування в розробку та дослідження, та залучення ще більш досвідченого персоналу та навчання існуючого, який своїм вкладом ще більш приносить користі страховій компанії. В теорії, начебто все просто, але на практиці головну роль відіграє готовність керівництва та персоналу до перетворень, які залежать від активної чи пасивної модальності. Мається на увазі наскільки цілі та бажання відповідають здібностям,

талантам та можливостям, якостям лідера.

В більшості випадків бачення та бажання керівництва і персоналу страхової компанії формується в якісних термінах. Завдання фінансових аналітиків страхових компаній спробувати виразити стратегічні цілі, які сприяють свободі від стратегічних обмежень та появи нових можливостей та вимірювання їх досягнення в кількісному виразі. Саме до таких стратегічних інструментів і відносяться інформаційні системи управління страховою діяльністю та технології аутсорсингу будь-якого допоміжного процесу (інформаційне забезпечення, бухгалтерія, аутстафінг), але перш за все це навчання, перепідготовка менеджменту та персоналу. На цьому шляху корисними можуть бути заходи з впровадження нових маркетингових ринкових стратегій, управлінського обліку, бюджетування, контролінгу, застосування системи збалансованих показників тощо.

Отже, кожна страхова компанія, як фінансовий інститут прагне стабільності, а її сучасний феномен складається з того щоб мати незмінні добрі стосунки, довіру та лояльність з боку клієнтів, зовнішньої спільноти не тільки сьогодні але і в майбутньому.

Література

1. Календжян С.О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компании. – М.: Дело, 2003. – 350с.
2. Желены М. Информационные технологии в бизнесе. – СПб.: Питер, 2002. – 250с.
3. Лодон Дж., Лодон К. Управление информационными системами. 7-е изд. / Пер. с англ. под ред. Д.Р. Трутнева. – СПб.: Питер, 2005.- 912с.

Надійшла 20.04.2008 р.

УДК 338.45

Р. О. КУШНІР, І. Б. ХОМА

Національний університет «Львівська політехніка»

ДЕРЖАВНЕ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Перехід промислових підприємств України на ринкові відносини, а також вступ України до СОТ підвищує значення активізації їх інноваційної діяльності і проблему формування інноваційного потенціалу країни загалом. Дискусію про стратегію інноваційної діяльності української промисловості і оптимальні джерела її забезпечення, можна звести до стратегії конкуренції: зростання здійснюватиметься тільки в тих галузях, де буде впроваджено ефективне державне стимулювання, яке в основному полягає в доступному фінансуванні і спрощеній процедурі реалізації інноваційних процесів.

Дослідженню проблеми здійснення інноваційної діяльності приділяється значна увага в наукових працях багатьох вітчизняних і іноземних вчених, таких як П.Завліна, Л.Леонтєва, В.Александрова, М.Долішного, Б.Патона, І.Дахно, П.Орлова, П.Г.Перерви, А.Яковлева, В.Беренса, Р.Друккера, Р.Портера та ін. Однак велика частина виконаних досі робіт носить переважно загальнотеоретичний характер, або присвячена рішення окремих аспектів проблем, а роботи іноземних дослідників взагалі потребують значної адаптації під вітчизняні політико-економічні умови. Крім того в більшості робіт не акцентується увага на важливості саме державного стимулювання інноваційної діяльності промислових підприємств.

Машинобудування має ключове значення для технологічного переозброєння всіх галузей виробництва. Про ключовий вплив галузі на економіку країни свідчить і той факт, що машинобудівна галузь України за останні сім років в середньому росла на 18% щорічно порівняно з 10% ростом промисловості загалом (рис. 1).

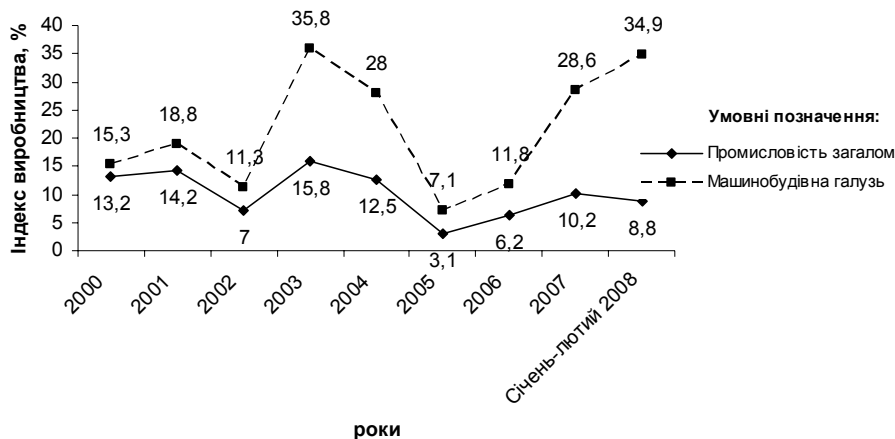


Рис. 1. Порівняння індексу промислового виробництва і індексу виробництва у машинобудівній галузі

З 2000 по 2006 роки вартість основних засобів у промисловості збільшилась на 217 млрд. грн., або на 76%, а обсяг реалізованої продукції збільшився на 369 млрд. грн. або майже у 2 рази.

Однак, якщо у порівнянні з іншими галузями народного господарства, показники діяльності підприємств машинобудування, є достатньо позитивними, то порівнюючи їх з відповідними показниками підприємств економічно розвинутих держав, або проаналізувши стан їхньої виробничо-господарської діяльності і матеріально-технічної бази, можна отримати цілком незадовільні результати.

Обладнання в більшості підприємств машинобудування зношено на 60-80%, причому середнє значення цього показника для економічно-розвинутих країн світу становить близько 20%. Крім того термін використання обладнання на підприємствах машинобудування України становить близько 20-25 років, тоді як в країнах ЄС він становить близько 8 років [1].

Варто зазначити, що найважливішими показниками результативності інноваційної діяльності підприємств промисловості загалом, і машинобудівних підприємств зокрема, є рівень інноваційної активності, а також обсяги випуску інноваційної продукції. Можна стверджувати, що інноваційно активні підприємства вже зараз визначають майбутній розвиток економіки країни та її регіонів і тому потребують першочергового державного стимулювання.

Рівень інноваційної активності машинобудівних підприємств України складає лише 17%, а інноваційна складова у виробництві нової продукції на рівні 37,8% [2]. Загалом серед підприємств промисловості ці показники складають відповідно 11,2 % і 29%, причому з часів незалежності в Україні спостерігається стійка тенденція до зменшення цього показника, що свідчить про відсутність достатньої стимулюючої ролі держави в здійсненні інноваційної діяльності підприємства. За весь 2006 рік промислові підприємства витратили лише 6,16 млрд гривень на інноваційні проекти. Для порівняння варто зазначити, що серед 15 перших країн Європейського Союзу мінімальні показники інноваційної активності мають Португалія - 26% і Греція - 29%, а країнами-лідерами є Німеччина - 69%, Данія - 71% та Ірландія - 74%.

Про незадовільний рівень виконання науково-технічних робіт свідчить той факт, що питома вага обсягу виконаних науково-технічних робіт у ВВП складає лише 1 % [3].

Незначним є також обсяг інновацій у загальній структурі виробничих впроваджень у промисловості (рис. 2).

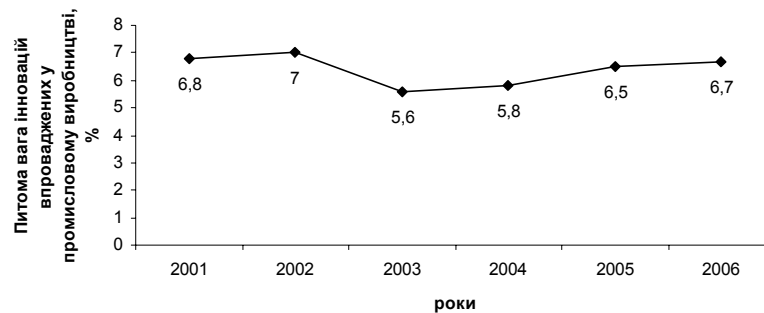


Рис. 2. Впровадження інновацій на промислових підприємствах

Світовий досвід показує, що економічний розвиток неможливий без активізації інноваційної діяльності. Тільки значне підвищення рівня конкурентоспроможності продукції машинобудування дасть змогу забезпечити стрімкий і постійний розвиток економіки держави.

На даному етапі, розвиток інноваційної діяльності машинобудівних підприємств України регулюється Закон України «Про інноваційну діяльність», Закон України «Про основи державної політики у сфері науки і науково-технічної діяльності», Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні», Концепцією науково-технічного та інноваційного розвитку України і Державною програмою розвитку машинобудування на 2006-2011 роки. Хоча у цих документах і визначена пріоритетна роль машинобудування в розвитку народного господарства, та крім декларативних елементів, реальної підтримки від держави інноваційна діяльність машинобудівних підприємств так і не отримує. Ілюструє цю проблему той факт, що з державного бюджету фінансується лише 1,8% всіх технологічних інновацій, також незначна частка і іноземних інвестицій - 2,9%. Більшість (86,6%) технологічних інновацій впроваджуються за рахунок власних коштів підприємств, тоді як в державах з розвинутою економікою рівень державного фінансування в даній сфері сягає близько 30% [3].

Причинами незадовільної ситуації, яка склалася в інноваційній діяльності машинобудівних підприємств, в першу чергу є недостатній обсяг державного фінансування галузевих програм, а також слабка законодавча підтримка інноваційної діяльності, відсутність стимулювання залучення іноземних інвестицій на НДДКР в Україні, невідповідність основних виробничих фондів підприємств до сучасних світових стандартів, відсутність стимулюючої фіскальної політики інноваційних промислових машинобудівних підприємств, ускладнена процедура імпорту наукомісткої продукції. Неприпустим є також і той факт, що конкурентоспроможність і експортоспроможність значної частини продукції машинобудування є низькою і в основному досягається за рахунок низької ціни.

Для реального переходу економіки України на інноваційний шлях розвитку необхідне відповідне

законодавче та нормативно-правове забезпечення. Процес залучення фінансових ресурсів на інноваційні потреби машинобудівних підприємств повинна стимулювати держава. Заходами по активізації інноваційної діяльності машинобудівних підприємств можуть стати:

- зменшення ставки податку на прибуток для машинобудівних підприємств, які реалізують інноваційні продукти на території України, або займаються інноваційною діяльністю;
- збільшення максимальної частки амортизаційних відрахувань, що дозволить пришвидшити оновлення основних виробничих фондів;
- спрощення процедури імпорту наукомісткої продукції;
- створення в середині країни вільних економічних зон із спрощеною системою оподаткування для промислових підприємств, які займаються інноваційною діяльністю, з дотриманням високого рівня контролю за їх діяльністю;
- примусовий перехід машинобудівних підприємств на протязі 3 років на виробничі потужності сертифіковані за вимогами ЄС, причому в цьому питанні можна використати досвід Польщі;
- стимулювання залучення іноземних інвестицій в інноваційну діяльність вітчизняних машинобудівних підприємств, при умові подальшого використання здійснених розробок на території України;
- повне або часткове фінансування промислових підприємств України, які здійснюють закупівлю інноваційної продукції, виробленої машинобудівними підприємствами України;
- збільшення видатків на фундаментальні розробки і НДДКР, причому фінансувати потрібно саме підприємства, а не НДІ, таким чином, стимулюючи конкуренцію між науковими установами;
- законодавчо окреслити діяльність венчурних фондів, спростивши доступ до формування таких фондів фізичних осіб-інвесторів.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Впровадження заходів державного стимулювання дозволить підприємствам машинобудівної галузі не лише вижити, але і розвиватись серед складних умов глобальної конкуренції, як на вітчизняних, так і міжнародних ринках. При цьому активізація інноваційної діяльності повинна здійснюватися на основі раціонального сполучення державного регулювання і ринкових механізмів та стимулів. В контексті даної проблеми не варто забувати і про найважливіший елемент ринку інновацій — рівень наукового розвитку людей як носіїв інноваційних ідей, бо структурні позитивні зрушення в розвитку галузі можливі лише при паралельному врахуванні всіх факторів ринкової економіки.

Становлення і розвиток вітчизняного машинобудування сприятиме формуванню міжнародного іміджу України як індустріально розвинутої, високотехнологічної держави.

Перспективами подальших досліджень є вивчення впливу вступу України до СОТ на інноваційну діяльність машинобудівних підприємств України, а також дослідження інноваційної діяльності машинобудівних підприємств України у формі ВАТ, акції яких котируються на біржі ПФТС і які частково перебувають в державній власності.

Література

1. Солдатенко В. Шлях до зростання економіки України — створення інвестиційно-інноваційної моделі // Вісник ДПАУ. — 04.03.2007.
2. Постанова КМУ Державна програма розвитку машинобудування на період з 2006-го до 2011 року від 18 квітня 2006 року № 516 З. Дані Державного комітету статистики України

Надійшла 02.04.2008 р.

УДК 338

Г. В. МАХОВА, М. І. ДЯЧЕНКО

ДВНЗ Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ

Сучасний етап розвитку економіки характеризується динамічними змінами, що відбуваються як на макроекономічному, галузевому рівнях, так і на рівні підприємств. Ці зміни обумовлені, по - перше, нестабільністю бізнес – середовища, що вимагає від підприємств швидкого реагування та впровадження заходів, які забезпечували б тривалі конкурентні переваги; по – друге, швидким розвитком технологій, інформатизацією бізнесу, по – третє, переходом від жорсткої конкурентної боротьби між підприємствами до відносин співробітництва.

Умови, в яких функціонують сучасні підприємства, вимагають від них пошуку нових шляхів подальшого розвитку, набуття конкурентних переваг, забезпечення високоефективної діяльності. Існують різні підходи до формування підприємствами конкурентних переваг, що пояснюється їх проявом в різних сферах діяльності підприємства: економічній, технологічній, організаційній.

Одним із способів набуття підприємствами конкурентних переваг є постійне впровадження в господарську діяльність інноваційних розробок. В загальному розумінні інновації являють собою сукупність

прогресивних, якісно нових змін, що безперервно виникають у часі та просторі. В сучасних умовах господарювання інновації стають основним джерелом забезпечення стійких конкурентних переваг підприємства і набувають імперативного характеру.

Питанням організації інноваційної діяльності приділяють увагу у своїх роботах Трефілова А.А., Мединський В.Г., Яковець Ю.Г., Казанцев А.К., та ін. Серед українських вчених, що займаються проблемами інноваційного розвитку потрібно виділити Ілляшенка С.М., Федулову Л.І., Гесця В.М.

Незважаючи на значну кількість досліджень та публікацій, присвячених питанням інноваційної діяльності, більшість з них носять або суто теоретичний характер і не можуть бути використані в господарській практиці, або розглядають інноваційні процеси, що відбуваються на макрорівні. Державна підтримка є необхідною, але не достатньою умовою розвитку інноваційної діяльності. Така підтримка має проявлятися, перш за все, в створенні відповідної інфраструктури розвитку інновацій та законодавчого забезпечення. Стабільність законодавства в сфері інноваційно - інвестиційної діяльності сприятиме розвитку вітчизняного ринку інновацій та залученню іноземних інвестицій у високі технології. Поряд з врегулюванням ряду питань на загальнодержавному та галузевому рівнях вимагає активізації інноваційна діяльність і на мікро - та внутрішньофірмовому рівні.

Для забезпечення ефективної організації інноваційної діяльності на підприємствах необхідно вирішити ряд завдань. По-перше, створити умови для активізації інноваційних процесів у всіх сферах діяльності підприємства; по – друге, необхідно забезпечити полегшене впровадження інновацій на підприємствах, причому як власних, так і сторонніх, по – третє, має проводитись об'єктивна оцінка результатів реалізації інноваційних розробок.

Досить часто підприємства не мають достатньо можливостей, здібностей для самостійної організації інноваційної діяльності, їм може не вистачати знань, досвіду та фінансових ресурсів для забезпечення інноваційного процесу. Переїняття досвіду передових компаній не завжди сприяє вирішенню проблем розробки та впровадження інновацій, що пов'язано із неможливістю отримання повної інформації, її закритістю, неформалізованими знаннями, унікальними рисами корпоративних культур, тощо.

Виходом з такої ситуації є налагодження відносин співробітництва з компаніями, які або володіють певними інноваційними розробками, що можуть бути передані іншим підприємствам, або спільна діяльність з якими може сприяти розробці та впровадженню інновацій. Зокрема, сприяти вирішенню проблем, пов'язаних із інноваційною діяльністю, може формування підприємствами стратегічних альянсів.

Стратегічні альянси підприємств традиційно розглядаються як форма взаємодії між підприємствами, яка оснований на спільному використанні ресурсів для досягнення стратегічних цілей. Причини формування та основи функціонування стратегічних альянсів підприємств розглядаються в роботах Б.Гаррета та П.Дюссожа, С.Карделла, Р.Уоллеса, С.Ріда та А.Лажу, Дж.Стоунхауса, Б.Мільнера, С.Добренькової та інших. В літературі можна виділити два основних напрямки дослідження стратегічних альянсів підприємств: визначення причин їх формування та ідентифікація наслідків функціонування для підприємств - партнерів. Поза увагою дослідників залишаються питання, пов'язані, зокрема із специфікою відносин підприємств - партнерів, що обумовлена поліваріантністю їх цільових настанов, організаційними змінами, що відбуваються в ході формування та функціонування альянсів, економічні та технологічні проблеми, які підприємства вирішують вступаючи до стратегічних альянсів. В рамках нашого дослідження спробуємо визначити яким чином питання розробки та впровадження інновацій можуть бути розв'язані через формування стратегічних альянсів підприємств, зокрема, вступ до яких стратегічних альянсів забезпечує підприємствам доступ до тих чи інших інновацій, на що слід звернути увагу підприємствам, що вирішили увійти до альянсів для вирішення проблем інноваційного характеру.

За видами інновації можуть бути поділені на технічні, організаційні, економічні, соціальні та юридичні. Технічні проявляються у вигляді нових продуктів, технологій, засобів виробництва. Організаційні відображають нові методи та форми організації всіх видів діяльності підприємств. До економічних відносяться методи господарського управління наукою та виробництвом через реалізацію функцій прогнозування і планування, фінансування, ціноутворення, мотивації та оплати праці, до соціальних – різні форми активізації людського фактора, покращення умов та постійна підтримка рівня безпеки праці, охорона здоров'я, створення комфортних умов праці. Нові та змінені закони та інші нормативно – правові документи, що регулюють діяльність підприємства, відносяться до юридичних нововведень [2, с.26].

Підприємства вступають до стратегічних альянсів, коли для реалізації їх стратегічних цілей вони потребують ресурсів, якими володіють інші підприємства або ж коли об'єднуючи власні ресурси та ресурси інших підприємств вони можуть досягти таких цілей, досягнення яких самостійно неможливо або дуже ускладнено. Найбільш поширеними цілями формування підприємствами стратегічних альянсів є:

- освоєння нових видів виробничої діяльності;
- розробка та освоєння нових технологій;
- вихід на нові географічні ринки;
- вихід на нові товарні ринки;
- освоєння нових каналів збуту;
- розширення модельної лінії;
- координація та оптимізація відносин «постачальник - клієнт» та інші.

Стратегічні альянси можуть утворюватись як підприємствами – конкурентами, так і підприємствами, відносини між якими носять неконкурентний характер (постачальники, клієнти, підприємства інших галузей) і набувати різних організаційних форм: від угод про координацію діяльності до створення спільних підприємств з різними частками капіталу партнерів. Вибір тієї чи іншої форми стратегічного альянсу обумовлений, перш за все, цілями, які ставлять перед собою підприємства – учасники та тими ресурсами, яких вони потребують і на основі яких об'єднують свою діяльність.

Серед цілей інноваційного розвитку підприємств, для досягнення яких формуються стратегічні альянси, можна виділити наступні:

- розвиток технологій;
- покращення якості продукції через налагодження взаємозв'язків між постачальником та клієнтом;
- отримання та освоєння технологій, якими володіє підприємство – партнер;
- організація науково-дослідних робіт;
- розробка нових та вдосконалення існуючих продуктів;
- вдосконалення виробничого процесу;
- розподіл виробничих робіт;
- підтримка надійності та безпеки виробництва;
- використання нових підходів щодо маркетингу та збуту продукції;
- підвищення професійного рівня персоналу через міжорганізаційне навчання та інші.

Розглянемо через які форми взаємодії підприємств можуть бути досягнуті деякі з цих цілей.

Налагодження партнерських відносин між постачальником та клієнтом в межах стратегічних альянсів підприємств передбачає взаємну координацію виробничих операцій партнерів, прийняття участі постачальником у розробці продукту клієнта, спільне визначення технічних вимог до продуктів та розробку умов постачання. Такі технологічні інновації в діяльності підприємств забезпечують обом сторонам покращення якості продукції, підвищення ефективності управління запасами, гарантують клієнту своєчасність та надійність поставок, що відповідають його технічним вимогам, постачальнику дозволяють точно прогнозувати попит та розробляти графіки завантаження виробничих потужностей, а головне, уникнути конкурентної боротьби з іншими підприємствами - постачальниками.

Прагненням підприємств до отримання нових технологій, освоєння нових видів виробничої діяльності, тобто до технологічних інновацій, пояснюється формування стратегічних альянсів підприємствами, які працюють в непов'язаних галузях. Такі стратегічні альянси дозволяють підприємствам об'єднати свої технічні потенціали і на цій основі заснувати нові види виробничої діяльності, розширити свої технологічні можливості, а також увійти в економічний сектор, в якому вже працює підприємство - партнер [1, с.177]. На основі об'єднання та спільного використання партнерських ресурсів в межах стратегічних альянсів такі технологічні інновації реалізуються у порівнянні з самостійною їх розробкою та впровадженням з меншими витратами та за більш короткий час. Крім цього, досвід партнерів у своїй сфері діяльності дозволяє уникнути ризиків та помилок.

Впровадження технологічних інновацій також може бути забезпечене формуванням альянсів підприємствами - конкурентами. Досить часто такі альянси утворюються для спільної розробки товару, його виробництва або виробництва комплектуючих для товарів, що виробляють партнери. Інновації в такому разі можуть проявлятися в появі нових або вдосконаленні існуючих технологічних процесів, обладнання. Спільна розробка та виробництво продукції обумовлює потребу у певних організаційних інноваціях, пов'язаних із змінами організаційних структур підприємств – партнерів, формами організації виробництва, які мають найкращим чином забезпечити взаємодію підприємств.

Розглянуті вище приклади взаємовідносин підприємств в межах стратегічних альянсів показують яким чином фірми можуть впроваджувати інновації, вступаючи до альянсів. Формування альянсів в таких випадках є наслідком існування потреби в інноваціях. В той же час можна стверджувати, що формування підприємствами альянсів передбачає певні зміни інноваційного характеру для його учасників. В даному разі інновації на підприємствах є наслідком їх вступу до стратегічних альянсів.

У разі формування підприємствами - конкурентами стратегічних альянсів, в яких один з партнерів займається виробництвом, а інший реалізацією продукції або один з партнерів розробляє, а інший виробляє товари, якісно нових змін, зокрема, розробки принципів та підходів до управління взаємовідносинами з партнером, потребує система управління підприємством. Змінюються методи та форми організації певних сфер діяльності підприємств, методи їх планування та оцінки результативності, тобто впроваджуються організаційні та економічні інновації.

В ході формування та функціонування стратегічних альянсів підприємств гостро постають питання взаємодії та інтеграції корпоративних культур компаній – учасників, побудови команди, розподілу функцій управління між працівниками підприємств, захисту та розподілу інтелектуальної власності. Актуальними є питання збереження працівниками відчуття належності до своєї компанії і в той же час формування відчуття причетності персоналу до стратегічного альянсу. Оскільки ефективність діяльності як окремих підприємств, так і їх стратегічних альянсів залежить, в першу чергу, від працівників, детальної та точної проробки потребують соціальні інновації, які мають бути спрямовані на підвищення кваліфікації персоналу, розкриття творчої діяльності та інше. Західні компанії використовують наступні заходи стимулювання творчої активності

працівників:

- фокусування уваги на конкретному працівнику і його інтелектуально – інноваційному та творчому потенціалі;
- заохочення експериментаторства;
- зміна адміністративної централізації управління м'яким інноваційним стилем;
- лояльність до комерційних проєктів пов'язаних із ризиком.

Розширення свободи в діяльності та інтерактивний обмін інформацією між працівниками, заохочення експериментаторства разом із лояльністю до ризикованих проєктів створюють широкі перспективи для реалізації творчого потенціалу працівників.

Успішні соціальні інновації сприяють розробці та впровадженню нововведень у інших сферах діяльності підприємства. Ефективна система управління персоналом, відповідний мотиваційний механізм, створення умов, що сприяють актуалізації творчих здібностей працівників позитивно впливають на досягнення цілей, що ставлять підприємства, вступаючи до стратегічних альянсів.

Взагалі, саме формування стратегічного альянсу підприємствами можна розглядати як інновацію, оскільки вступ компаній до альянсу передбачає цілу низку змін організаційного, економічного, в деяких випадках, технологічного характеру. Тому важливим моментом при прийнятті рішення щодо вступу підприємства до стратегічного альянсу, впровадження будь-яких інновацій, є об'єктивна оцінка готовності персоналу до змін, його здатності до навчання. К. Фрайлінгер та І.Фішер при визначенні відношення персоналу підприємств до змін, виділяють чотири блока проблем, що заважають інноваціям:

- організаційні недоліки;
- недоліки керівництва;
- особисті проблеми;
- опір змінам [3,с.62].

Для того, щоб інноваційна діяльність успішно розвивалась необхідно: по – перше, надання достатнього обсягу ресурсів; по – друге, постійне роз'яснення персоналу значення та сутності інновацій; по – третє, інтенсивне та безперервне навчання [3,с.66]. Оцінка готовності персоналу до змін, його здатності до навчання дозволить на етапі планування реалізації інновації визначити можливі проблеми та розробити заходи щодо їх подолання.

Підводячи підсумок, можна зазначити що стратегічні альянси підприємств є одним з найефективніших шляхів впровадження інновацій на підприємствах. Вони дають можливість на основі спільної діяльності підприємств розробляти та впроваджувати нововведення, використовуючи досвід та знання партнерів з найменшими ризиками, витратами коштів та часу реалізовувати інновації різного характеру. Певний тип альянсу в більшій або меншій мірі сприяє впровадженню того чи іншого виду інновацій.

В той же час, формування стратегічних альянсів само по собі є інновацією, оскільки передбачає якісні зміни у різних сферах діяльності підприємств – учасників. При прийнятті рішення щодо впровадження інновацій підприємствам необхідно оцінити рівень готовності персоналу до змін.

Визначення можливостей інноваційного розвитку, що отримують підприємства вступаючи до стратегічних альянсів, обумовлюють нові питання, що потребують подальшого дослідження. Ці питання пов'язані із розробкою та функціонуванням організаційно – економічного механізму інноваційної діяльності в умовах співробітництва підприємств, проблемою захисту інтелектуальної власності та розподілом результатів спільної діяльності.

Література

1. Гаррет Б. Дюссож П. Стратегические альянсы: Пер. с англ. – М.ИНФРА – М, 2002. – XX, 332с.
2. Інноваційний розвиток промисловості України / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін...; Під ред. проф. О.І. Волкова, проф. М.П. Денисенка. – К.:КНТ. 2006. – 648с.
3. Фрайлінгер К., Фишер И. Управление изменениями в организации / Пер. с нем. Н.П. Береговой, И.А. Сергеевой. – М.: Книгописная палата, 2002. - 264с.

Надійшла 19.04.2008 р.

УДК 338.24:658.1:339.13

В. В. ДЕРГАЧОВА

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Інноваційна діяльність охоплює всі сфери народного господарства - матеріальне виробництво і соціальну складову. Розгляд економічної ролі держави у вирішенні цієї проблеми має принципове значення. Раніш інноваційна діяльність була спрямована на відтворення основних фондів шляхом капітальних вкладень у народне господарство. На думку багатьох авторів, подальший розвиток вітчизняної економіки вимагає

інноваційно-інвестиційного поживлення, відновлення основних фондів на принципово новій, конкурентноздатній основі [1,2]. Відтворення основних фондів на рівні як окремого регіону, підприємства, так і національної економіки в цілому повинно спиратися на науково обґрунтовану інноваційну політику. Важливе значення для підвищення ефективності інвестиційної діяльності має поліпшення технологічної структури інвестицій за рахунок збільшення питомої ваги витрат на відтворення; активної частини основних фондів - машин і устаткування.

Відомо, що інвестиції та інновації взаємопов'язані і взаємодіють, але ефект досягається лише тоді, коли основні обсяги інвестицій спрямовуються із технологічну структуру економіки, що забезпечує пріоритетний розвиток вищих технологічних укладів. Якщо інвестиції за своєю структурою не відповідають технологічній структурі виробництва і не спрямовані на її інноваційну складову, то вони перестають бути базою для економічного розвитку. Саме така тенденція спостерігається в економіці України. Питанням інноваційного розвитку національної економіки було приділено чимало уваги в публікаціях вітчизняних економістів. Так, аналогічні проблеми вивчаються Ю.Бажалом [3], В.Будкіним [4], В. Гейцем [5], Ю.Макогоном [6], В. Мунтіяном [7], В.Новицьким [8,9], Ю.Пахомовим [10], А.Сухоруковим [11] та ін.

Економічна модель розвитку національної економіки, орієнтована на сировинний експорт, який чутливо реагує на глобальні кон'юнктурні коливання, себе вичерпує. Без серйозних структурних перетворень наша країна втрачає конкурентні позиції в глобальній економіці. Тому необхідне формування інноваційної економіки в Україні, аналіз передумов і факторів впливу якої на спроможність національної економіки до міжнародної конкурентоспроможності є метою даної статті.

Про значення інвестицій в основний капітал як фактора міжнародної конкурентоспроможності країни свідчить те, що найбільший приріст продукції одержали виробництва, які інвестували в основний капітал більше за інших (підприємства зв'язку, паливно-енергетичного та металургійного комплексів). Для порівняння: середньорічні капіталовкладення в економіку протягом 1995-2005 рр. здійснювалися на рівні 24% від обсягів 1990 р.; у промисловість у цілому – 27%, тоді як розвиток вищезазначених галузей (підприємства зв'язку, паливно-енергетичного та металургійного комплексів) забезпечувався капіталовкладеннями, що порівняно з 1990 р. становили 79%, 44% і 48% відповідно [12].

Обсяги інвестицій в основний капітал зросли у 2000-2006 рр. більше ніж у три рази, у фактичних цінах 2006 р. вони становили 125,2 млрд. грн. Проте деяке поживлення інвестиційної діяльності, що спостерігається нині в українській економіці, ще не можна приймати за надійну базу для забезпечення міжнародної конкурентоспроможності національної економіки, оскільки, по-перше, воно йде від безпрецедентно низької бази, що стало результатом занепаду інвестиційної діяльності в роки ринкових перетворень в економіці України; по-друге, це поживлення поки що є тенденцією, яка не сформувалася в закономірність такого розвитку процесу інвестування; по-третє (і це дуже важлива обставина), не ліквідовано фундаментальні хиби національної економіки, серед яких зношеність виробничого апарату реального сектору економіки є найтяжчим та найвагомим проявом передкризового стану економіки.

Аналіз джерел інвестування свідчить, що найбільшу питому вагу у фінансуванні інноваційної діяльності промислових підприємств України (70,2 %-87,7 %) становлять власні кошти підприємств і організацій (табл. 1). Частка державного бюджету становить мізерну частину, а місцеві бюджети, можна сказати, ухиляються від інноваційних вкладень, оскільки вони досягають всього 0,1 %. Виняток становлять інвестиції місцевих бюджетів на інноваційну діяльність промислових підприємств у 2005 р., коли це джерело інвестування становило 0,3 % за рахунок надходжень від приватизації. Кошти іноземних інвесторів характеризуються нестабільністю надходжень на інноваційну діяльність за аналізований період, але спостерігається загальна тенденція їх зниження. За цей період їх частки становили від 2,5% до 7,6% у загальних інвестиціях. Що стосується вітчизняних інвесторів, то їм належить ще менша питома вага (від 0,2 до 3,7 %) у загальній сумі інвестицій, вкладених в інноваційну діяльність промислових підприємств України.

Стан основних фондів як економічного ресурсу міжнародної конкурентоспроможності країни має надзвичайно високу залежність від інвестиційного потенціалу інновацій. Відомо, що сучасна економіка перевантажена морально та фізично застарілою технікою і будівлями (табл. 2), що негативно відображується на технічному і структурному стані наявних фондових нагромаджень і є наслідком ще радянської інвестиційної політики, яка протягом багатьох десятиріч знижувала ефективність нагромадження основного капіталу і продукувала регресивні тенденції в економіці в цілому.

Таким чином, інвестиційна криза в сучасній економіці України значною мірою обумовлена недооцінкою інноваційно-інвестиційного потенціалу радянської амортизаційної системи, яка виходила з логіки директивної економіки і закономірно відображала потреби і принципи її організації. Радянська інноваційно-інвестиційна політика походила з відомого постулату К. Маркса щодо відновлення об'єкта амортизації «in natura», тобто простого відшкодування зношених основних фондів.

Тобто орієнтація була на відшкодування первісного фізичного зносу, для чого первісна вартість кожного об'єкта (капітальні витрати) щорічно рівними частками (лінійно-пропорційний метод) переносилася на собівартість продукції. Норми відрахування розроблялись досить детально (понад 2 тисяч найменувань), але характер лінійно-пропорційного методу не відповідав реальній схемі зношування більшості конкретних об'єктів. Таким чином, система постійно продукувала збитки від наслідків недоамортизації.

Інвестиційний потенціал інновацій також реалізувався в такій формі, як того вимагала директивна

система. Директивний перерозподіл більшої частини амортизаційного фонду сформував пасивну позицію суб'єктів господарювання щодо функцій амортизаційних ресурсів: практично амортизаційні відрахування були перетворені на різновид податку. Ресурси централізованого амортизаційного фонду обслуговували потреби економіки, яка мала екстенсивний напрям розвитку, що обумовлювало згорання інноваційних процесів, тобто ігнорування інвестиційного потенціалу інновацій і, як наслідок, звужений характер відтворення основного капіталу. Це підтверджується наступними даними.

Таблиця 1

Інвестиції в основний капітал за джерелами фінансування у 2001-2005 рр.

Показники	Од. виміру	Роки				
		2001	2002	2003	2004	2005
Інвестиції в основний капітал у фактичних цінах	млн. грн.	32573	37178	51011	75714	93096
	%	100	100	100	100	100
Інвестиції в основний капітал з урахуванням індексу-дефлятора	млн. грн.	29348,2	35281,9	46930,1	64281,2	74569,9
У тому числі за рахунок:						
коштів державного бюджету	млн. грн.	1749	1863	3570	7945	5077
	%	5,4	5,0	7,0	10,5	5,5
коштів місцевих бюджетів	млн. грн.	1332	1365	2095	3544	3915
	%	4,1	3,7	4,1	4,7	4,2
власних коштів підприємств та організацій	млн. грн.	21770	24470	31306	46685	53424
	%	66,8	65,8	61,4	61,7	57,4
власних коштів підприємств та організацій з урахуванням індексу-дефлятора	млн. грн.	19614,8	23222,1	28801,5	39635,6	42792,6
коштів іноземних інвесторів	млн. грн.	1413	2068	2807	2695	4688
	%	4,3	5,6	5,5	3,6	5,0
коштів населення на ГЖБ	млн. грн.	1415	1573	1822	2577	3091
	%	4,4	4,2	3,6	3,4	3,3
кредитів банків та інших позик	млн. грн.	1400	1985	4196	5735	13740
	%	4,3	5,3	8,2	7,6	14,8
інших джерел фінансування	млн. грн.	3494	3854	5215	6533	9161
	%	10,7	10,4	10,2	8,5	9,8

Примітка. Складено та розраховано за [12, с. 223].

Таблиця 2

Розподіл за віком основних фондів підприємств України, %

Основні фонди матеріальної сфери – 100%						Середній вік діючих ОФ
У тому числі у віці (років)						
до 5	5 – 9	10 – 14	15 – 20	21 – 24	25 та більше	
11,3	20,2	11,0	17,4	13,6	26,5	18,8

Примітка. Складено та розраховано за [12]. У таблиці зібрані дані за станом на 01.01.2002 р. До цього часу пропорції погіршилися, ураховуючи нестабільну політичну ситуацію весь цей період.

За останні 25 років, що передували встановленню державності в Україні, середньорічні капіталовкладення номінально зросли у 3,6 рази, балансова оцінка засобів праці збільшилася у 4 рази, а її динаміка – у 5 разів, тоді як фондівдача в цей час знизилася наполовину, а ще 25% капіталовкладень втрачалося у зв'язку зі збільшенням строків капітального будівництва та прихованою інфляцією [5, с. 659-668].

Таким чином, найбільш відчутними негативними передумовами для сучасної міжнародної конкурентоспроможності національної економіки були наслідки «радянської моделі» капіталоутворення, тобто послідовне та тривале згорання інноваційних процесів, уповільнення обсягів введення нових та ліквідації спрацьованих основних фондів, постійне перевищення нормативних строків їх служби, збільшення фізичного та морального зносу. У 80-ті роки коефіцієнт введення основних фондів скоротився з 9,8% до 4,3%, а коефіцієнт ліквідації застарілих – знизився із 2,5% до 1,5%; середній строк експлуатації основних фондів підвищився з 37 до 43 років, рівень їх фізичного та морального зносу досяг критичного рівня [5, с. 659-668].

Певне усвідомлення урядом колишнього СРСР критичності ситуації, що склалася у сфері міжнародної конкурентоспроможності країни в контексті її інноваційно-інвестиційного потенціалу, проявилася аж напередодні краху соціалістичної системи, коли було проголошено кампанію щодо реконструкції та технічного переозброєння. Для цього періоду характерне короткочасне поліпшення відтворювальних характеристик інноваційних процесів: коефіцієнти введення і ліквідації зросли відповідно до 5,8% та 2,3% [5, с. 659-668]. Це було викликано певними кроками в напрямі активізації інновацій: підвищенням амортизаційних норм та

запровадженням прискореної амортизації. Запізніла спроба інтенсифікації системи, яка вже втратила свій потенціал, була приречена на провал – штучне намагання мобілізувати неіснуючі ресурси лише прискорило економічну кризу. Специфічною рисою цієї кризи в першій половині 90-х років стала хибна позиція фонду амортизації як пасивного витратного елементу, яким можна маневрувати в інтересах сьогоденного поповнення державного бюджету. У 1990-1995 рр. це призвело до різкого зниження амортизаційних відрахувань та інноваційно-інвестиційного потенціалу економіки України в цілому.

З огляду на вищевикладене можна зробити наступні висновки: *на сучасному етапі пріоритетною задачею для підвищення міжнародної конкурентоспроможності національної економіки має стати не стільки стимулювання інвестиційної складової, але налагодження механізму відшкодування та відновлення основного капіталу на вищій техніко-технологічній основі.* Таким чином, значущість інноваційних процесів як чинника підвищення міжнародної конкурентоспроможності треба розглядати за двома основними параметрами: у кількісному аспекті – як найбільш масштабне джерело фінансування капіталовкладень, а також в якісному – як спосіб організації обігу капіталу й оновлення його елементів.

В Україні останнім часом склалася тенденція зниження інвестування інноваційних процесів, що характерно також для промислового сектору національної економіки. Так, кількість інновацій, впроваджених промисловими підприємствами України, з кожним роком зменшується, зокрема з 2000 по 2005 рр. їх чисельність скоротилася більше ніж на 30%. Структура інноваційних витрат загальної кількості підприємств, що впроваджували інновації протягом 2000-2005 рр., свідчить про те, що найбільша питома вага припадає на освоєння нових видів продукції, найбільше для широкого вжитку, оскільки на частку нових видів техніки припадало всього 12,5 % 2001-го і 24,9% 2005 р. Ще меншу кількість становлять маловідходні й безвідходні технології. Також недостатня кількість підприємств впроваджує механізацію й автоматизацію, а саме від 8,9 % 2000-го до 23,8 % 2005 р. [12].

Питома вага інвестиційних витрат на дослідження й розробку наукових робіт, які по суті формують базу нововведень на перспективу, має тенденцію до зниження від 15,1 % в 2000-му до 10,6% у 2005 р. Найбільші інвестиції припадали на придбання машин, обладнання та капітальні витрати на будівництво промислових споруд, які становили за цей період 61,0-54,9%, що, на жаль, не дає можливості диференціювати вартість активної частини виробничих фондів і витрати на побудову офісів та адміністративних приміщень, оскільки останні не мають істотного впливу на зростання виробничого потенціалу. Що стосується придбання нових технологій, то, хоч як парадоксально, але витрати на маркетинг і рекламу були за аналізований період значно більшими порівняно з інвестиціями на розробку і впровадження нових технологій [2].

Таким чином, досліджуючи економічну політику держави протягом останнього десятиліття, можна стверджувати, що вона обмежувалася ринковими перетвореннями та ігнорувала науково-технічний прогрес, але необхідність використання інноваційного типу розвитку було вагомим кроком держави до стимулювання інноваційної діяльності підприємств. Наша держава належить до числа країн із високим науковим потенціалом, тому пріоритетом для діяльності органів державної влади має бути створення умов, що забезпечують не тільки збільшення такого потенціалу, а насамперед його максимальну реалізацію в інтересах суспільства. Держава має стати безпосереднім провідником інноваційного розвитку, замовником і організатором досліджень і розробок на найсучасніших напрямках науково-технічного прогресу та сприяти їх упровадженню в усі сфери економічної діяльності.

Резюмуючи викладене, відзначимо, що перехід до використання виважених програмно-цільових підходів розвитку української економіки, які визначають найважливіші напрями державної політики в області розвитку науки і технологій, мету, задачі і шляхи їх реалізації, а також систему економічних і інших заходів, стимулюючих наукову і науково-технічну діяльність, зокрема на базі випробуваних міжнародною практикою методик інноваційної політики з використанням інструментарію інституційного регулювання постає безальтернативним засобом виводу економіки країни на більш сприятливі конкурентні позиції на світовому ринку, в системі міжнародного поділу праці. Фактично йдеться про послідовне створення організаційних і економічних механізмів для підвищення попиту на інновації з боку вітчизняного виробництва, про забезпечення випереджаючого розвитку фундаментальної науки, найважливіших прикладних досліджень і розробок. Для цього є потрібним не тільки вдосконалення рамкових засад господарської діяльності, доопрацювання нормативно-правової бази наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності, але й вивірена стратегія галузевого розвитку, адаптація науково-технічного комплексу до умов ринкової економіки, забезпечення взаємодії державного і приватного капіталу в цілях розвитку науки, технологій і техніки.

Література

1. Федоренко В. Інвестиції і економіка України // Економіка України. – 2007. - №5. – С.7-15.
2. Фісун А.О. Роль функції інвестування інновацій в економічному зростанні // Фінанси України. – 2007. -№6. – С.46-55.
3. Бажал Ю.М. Економічна оцінка технологічного розвитку в Україні: стан і перспективи // Україна на порозі XXI століття: уроки реформ та стратегія розвитку. Матеріали наукової конференції. – Київ: НТУУ КПІ, 2001. – С. 135-139.
4. Будкін В. Новые тенденции и угрозы в процессах глобализации начала XXI столетия // Збірник

наукових праць. – К.: ІСЕМВ НАН України. – Вип. 40. – 2004. – С. 33-44.

5. Економіка України: Стратегія і політика довгострокового розвитку / За ред. акад. НАН України В.М.Гейця. – К.: Ін-т екон. прогнозування; Фенікс, 2003. – 1008 с.

6. Макогон Ю.В., Бакуменко В.В. Развитие инноваций и малого предпринимательства в Украине // Економіка промисловості. – 2004. - №1(23). – С. 89-106.

7. Мунтян В.І. Національна інноваційна система України // Стратегія розвитку України. – 2007. - №1-2. – С.257-263

8. Новицький В. Науково-технічна складова зовнішньоекономічної стратегії України // Збірник праць вчених ІСЕМВ НАН України. Вип. 10. Реструктуризація економіки та раціоналізація експортно-імпортової політики України. – Київ: ІСЕМВ НАН України, 2000. – С. 24-29.

9. Новицький В. Інституційні та економічні засади науково-технічної та інформаційної політики в міжнародній економічній діяльності України // Інноваційні технології. – 2003. - № 2-3. – С. 46-54.

10. Пахомов Ю. Про інноваційну модель // Збірник наукових праць. Вип. 36 / Відп. ред. В.С.Новицький. – Київ: Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України, 2002. – С. 3-5.

11. Сухоруков А. Проблеми інноваційної безпеки України // Стратегічна панорама. Щоквартальний науково-практичний журнал Ради національної безпеки і оборони України. – 2002. - №2. – С. 75 – 81.

12. Статистичний щорічник України за 2005 рік / Держкомстат України / За ред. О.Г. Осауленка; Відп. за вип. В.А. Головка. – К.: Консультант, 2006. – 576 с.

Надійшла 09.04.2008 р.

УДК 331.2.381

О. В. ТУЖИЛКІНА

Полтавський університет споживчої кооперації України

РОЛЬ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ В ФОРМУВАННІ ПАРАДИГМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Стаття присвячена питанню ролі мотивації праці в формуванні парадигми інноваційного розвитку економіки України. На думку автора, досягти помітних успіхів у сфері управління мотивацією праці можна тільки за умови створення певної системи механізмів, стимулів для розвитку інновацій і перетворення їх у життєву необхідність для кожного господарюючого суб'єкту. Від системи таких стимулів залежить ефективність діяльності підприємств, вирішення багатьох соціально-трудова питань, що є наслідком об'єктивних причин традиційних («до інноваційних») підходів господарювання.

Інноваційна модель розвитку економіки України на сучасному етапі стає головним засобом збереження конкурентоспроможності. Ринкові умови господарювання створюють для більшості ринкових суб'єктів середовище високої конкуренції, яке вимагає від них здатність формувати конкурентні переваги, які досягаються завдяки впровадженню інновацій – суттєво нових методів і засобів здійснення виробничої та комерційної діяльності. Методи управління інноваціями спрямовані на якісне оновлення виробничих сил та соціально-трудова відносин.

Економічний розвиток будь-яких систем, у тому числі й соціально-економічної, неможливий без всебічного і безперервного використання інновацій. Досліджуючи структурні джерела економічного розвитку американський вчений М.Портер виділяє наступні: розвиток на основі виробничих чинників; розвиток на основі інновацій; розвиток на основі загального добробуту.

Для вітчизняної економіки здебільшого характерна низька інноваційна активність, яка обумовлена різними причинами: фрагментарність, непослідовність і незавершеність економічної трансформації; орієнтація економіки на інвестування розвитку виробництва (другий етап економічного розвитку за М.Портером), а не на активізацію інноваційної діяльності; відсутність кваліфікованого управління інноваційними процесами; недосконалість інструментів правового регулювання.

Аналізу проблем інноваційного розвитку економіки присвячено чимало наукових праць. Мотиваційні аспекти, як визначальний чинник в управлінні продуктивністю праці, висвітлені у працях таких дослідників, як Д.П.Богиня, І.К.Бондар, М.Д.Ведерніков, А.В.Каліна, А.М.Колот, Г.Т.Куліков, Т.А.Костишина, М.В.Семикіна та ін.

Останнім часом літературні джерела дають інформацію про формування техно-соціо-економічної парадигми. На процес наукових відкриттів, технологічних інновацій і їх соціальних застосувань впливають багато факторів. Ми можемо говорити про підсилення результуючої окремих складових системи завдяки їх взаємодії на базі знань та інформації (так званий синергічний ефект). В сучасних умовах для економіки України невирішеними залишаються безліч теоретичних, методологічних і прикладних питань управління інноваційними процесами, що відбуваються на вітчизняних підприємствах. Метою даної статті є пошук можливостей, які відкриває підприємствам шлях впровадження інновацій, у тому числі нових форм організації праці для активізації внутрішніх резервів працівника, окреслення мотиваційних аспектів підвищення

результатів праці в умовах інноваційного розвитку економіки. Особливу увагу належить приділити такій важливій проблемі, як ув'язка мотивації та результативності праці, можливості підвищення ефективності мотиваційного механізму шляхом формування оптимального компенсаційного пакету.

Дослідження останніх років свідчать, що ключовим фактором економічного розвитку є людський капітал, який трансформується у нові знання. Величина людського капіталу залежить від соціальної політики держави, від підтримки нею розвитку освіти і науки, розвинення інтелектуального та творчого потенціалу людей. Чим вище інтелектуальний потенціал працівників підприємства, тим гнучкіше і мобільніше підприємство реагуватиме на сигнали зовнішнього середовища, зберігаючи свої конкурентні переваги й отримуючи достатній прибуток для подальшого розвитку.

Антиінноваційність господарства, що склалася історично, згубно позначилася на діяльності підприємств України. Гарантований збут продукції фактично будь-якої якості призвів до неспроможності більшості вітчизняних підприємств вести конкурентну боротьбу за ринок, до деформації систем та механізмів мотивації праці.

Основною складовою системи мотивації праці є оплата праці персоналу. Рівень заробітної плати вирішальною мірою визначає можливість повноцінного відтворення робочої сили, а, відтак, і силу мотивації до праці. Заробітна плата як показник, який залежний від ефективності діяльності, конкурентоспроможності підприємства, продуктивності праці, є одночасно індикатором якості життя працівників й загального розвитку економіки. Розмір заробітної плати поряд з оцінкою матеріального становища робітників багато в чому визначає стан економіки, рівень її розвитку, місце у світовому ринку. Це є проявом подвійності змісту заробітної плати як соціально-економічної категорії. З одного боку, вона відображає розміри індивідуальної заробітної плати, яка показує, наскільки вона забезпечує людині певний життєвий рівень, з іншого – витрати на відтворення робочої сили.

Слід зазначити великий вплив на відсутність мотивів до освоєння новинок у сфері соціально-трудова відносин, який справляє на цей процес дешевина і надмір робочої сили. Підприємству іноді вигідніше залучити додаткових працівників низької кваліфікації, згодних працювати за малу заробітну плату, ніж впроваджувати суттєві якісні зміни в управлінні мотивацією до високопродуктивної праці, самій організації відносин на ринку праці.

На ринку праці існує невідповідність між попитом на робочу силу та її пропозицією в розрізі професій і спеціальностей. Кількісний дисбаланс поглиблюється внаслідок низьких якісних характеристик робочої сили і вільних робочих місць. Поки що структура зайнятості в Україні не відповідає європейським країнам з ринковою економікою і зберігає доволі високу частку низько кваліфікованих працівників [5, с.1]. Досі найбільший попит на ринку праці мають медичні працівники, вчителі, продавці продовольчих і непродовольчих товарів. Багато заявок надходить від роботодавців на електрогазозварювальників, слюсарів, токарів, столярів, водіїв, трактористів, висококваліфікованих робітників на будівництві та у судобудуванні.

Вважаємо, що вирішення питання гідної та адекватної витраченою зусиллям оплати праці в Україні – першочергове завдання. Необхідно повернути заробітній платі можливість виконувати притаманні їй функції: економічні, у першу чергу стимулюючу, відтворювальну; та соціальні – виховання інтересів до праці, стимулювання гармонічного розвитку особистості і т.ін.

Останнім часом зусилля українського уряду призвело до наступних змін у рівні заробітної плати. Мінімальна заробітна плата у 2002 р. - 165 грн., 2003 р. - 205 грн., 2004 р. - 237 грн., 2005 р. – 332 грн., 2006 р. – 400 грн., прожитковий мінімум відповідно визначений: 365 грн., 365 грн., 386 грн., 453 грн., 505 грн. [6, с.233].

Підприємства при вирішенні проблеми зростання результативності праці повинні використовувати, з одного боку, резерви, з другого боку, фактори її підвищення, спираючись на потужний чинник мотивації персоналу.

Автори серед резервів зростання продуктивності праці виділяють такі групи: 1) резерви, що забезпечуються можливостями технічного прогресу, а вони не мають меж; 2) резерви, що зумовлені усуненням втрат часу [3, с.249].

Вважаємо, що до цих резервів можна повною мірою додати такий, як внутрішній резерв, що можна активізувати через мотивацію праці. Причому, слід таким чином мотивувати працівника, щоб його інтереси співпадали з інтересами роботодавця. Оплата праці повинна здійснюватися таким чином, щоб в робітникові завжди залишався певний резерв на підвищення результатів праці з метою подальшого збільшення оплати праці (тобто був присутній елемент неповного задоволення результатами праці).

Умови української економіки створюють перешкоду в формуванні та закріпленні орієнтації на розвиток конкурентоспроможності, якими є, перш за все, деформації у матеріальному стимулюванні. Ця ситуація зберігатиметься доти, поки на макро- та мікрорівні не буде усвідомлено: низькою оплатою праці не можна створити конкурентоспроможного працівника і конкурентоспроможну державу [2, с.354].

На нашу думку, досягти помітних успіхів в управлінні мотивацією праці можна тільки за умови створення ефективної системи механізмів, стимулів для розвитку інновацій і перетворення їх у життєву необхідність для кожного господарюючого суб'єкту. Від системи таких стимулів залежить підвищення економічного рівня підприємств, вирішенні багатьох наболілих соціально-трудова питань.

Загальновідомо, що будь-яка інновація містить у собі певні ризики. Тому вкрай необхідним та важливим вважаємо необхідним здолання опору в стереотипі сприйняття відносин між працівником і роботодавцем.

Ув'язка оплати праці з продуктивністю в принципі є потужним стимулом до наполегливої праці, але в процесі цього методу приходиться вирішувати дві основні проблеми [4, с.409]. Перша проблема міститься в будь-якій системі винагороди: досягнення оптимальності у задоволенні усіх учасників соціально-трудових відносин. Друга проблема виникає з необхідності обґрунтовувати оплату за критеріями, які відбиватимуть як зусилля працівника, так і цілі роботодавця. Недосконалість критеріїв оцінки роботи може призвести до того, що робітники намагатимуться спиратися на ту частину діяльності, яку можливо легко вимірювати (тобто мова йде про кількісні показники) та ігноруватимуть інші аспекти, що пов'язані з покращенням певних якісних показників.

Заробітна плата може нараховуватися за фактично відроблений час, за продуктивність, а також за певне поєднання цих показників. При почасовій оплаті мотивація працівників, в основному, повинна опиратися на надання певних гарантій на майбутнє, пильному спостереженні за їх роботою та почутті належності компанії. Альтернативна система, тобто відрядна оплата, багато в чому дає мотиваційні проблеми через ув'язку інтересів працівника та роботодавця за відсутності необхідності детального контролю чи управління.

Можна назвати декілька причин того, чому більш висока заробітна плата є чинником зростання продуктивності праці. Одна з причин – можливість підприємства залучити найкращих працівників із тих, хто пропонує робочу силу на ринку праці. Інший підхід, що відповідає сучасним вимогам гуманізації суспільства, намагатись досягти високих результатів вже працюючих на підприємстві людей.

Слід відмітити, що нові ознаки формування постіндустріального суспільства в країнах розвинутої ринкової економіки на межі третього тисячоліття обумовили подальші якісні зміни методів мотивації, орієнтованих, насамперед, на розвиток інтелектуальної праці з елементами творчості у будь-яких сферах людської діяльності [2, с.168].

Міркування з приводу того, що більш висока заробітна плата сприяє підвищенню продуктивності працівників, пов'язані з їх обов'язками перед підприємством. Також можна стверджувати, що підвищення результатів праці досягається підвищенням заробітної плати, тобто пов'язане з сприйманням такої винагороди, як справедливого відношення до себе: люди, які впевнені в адекватності оцінки їх праці працюватимуть краще за тих, хто вважає себе "скривдженим".

Якщо людина отримує заробітну плату, яка не забезпечує ні відтворювальної, ні стимулюючої функції, руйнування внутрішніх мотиваційних установок працівника на будь-яке підвищення своїх професійно-кваліфікаційних характеристик закономірне. Це незмінно призведе до стабільного зниження результатів діяльності підприємства. З іншого боку неадекватна заробітна плата з часом обов'язково призведе до деградації потреб – людина вимушена обмежувати коло своїх потреб у межах можливості їх задоволення розміром заробітної плати. Не секрет, що для більшості українців заробітна плата являється основним, а інколи найчастіше єдиним джерелом доходів.

Безперечно, вбір системи оплати повинен прив'язуватися до результатів праці. Однак чим більш ефективно підприємство використовує робочу силу, тим вище буде загальна продуктивність. Стимулююча система оплати праці може викликати підвищення продуктивності через: заохочення зусиль працівників, що призводить до загального підвищення виробничих характеристик; через сприяння співробітництву між різнорідними групами працівників; через надання людям можливості мати такий рівень заробітку, який є бажаним для них (це буде знижувати плинність кадрів та допоможе створенню постійного та кваліфікованого колективу). Стабільний, творчо налаштований персонал здатний безперервно впроваджувати нововведення, вирішувати інноваційні ситуації.

Методи мотивації набувають рис індивідуалізації, їх відмінністю стає прагнення оцінювати складність, творчість роботи, динаміку професійного зростання. Мотиваційний механізм повинен враховувати переважаючу роль оплати праці у формуванні якісних характеристик робочої сили, необхідність додаткових інвестицій у її розвиток...Формування прагнень до розвитку конкурентоспроможності в Україні відбуватиметься по мірі усвідомлення реальної цінності винагороди за працю в залежності від її кількості, якості та складності [2, с.355].

Згідно останнім тенденціям в підході до оплати праці винагорода працівнику повинна включати у себе як компенсацію за витрачені зусилля, так і винагороду за отримані підприємством результати. Компенсаційний пакет, система винагород, які використовуються на підприємстві, спираючись на ст. 2 Закону України «Про оплату праці», включає три елементи:

- основна заробітна плата;
- додаткова заробітна плата;
- соціальні виплати і пільги.

Структуру компенсаційного пакету можна представити у вигляді схеми:

Грошова винагорода (матеріальна компенсація)		Бенефіти (соціальні пільги)
Константна частина (базова заробітна плата): - базовий оклад; - постійні доплати та надбавки (за керівництво іншими працівниками, за знання іноземної мови, за стаж і т.ін.)	Змінна частина (додаткова заробітна плата): - доплати за виконання додатково поставлених завдань; - оплата понаднормових; - премії за проміжні результати; - премії за кінцевий результат	Медичне страхування Транспортні компенсації Відшкодування за відпочинок Безкоштовне харчування Безпроцентні позики Часткова компенсація за навчання т.ін

Рис. 1. Примірна структура компенсаційного пакету

Неможливо розробити універсальний мотиваційний механізм для всіх працівників, для всіх підприємств, тому всі спроби розробки методики застосування мотиваційних механізмів вважаємо суто суб'єктивним поглядом авторів на вирішення цієї проблеми.

Аналіз останніх публікацій теоретиків та практиків, які присвячені вивченню сучасних методів оплати праці можна виділити наступні основні думки. Матеріальна компенсація у складі компенсаційного пакету містить постійну частину, яка пропонується у межах 70-30 %, та змінної частини (30-70 %). Немає єдино правильного варіанту розподілу складових матеріальної компенсації. Наприклад, одні практики наполягають на тому, що більша частина доходу співробітників, що безпосередньо займаються продажем, повинна бути змінною (фіксований оклад – не більше 40 %, а краще – 30 %). Однак при цьому 100% виконання плану дохід повинен бути вище середньоринкового. Інші підкреслюють, що це не є найкращим варіантом плати праці, тому що нестабільність доходу персоналу може призводити до високої плинності кадрів. Підприємство, яке зацікавлене в закріпленні персоналу, повинно надавати працівникам певні гарантії. Наявність навіть невеликої фіксованої ставки здатна мотивувати працівника вже тим, що він відчуває свою причетність до підприємства. Однак основним стимулом, що спонукає, наприклад, торговий персонал продавати більше, у даному випадку є можливість значного збільшення доходу за рахунок «комісійних». Ефективність використання такої моделі полягає в тому, що керівництво може використовувати численні варіанти мотивації торгового персоналу для досягнення цілей підприємства.

У випадку, коли фіксована частина більша за змінну, заробіток продавцю виплачується за умови відпрацювання обговорених у трудовому договорі годин. Застосування такої моделі виправдано, якщо обсяги продажу практично не залежать від зусиль торгового персоналу, а забезпечуються іншими факторами: відомістю марок запропонованих товарів, вдалим розташуванням торгової точки, професійним маркетингом. Тому для торгового персоналу в такому випадку важливі значення здобувають нематеріальне мотивування: престижність роботи в престижному підприємстві, придбання цінного професійного досвіду, можливість кар'єрного росту. Торговому персоналу в додаток до фіксованого окладу, як правило, виплачують премії, наприклад, за підсумками певного періоду або за досягнення завданих обсягів продажу.

Аналіз структури фонду оплати праці у 2006 році показує наступне (табл.1) [6, с.239]: фонд оплати праці за видами економічної діяльності розподілився таким чином: фонд основної заробітної плати найбільшу частку займає у сільському господарстві (83,2 %), в торгівлі (76,9 %), будівництві (69,9 %), освіті (63,0 %), промисловості (59,9 %); фонд додаткової заробітної плати відповідно – 15,0 %, 20,8 %, 26,3 %, 31,9 %, 35,2 %, заохочувальні та компенсаційні виплати відповідно – 1,7 %, 2,19 %, 0,5 %, 4,99 %, 4,8 %. Таким чином, найбільшу частку додаткової заробітної плати та заохочувальним та компенсаційним виплатам, з якими перш за все пов'язана стимулююча функція оплати праці, із вибраних нами видів економічної діяльності надає освіта та промисловість (відповідно 31,9 % + 4,9 % та 35,2 % + 4,8 %). Найменшу – сільське господарство (15,0 % та 1,7 %). Отримані результати окреслюють напрямки подальшого дослідження складових фонду оплати праці, як чинників, що спричиняють мотивуючий вплив на отримання результатів праці.

Таблиця 1

Структура фонду оплати праці за видами економічної діяльності у 2006 р. (вибірково)

	Фонд оплати праці, млн. грн.	у тому числі					у тому числі			
		фонд основної заробітної плати, млн. грн.	фонд додаткової заробітної плати			із фонду додаткової заробітної плати у порядку компенсації втрати заробітної плати у %		Заохочувальні та компенсаційні виплати		
			Усього, млн. грн.	з нього у %		У зв'язку з порушенням термінів її виплати	Внаслідок зростання споживчих цін	Усього, млн. грн.	З них у %	
				надбавки і до-плати до та-рифних ста-вок та поса-дових окладів	премії за виробничі результати				Матеріальні а допомога	Соціальні пенсії пенсіо-вданого характеру
Промисловість	48899	29331	17219	25,1	38,6	0,1	1,6	2349	25,3	10,7
Освіта	15796	9954	5054	51,4	11,6	0,0	0,3	788	74,6	1,4
Будівництво	6523	4565	1713	24,6	38,1	0,1	1,7	244	29,7	7,0
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	8413	6478	1751	16,7	52,2	0,0	2,4	184	30,9	9,4
Сільське господарство, мисливство та пов'язані з ними послуги	6044	5034	907	21,9	31,1	0,2	1,4	103	43,5	10,5

IV. Висновки. Таким чином, сучасний стан економічного розвитку України потребує докорінного переосмислення можливостей максимального використання трудового потенціалу працівників. Всебічне використання інновацій забезпечує випереджальний розвиток суспільств та економік, тому стимулювання інноваційної активності підприємницьких структур є одним із пріоритетів економічної політики держави. Необхідне подолання стереотипів антиінноваційності господарювання, у тому числі через застосування резервів результативної праці, таких як впровадження у практику наукових досягнень різноманітного напрямку, підвищення технічного рівня матеріальної бази виробництва, всебічного удосконалення організації виробництва, підвищення освітнього рівня та кваліфікації працівників. Вважаємо, що одним з резервів зростання продуктивності праці є внутрішній резерв людини-працівника, який можна активізувати через мотивацію. Як і раніше, мотивація праці, як галузь науково-практичної діяльності, вимагає розробки конкретних методів, способів, інструментів, за допомогою яких активізується трудова діяльність працівників, досягається максимально можливе використання трудового потенціалу працівників.

Література

1. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності/ Навч. посібник. – К. ВЦ “Академія”, 2005.
2. Семикіна М.В. Мотивація конкурентоспроможної праці: теорія і практика регулювання. Монографія. – Кіровоград: ПіК. - 2003.
3. Економіка виробничого підприємництва: Навч. посібник/ Й.М.Петрович, І.О.Будіщева, І.Г.Устінова та ін.; За ред. Й.М.Петровича. – 3-тє вид., випр. – К.: Т-во “Знання”, КОО. – 2002.
4. Эренберг Р.Дж., Смит Р.С. Современная экономика труда. Теория и государственная политика. – М. Изд-во МГУ, 1996.
5. В.Кокіна, «Урядовий кур'єр» від 15.05.2007 <http://www.kmu.gov.ua>
6. Праця України 2006: Статистичний збірник. Держкомстат України: № 09/4-18/242 від 18.07.2007 р.

Надійшла 13.04.2008 р.

УДК 338(477):327(477)

Л. М. БАБИЧ, Т. М. АКСЬОНОВА
Хмельницький національний університет

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВХОДЖЕННЯ УКРАЇНИ ДО СОТ: ШЛЯХИ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ

На рубежі ХХІ ст. світова економіка вступила в нову фазу інтернаціоналізації економічного життя, яку визначають як глобалізацію світової економіки, що тісно пов'язана з нарощенням ступеня відкритості національних економік та лібералізацією зовнішньоекономічних зв'язків. Інтеграція в світову торговельну систему є ціллю більшості країн з перехідною економікою, а також важливим елементом їх стратегії по створенню ринкової економіки. Роль СОТ в світовій економіці безумовно велика, достатньо сказати, що на країни-члени СОТ припадає більше як 95% світової торгівлі товарами, крім цього, вона формує не тільки світовий торговий режим, а й активно втручається у внутрішні економічні системи сучасних держав. Але, без входження у СОТ Україна буде мати перспективу перетворитись в замкнуту економічну систему, що обмінюється паливно-сировинними товарами на наукомісткі товари та інтелектуальні послуги з високою долею додаткової вартості, що виробляються в країнах з постіндустріальною економікою.

Серед вітчизняних вчених особливий вклад в розробку даної проблематики внесли такі ведучі спеціалісти в області світової економіки як Філіпенко А.С., Макогон Ю.В., Шнирков А.І., Рогач А.І., Бузько І.Р., Гаврилук О.В., Савел'єв Е.В., Чернега О.Б. та інші. В працях названих вчених визначені тенденції глобалізації та транснаціоналізації світової економіки, завдання, які доведеться вирішувати нашій державі після вступу до СОТ, аналізуються здобутки та можливі втрати при практичному вирішенні питань входження у СОТ.

Метою даної статті є розгляд та аналіз соціально-економічних наслідків для різних галузей економіки після вступу нашої країни до СОТ. Досліджуються основні проблеми, з якими зіткнеться українське господарство та пропонуються найвигідніші шляхи уникнення та мінімізації ризиків, які можуть виникнути в умовах інтеграційних процесів економіки України до світової торгової організації.

Процес інтеграції України до світової організації торгівлі був нелегким та довготривалим. Останньою перепорою на шляху до членства в СОТ, який Україні вдалося подолати 2007 року, залишався борг Киргизії в розмірі 27 млн. дол. США [1], який було погашено у вигляді гуманітарної допомоги. 5 лютого 2008 року на засіданні Генеральної Ради СОТ у Женеві підписано документи про вступ нашої країни до цієї організації. Щоб надійно зарекомендувати себе у СОТ, Україні необхідно ухвалити ще 10 СОТ-законів, а також, щоб угоду про вступ, яка складається з переліку взаємних конфіденційних зобов'язань України і СОТ, ратифікувала Верховна Рада. Протягом 30 днів з моменту ратифікації Україна набуде повноправного членства в цій організації. Однак,

усі позитиви від членства у світовому торговельному співтоваристві Україна відчує не одразу. Спочатку доведеться пройти непростий шлях адаптації до повноцінної діяльності у цій авторитетній структурі.

При вступі до СОТ, Україна зобов'язується не встановлювати мінімальні ціни на імпортовану продукцію, а регулювання цін застосовуватиметься у відповідності до принципів СОТ з прийняттям до уваги інтересів експортерів-членів організації. Серед умов вступу нашої країни до СОТ - обмеження мита на рівні від 0% до 50%, а деякі ставки мають бути поетапно скорочені до 2013 року. Середні ж імпорتنі мита при постачанні товарів в Україну повинні складати 10,66% для сільгосппродуктів і 4,95% - для промислових товарів. Найвищі тарифи, які Україні дозволено встановити, це тарифи на цукор (50%) і соняшникову олію (30%). Інші ж продукти, на які встановлено граничний рівень тарифів у 25%, складають деякі види радіоприймальної апаратури, синтетичні нитки та конвеєрні ремені. Україна також погодилася не субсидувати експорт у сільському господарстві, обмежити державну підтримку внутрішніх сільгоспвиробників на рівні 3,04 млрд. грн., а також податкову скидку в обсязі 5% від вартості внутрішнього сільгосппродукту. Україна має відкрити тарифну квоту на цукор-сирець - 260 тис. тонн щорічно і збільшити її до 267 тис. тонн до 2010 року [2].

Після вступу Україна не буде встановлювати обов'язкові мінімальні ціни на імпортовані товари і продовжить публікувати список товарів і послуг, ціни на які встановлюються урядом. Усі збори на залізничні перевезення будуть встановлюватися на недискримінаційній основі. Київ також зобов'язався, що після вступу до СОТ торговельна діяльність держпідприємств України буде цілком узгоджуватися з умовами організації, а всі держпідприємства будуть працювати на комерційній основі, крім того, протягом 1 року після вступу, Україна буде надавати інформацію СОТ про діяльність цих компаній, а також регулярно складати доповіді для членів СОТ про розвиток програми приватизації. У сфері прав торгівлі Україна зобов'язалася, що плата за реєстрацію медикаментів, пестицидів, сільськогосподарських хімікатів, а також плата за одержання ліцензій на експорт і імпорт алкогольних напоїв і тютюнових виробів буде встановлюватися з вимогами СОТ і буде відповідати рівню вартості наданих послуг. Від фізичних осіб і компаній, що бажають робити експорт або імпорт, не буде вимагатися фізична присутність або наявність інвестицій в Україні, їм необхідно буде тільки зареєструватися у відповідних органах. Оплата і збори за надані послуги Україна встановлюватиме відповідно до норм СОТ і надавати дану інформацію членам СОТ за вимогою, а внутрішні податки на товари, імпортовані країнами-членами СОТ, будуть встановлюватися на недискримінаційній основі. Україна не буде вводити заборону на м'ясну продукцію, якщо це не погоджено нормами СОТ, і буде встановлювати прозорі і науково обґрунтовані стандарти на торгівлю даною продукцією. Крім того, вона скасує заборону на імпорт автобусів, вантажівок і машин старше 8 років.

У частині антидемпінгових зобов'язань і гарантій Україна має внести зміни до торговельного законодавства, щоб воно було погоджено з нормами СОТ. Вона також зобов'язалася скоротити експортні мита на брутто чорних і кольорових металів, насіння, шкіру, велику рогату худобу, а також з дати вступу не встановлювати обов'язкові мінімальні ціни на експорт. Одночасно заходи для обмеження експорту, включаючи вимоги по його ліцензуванню, будуть устанавлюватися тільки відповідно до норм СОТ. Після вступу буде також скасовано заборону на експорт брухту кольорових металів, а також експортні обмеження на зерно. Крім того, буде скасовано заборону на експорт дорожочинних металів і каменів, крім золота, срібла і діамантів. У сфері промислової політики і субсидій після вступу Україна скасує всі субсидії експорту й імпортозаміщення, а також скоротить кількість товарів, що підлягають обов'язковій сертифікації 3-го типу, і надасть СОТ переглянутий список до 31 січня 2012 року. У сфері санітарії і фітосанітарії Україна зобов'язалася погоджувати свої дії із санітарними і фітосанітарними нормами і визначати рамки відповідальності контролюючих органів у даній сфері, зокрема, не повинен блокуватись імпорт м'ясних продуктів, оброблених гормонами. У сфері цивільної авіації Україна підпише багатосторонню угоду про цивільну авіацію в 2010 році. Що стосується ринку послуг, то Україна взяла на себе зобов'язання в 11 основних секторах, що включають в себе комунікаційні, транспортні, рекреаційні, культурні, спортивні та ділові послуги, послуги з будівництва та машинобудування, освіти, охорони здоров'я та навколишнього середовища, а також послуги в інших соціальних сферах.

Україна стала 152 країною, яка приєдналася до Світової організації торгівлі. Це, звичайно, важлива подія для нашої країни, але сільське господарство з перших днів членства у цій структурі справді, відчуватиме не лише позитивні зміни. Навпаки, доведеться пройти крізь непрості випробування на вміння працювати в реальних ринкових умовах, за новими технологіями, дотримуючись чітко встановлених правил, тощо. У зв'язку з тим, що Україна зобов'язалася знизити ввізне мито, на український ринок, буде надходити на 10 % більше закордонної продукції, яка на перших порах витіснить національні аналоги. На сьогоднішній день на внутрішньому ринку домінує продовольство вітчизняного виробництва - 91 %. У перші роки членства України в СОТ цей показник може скоротитися на 10-11 % і становити 80 %[3].

Найбільші труднощі переживатимуть виробники і переробники молока і м'яса, чималий тиск світового ринку відчує цукрова галузь, овочівництво тощо. Валове виробництво продукції у сільському господарстві скоротиться на 7 %. Переробна промисловість, насамперед м'ясомолочного спрямування, також відчує конкуренцію з боку іноземного виробника, оскільки 80 % потреб цієї галузі задовольняють селянські господарства (особисті підсобні), де утримується 1-2 корови, інша живність[1], а тепер цей сегмент ринку поповниться дешевшою закордонною продукцією переробки. Зважаючи на недостатній рівень матеріального

забезпечення українських споживачів, вони, безперечно, купуватимуть доступніші за ціною імпортовані харчі, що не кращим чином вплине на наше виробництво. Україна також змушена буде виконувати умови СОТ, згідно з якими вже не діятиме нульова ставка ПДВ, за якої переробні підприємства відшкодовували постачальникам молока податок на додану вартість. У такий спосіб населення отримувало від молокозаводів доплату, якої тепер не буде.

Отже, все це створюватиме певні проблеми і негативно впливатиме на вітчизняну аграрну галузь на першому етапі перебування у СОТ. Але у перспективі наша країна матиме багато позитивного, бо передусім така держава як Україна, не може бути виключена з переговорного процесу, в якому перебуває понад 150 країн світу, де відбуваються конструктивні дискусії щодо глобальної аграрної політики, глобальних аграрних ринків. Тому зрозуміло, що Україна обов'язково має бути в переговорному процесі в рамках СОТ. Не менш важливо й те, що приєднавшись до впливового світового торговельного співтовариства, Україна матиме великі перспективи для збільшення експорту. Усі країни світу, які підписали з нею угоди, зобов'язалися ніколи не збільшувати для України експортне мито. Загалом, наша країна має тепер розпочати переговорний процес з Європою про зону вільної торгівлі. Тоді ми взагалі не будемо платити жодного мита і для нашої країни відкриється великий ліквідний ринок, де чітко спрацьовують закони й домовленості, де мінімізовані ризики невиконання договірних зобов'язань. Окрім того, членство у СОТ передбачає високий рівень лібералізації ринку, що також дуже добре, зважаючи на проблеми, що виникли у нашій країні у зв'язку з обмеженням експорту продукції. Як наслідок, на сьогоднішній день в надлишку знаходиться понад 6 млн тонн зерна. Майже 4 млн становить кукурудза, половина якої вже не годиться для експорту, бо за час тривалого зберігання заразилася різними хворобами, грибками[4].

У кращому становищі опиняться вітчизняна металургія, коксохімія, зв'язок, готельний бізнес. Вступ до СОТ не може абсолютно захистити Україну від вимог інших країн (чи то ЄС, чи Росії), наприклад, щодо якості продукції. Однак значною перевагою буде зняття обмежень на експорт чорного металу. Крім того, антидемпінгові заходи застосовуватимуть не до всієї галузі, а до конкретного підприємства, Україна матиме рівні права з іншими членами організації.

На сьогоднішній день в Україні працює чимало сільськогосподарських підприємств, які ані технологіями, ані одержаними завдяки їх впровадженню врожайми не поступаються кращим закордонним агрофірмам. роками в українському АПК утвердилися й працюють агропідприємства європейського зразка. Одне з них - агрофірма "Сади України", що є визнаним лідером вітчизняної насінневої галузі. Елітними гібридами соняшнику, виробленими тут, засіяна третина площ в Україні, значну частину насіння підприємство експортує. Саме на прикладі такого високорентабельного господарства можна демонструвати ті переваги, які матимуть суб'єкти господарювання при вступі до СОТ. Якщо це сучасне підприємство, якщо воно сертифіковане за міжнародними стандартами, то в СОТ воно отримає додаткові можливості для свого розвитку. Агрофірма "Сади України", приміром, матиме змогу відчутно зміцнити свій бізнес, наростити реалізацію виробленої продукції за кордон. І, звичайно, тут виграє не тільки підприємство, а й наша держава загалом, а саме українська економіка. Інші підприємства у зв'язку з набуттям Україною членства в СОТ, мають приймати термінові рішення щодо переоснащення свого виробництва, залучення сучасних технологій, запровадження нових стандартів якості продукції, в результаті чого діяльність в умовах СОТ буде вигідною та комфортною.

Збільшення обсягів міжнародної торгівлі зафіксовано у всіх країнах, які вступили до СОТ. Вони поєднуються також із раціональним використанням ресурсів, що, як правило, розміщуються у найпродуктивніших секторах економіки. Держава в цілому сприятиме розміщенню ресурсів саме у конкурентоспроможних на міжнародних ринках галузях. Під впливом нових торговельних можливостей та конкуренції з-за кордону зростатиме економічна активність, виробництво матиме ширший доступ до імпортованих ресурсів і виготовлятиме з них кінцевий продукт. Внаслідок цього товари, випущені нашою економікою, будуть вищої якості та краще відповідатимуть світовим цінам. На сьогоднішній день ці переваги часто нівелюються вадами перехідного періоду та завданнями щодо боротьби з ними (безробіття і, відповідно, перекваліфікація кадрів, підтримка підприємств, загальна їхня реструктуризація тощо). Не виключено, що ці обтяження діятимуть і в перший період після вступу до СОТ. Однак недоліки цього короткострокового періоду нівелюватимуться наступними довгостроковими виграшами.

Одна з основних переваг членства в СОТ — можливість отримати кращий доступ на експортні ринки. До нових членів зазвичай застосовується принцип режиму найбільшого сприяння, і учасники ухвалених раніше угод не можуть здійснювати до них таку дискримінаційну політику, як раніше. Вступ до СОТ забезпечить лібералізацію доступу українських товарів на ринки світу шляхом зменшення тарифних і нетарифних обмежень доступу українських товарів практично на всі найважливіші товарні ринки розвинених країн світу і, відповідно, сприятиме збільшенню валютних надходжень від експорту вітчизняної продукції. Це буде забезпечено отриманням режиму найбільшого сприяння у торговельному просторі всіх країн — членів СОТ, тобто одночасне покращання умов торгівлі з 150-ма країнами світу, на долю яких припадає понад 95% світової торгівлі [5].

Митні тарифи, що застосовуються до країн-нечленів СОТ, можуть змінювати й переглядати кожен рік. СОТ забороняє таку практику відносно своїх членів і цим покращує економічну стабільність. Членство в СОТ вимагає також створення низки державних установ та прийняття додаткових законів для провадження відкритої торговельної політики. Такі зміни, в свою чергу, прискорять реформи, підтримають процес лібералізації

торгівлі, збільшення прозорості та посилення верховенства права, відтак внутрішня політика країни стає передбачуванішою і транспарентнішою. Недоліком є лише те, що створення таких умов та прийняття певних законів може бути надзвичайно затратним для держави, оскільки такі реформи вимагають кваліфікованих спеціалістів та перекваліфікації існуючих працівників.

Важливою перевагою членства в СОТ є можливість використовувати сотівський механізм розв'язання суперечок. Цей механізм Україна зможе застосувати для вирішення суперечностей зі своїми найбільшими торговельними партнерами — такими як ЄС, США, а в майбутньому і Росія. Сьогодні ж фактично не існує міжнародного форуму, в якому Україна могла б оскаржити дії своїх торговельних партнерів. Це можливо у їхніх національних судах та міжнародному арбітражі, однак застосування системи СОТ, яка вважається найпрозорішою та найдоступнішою, є найкращим рішенням, хоча також має певні недоліки. Розв'язання проблем у ній досить довга та дорога процедура. Про це, зокрема, свідчить те, що багато з членів СОТ ніколи не використовували систему розв'язання спорів для захисту своїх інтересів. Станом на 2002 рік з 270 спорів лише 90 були ініційовані країнами, що розвиваються. Але у 90% стороною в них були такі найактивніші країни, як Індія та Бразилія. Жодна африканська країна до сьогодні не брала участь у торговельному спорі СОТ [3]. Система розв'язання суперечок СОТ є ефективним інструментом для приватних підприємств, адже розпочати спір і оскаржити дії іншої держави може лише державний орган, а переконати уряд у необхідності розпочати справу може бути надзвичайно важко.

Членство в СОТ дає можливість формувати майбутні правила та розвиток світової торговельної системи, причому нові члени зможуть брати участь у міжнародних переговорах і переслідувати свої інтереси та вносити свої корективи в правила СОТ нарівні з дійсними. Організація надає можливість новачкам на недискримінаційній основі брати участь у найширшому міжнародному форумі переговорів, визначати правила та напрямки торговельної політики. Дійсні переваги для України від членства в СОТ великою мірою залежатимуть від того, наскільки повно ми використовуватимемо свої права. Приєднання України до СОТ має стратегічне значення та спричинене зовнішніми факторами, одним з яких можна назвати російський чинник. Адже вступ України до СОТ дає можливість послабити контроль Росії, яка намагалася посилити його на пострадянському просторі. Україна, вступивши першою до цієї організації, отримала змогу скористатися правом та взяти безпосередню участь у висуванні вимог до Росії при вступі останньої до СОТ. Україна теоретично встигає вступити в робочу групу СОТ по Росії і зможе перешкодити Кремлю прискорити процес вступу до цієї організації. Якщо Україна буде у складі робочої групи по вступу Росії до СОТ, то вона висуне до неї 3 групи вимог: по-перше, вона вимагатиме скасування квот на український експорт - цукор, спирт, труби великого діаметру, яке заплановано лише на 2011 рік. По-друге, Україна наполягатиме на скасуванні мита на експорт російської нафти, тому що в цьому чітко видно механізм субсидування внутріросійських споживачів. І по-третє: Росії необхідно привести своє антимонопольне законодавство у відповідність з нормами СОТ.

Вступ нашої держави до СОТ матиме значний політичний вплив у її міжнародних відносинах та істотно підвищить стабільність у цих відносинах і впевненість в Україні як у діловому партнері, що, безперечно, забезпечить зростання іноземних інвестицій в українську економіку. Воно є передумовою створення зони вільної торгівлі між Україною та ЄС і, відповідно, сприятиме ефективнішій інтеграції України в Європейське співтовариство. Удосконалення законодавства та інституційна реформа, які також є передумовами членства в СОТ, повністю відповідають стратегії інтеграції України у ЄС. У довгостроковій перспективі покращує перспективи України стати членом ЄС і запровадження міжнародних правових стандартів та загальноприйнятих правових принципів.

Кожен член СОТ має право користуватися перевагами системи й одночасно має можливість тимчасово цілком легально відступити від своїх зобов'язань. Така можливість існує у рамках захисних заходів, обговорення та перегляду тарифів, обмежень щодо торговельного балансу тощо. Окрім того, існує можливість захисту національного ринку завдяки маніпулюванню обмінним курсом. Щоправда, цей засіб менш ефективний, ніж зміна тарифів, і може спричинити інші небажані економічні наслідки. Не можна ігнорувати й той факт, що внаслідок вступу до СОТ митні тарифи знизяться й відповідно можуть зменшитися надходження до державного бюджету, хоча у деяких країнах митні збори становлять 30—40% таких надходжень [6]. Щоб частково компенсувати цей ефект, потрібно реформувати податкову систему і забезпечити таким чином ефективніше надходження податків від збільшення економічної активності, пов'язаної зі вступом до СОТ. Нормальною слід вважати ситуацію, коли лівова частка надходжень до бюджету має податкове, а не митне походження. Необхідною є також реформа митної системи, метою якої має бути боротьба з контрабандою та корупцією. Якщо брати мито з усіх без винятку імпортованих товарів, які, згідно закону, мають ним обкладатися, то зменшення надходжень не буде таким радикальним. Слід також зауважити, що заміна квот, які заборонені в СОТ, на митні тарифи може збільшити тарифну базу і за умови ретельного їхнього збору підвищити надходження у держбюджет.

На сьогоднішній день із впевненістю можна сказати, що Україна вже має ринкову економіку, але вона є поки ще недосконалою й не має цілої низки притаманних розвиненому ринку елементів (розвиненого фінансового ринку, страхового ринку тощо). Наша країна має розв'язувати завдання, яке можна умовно назвати «потрійною модернізацією» — модернізація виробничої бази (виробничих потужностей і технологій), регуляторного середовища й економічної культури. Головним вектором такої «потрійної модернізації» повинне бути підвищення конкурентоспроможності України в глобальній економіці. Саме ідея конкурентоспроможності

має визначати національну ідею, а розуміння необхідності «потрійної модернізації» — скласти основу громадського й політичного консенсусу стосовно стратегії розвитку країни. Інструментами розв'язання першого завдання — модернізації виробничої бази — є реструктуризація підприємств і інвестиції. Причому в цьому повинні бути зацікавлені передусім самі бізнесмени. Що стосується другого завдання — то тут з одного боку, приєднання до СОТ — це запровадження в національному регуляторному середовищі нормальних норм і правил, тобто СОТ є інструментом регуляторної модернізації. З іншого боку, на сьогоднішній день ми спостерігаємо своєрідний парадокс — українська економіка характеризується досить високим ступенем відкритості, але при цьому в країні досить сильні протекціоністські настрої, в основі яких лежить лобіювання своїх інтересів окремими підприємствами й секторами економіки. Міжнародна конкуренція розглядається з позицій окремих секторів, тоді як про споживача забувають. Але при цьому ніхто офіційно не висловлюється проти вступу України до СОТ. Такий прихований галузевий лобізм став, без перебільшення, реальною загрозою економічному зростанню країни й добробуту суспільства.

Аргумент про необхідність захищати національного виробника належить до розряду вічних проблем. Але в цьому зв'язку завжди виникає запитання: чому ніхто й ніколи, приміром, у парламенті, не порушує питання про ефективність тих чи інших заходів підтримки національного виробника, про те, що ці гроші можна використовувати в альтернативних цілях не менш ефективно. На сьогоднішній день Україна найбільше зацікавлена у виробленні чітких правил і механізмів надання державної допомоги, що передбачали б відповідальність одержувачів такої допомоги за її ефективне використання. У цьому контексті держава не повинна загравати з бізнесом, бо в протилежному разі саме бізнес «захоплює» державу, і вона стає засобом реалізації його інтересів, які не збігаються з інтересами суспільства та країни.

Галузевий лобізм є достатньо позитивним явищем, але при цьому набагато небезпечніше інше явище - зробити вступ до СОТ розмінною картою в вирішенні внутрішньополітичних питань або проблем у відносинах з іншими країнами, наприклад, із Росією. Кожна країна вступала до СОТ своєрідно, тому говорити про певний досвід, який можна було б використовувати, досить важко. Проте всі держави на чільне місце ставили національні економічні інтереси й не робили вступ до СОТ предметом вульгарного внутрішньополітичного торгу.

Що стосується третьої складової модернізації, то йдеться про необхідність не лише встановлення певних правил, а й оволодіння всіма верствами суспільства ідеєю постійного та неухильного дотримання закону, яка поки ще не вкоренилася в душі як представників державної влади, так і серед ділових кіл. Навчитися грати за правилами СОТ можна, лише запровадивши ці правила в наше життя та перебуваючи в системі СОТ. Рух у бік СОТ (причому реальний рух без зволікань і «спотикань» з української сторони) може стати одним із дуже важливих інструментів відновлення довіри до української економічної політики на світовій арені.

Висновок. Отже, членство в СОТ несе багато переваг для України, хоча є й певні ризики. Вони пов'язані з необхідністю переходу фінансового та людського капіталу з економічно невідгдних та неконкурентоспроможних галузей у нові, більш прибуткові, сфери. Для мінімізації цих можливих негативних наслідків необхідно, зокрема, покращити мобільність ресурсів. У будь-якому разі держава має докласти всіх зусиль до того, щоб зменшити витрати на трансформації, здійснювані в короткостроковому періоді. Членство в СОТ передбачає однозначні переваги у довгостроковому періоді, але не можна допустити їхнього нівелювання через короткострокові труднощі, пов'язані з адаптацією національної економіки до відкритої конкуренції. Звідси вимога до поліпшення мобільності капіталу і трудових ресурсів, у тому числі горизонтальної (географічної) і особливо — вертикальної (професійної). Таким чином країна отримує можливість для додаткового нагромадження людського капіталу, посилення внутрішньокорпоративної мобільності — здатності підприємств до інновацій і гнучкості у зміні організаційних структур. Також зростатиме інформаційна мобільність — необхідна умова для зниження трансакційних витрат на ринку продукції, праці та капіталу. Нам доведеться вживати заходів і до підвищення інших видів мобільності, що також позитивно позначиться як на структурі економіки, так і на її ефективності. Але найголовніший висновок полягає в тому, що переваги для України від членства в СОТ у першу чергу залежать від нас самих: від швидкості наших дій при адаптації до правил світової економіки, при здійсненні внутрішніх реформ, від професіоналізму персоналу та службовців, знання та використання правил СОТ.

Література

1. <http://eu.prostir.ua>
2. <http://www.ucipr.kiev.ua>
3. www.viznuk.com.ua
4. www.pravda.com.ua/news/2008
5. www.dt.ua/
6. <http://wto.in.ua/>

Надійшла 16.04.2008 р.

ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ СВІТОВОГО НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ

В статті розглянуті основні напрямки розвитку науки і техніки України, особливості і проблеми розробки, впровадження і виробництва високотехнологічної продукції. Приведені характерні риси наукоємких галузей, підприємств, продукції. Проаналізовані пріоритетні напрямки розвитку інтеграційних процесів, державна підтримка. Висвітлені проблеми впровадження інновацій, інтеграції країни в сфері інформаційних технологій.

В зв'язку з посиленням інтеграційних процесів вимоги до інновацій і до ролі інформаційних технологій в роботі підприємства посилюються, але на сьогоднішній момент науково-технічний потенціал України в певній мірі залишається незатребуваним. В статті розкриті проблеми використання науково-технічних інновацій на сучасному етапі, а також питання фінансування діяльності підприємств і ролі держави в цих процесах.

Основною умовою досягнення довготривалих, позитивних темпів економічного зростання, як реального сектора економіки, так і окремих підприємств, є активна інноваційна та інвестиційна діяльність. Інноваційний розвиток вимагає необхідного інвестування, в той час як стимулювання інвестиційної діяльності має розглядатися в контексті загального інноваційного вектора стратегічного розвитку держави. Інвестиції в галузі неінноваційного характеру, враховуючи їх більш високу рентабельність, приватний сектор забезпечить самостійно, а інноваційно спрямовані галузі потребують більшої уваги з боку держави. На необхідності формування чіткої державної політики у сфері інновацій та інвестицій наголошують зарубіжні та вітчизняні вчені. Питання науково-методичних основ державного регулювання інвестиційної та інноваційної діяльності досліджується в роботах В.М.Гейця, М.Данько, Л.А.Жаліло, А.К.Кінаха, В.Мартиненка, А.С.Музиченка, М.І.Крупки, Б.Санто, О.Ф.Уткіна та інших [1]. У сучасних умовах кожне підприємство зацікавлене в забезпеченні конкурентних переваг за рахунок технологічного рівня виробництва продукції, а тому самостійно намагається забезпечувати динамічний його розвиток. Однак самостійно підтримувати необхідні темпи розвитку технологій більшість українських підприємств не в змозі з наступних причин:

1. Розрив між технологічним станом розвинених країн світу та України (окрім окремих галузей: літакобудування, суднобудування, космічні технології) є досить істотним, оскільки економіка держави, яка після розвалу СРСР децю пододала кризові явища, знаходиться в ролі «наздоганяючої» і не має достатніх інвестиційних ресурсів, а «технологічну прірву» складно подолати навіть фінансово забезпеченій системі.

2. Збитковість підприємств. За результатами 2006 року 39,3% підприємств промисловості стали збитковими, а загальний обсяг фінансового результату до оподаткування склав усього 21103,1 млн грн. Самостійно забезпечити достатній рівень фінансування науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) окремо взяте підприємство не в змозі.

3. Більшість українських підприємств знаходяться на етапі структурної перебудови та пошуку шляхів підвищення продуктивності виробництва і поліпшення конкурентоспроможності продукції.

4. Підприємство є складовою частиною системи коопераційних зв'язків, а отже, не одне, а вже ряд підприємств технологічного ланцюга потребують забезпечення та узгодження інноваційного розвитку.

5. Конкурувати з іноземними підприємствами за умов отримання ними різноманітної допомоги з боку держави фактично неможливо - необхідна чітка стратегія ліквідації відставання в інноваційній сфері. Роль держави в розвинутих країнах світу полягає у використанні цілого ряду форм стимулювання розвитку виробництва, експорту, інноваційної діяльності. Наразі для мінімізації присутності іноземних конкурентів на внутрішньому ринку потрібна політика протекціонізму.

6. Існує об'єктивна проблема спрямування ринкового механізму розвитку на інноваційний шлях. Зважаючи на той факт, що ринкові відносини в Україні перебувають у стадії становлення, виникає необхідність налагодження системи відбору ефективних інноваційних проектів відповідно до загальнонаціональної стратегії [2].

Отже, що ж являє собою державна інноваційно-інвестиційна політика? Це діяльність держави, спрямована на створення сприятливих нормативно-правових та економічних умов для інвестицій взагалі й інвестицій в інновації, стимулювання процесу формування інвестиційних умов для інноваційного розвитку, а також формування ринку інновацій та інвестицій.

Інноваційно-інвестиційна політика держави повинна бути спрямована на забезпечення зростання обсягів капіталовкладень у сферу впровадження інноваційних технологій.

Держава, використовуючи певні механізми, має забезпечити умови для формування та стимулювання розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності насамперед через створення позитивного інвестиційного клімату внаслідок поліпшення загального міжнародного іміджу країни.

Вплив держави має здійснюватися шляхом застосування системи організаційно-інформаційних заходів

та фінансової підтримки, а саме розробки нормативно-правової бази інноваційно-інвестиційної діяльності; розробки стратегічної програми розвитку; визначення оптимального рівня частки державної власності; формування реальних джерел фінансування науки, освіти та інших.

Стратегічна програма розвитку національної економіки, спрямована на пріоритетність інноваційного розвитку, може передбачати: податкові пільги для інноваційних секторів економіки; надання їм субсидій. А враховуючи фінансові проблеми трансформаційної економіки, не слід забувати, що всі зазначені та інші заходи повинні бути стратегічно зорієнтовані. Однак дотепер прямого стимулювання не лише інвестицій в інновації, а й капітальних інвестицій з боку держави практично не було, і саме цей момент є найбільш слабким місцем в інноваційно-інвестиційній політиці держави. У закордонній практиці для стимулювання капітальних інвестицій застосовуються переважно податкові і кредитні важелі регулювання. В Україні в 90-х роках урядом було розроблено декілька спеціальних програм, спрямованих на поживлення вугільного та сталеливарного секторів, у той час як машинобудування та електроніка страждали від нестачі інвестицій. Податкові пільги та державні субсидії, що направляються державою в паливно-енергетичний та металургійний комплекси, не сприяють вирівнюванню галузевої структури економіки відповідно до критерію інноваційності. Той факт, що ці галузі не належать державі, а перебувають у приватній власності, не дає змогу державі трансформувати прибутки цих галузей у інвестиції інноваційно спрямованих видів діяльності. В країні склалась ситуація, коли за рахунок посиленого податкового тягара на певні галузі економіки (харчову і легку промисловість, машинобудування) державні субсидії отримують галузі сировинного напрямку. Крім того, реструктуризації промисловості часто перешкоджає популістська позиція уряду, який, втручаючись у суперечки між акціонерами підприємств, призводив до того, що підприємства виявлялись не в змозі здійснювати програми модернізації та технологічного оновлення.

Оцінюючи фінансовий потенціал держави щодо забезпечення розвитку економіки та впровадження інновацій у виробництво, слід констатувати: в Україні існує протиріччя між можливостями та необхідністю здійснення інновацій як на рівні окремих підприємств, так і держави. Питома вага витрат на фундаментальні дослідження і сприяння НТП в загальній сумі видатків Зведеного бюджету України, за даними 2005-2006 років, не перевищувала 2%, а в структурі ВВП менше 1%. І це тоді, коли в розвинутих країнах світу цей показник перевищує 2%, а стратегічною метою, наприклад, країн ЄС є доведення цього показника до 3% ВВП в 2010 році.

Як джерело фінансування Державного бюджету України (в тому числі фінансування дефіциту) використовуються надходження від приватизації державного майна. Питома вага цих находжень з урахуванням усіх доходів складає дещо більше 4%. У зв'язку з проголошенням в Україні курсу на розвиток інноваційної економіки передбачалось не менше 25% коштів, отриманих від приватизації державного майна направляти на інноваційне інвестування казенних підприємств, у яких частка державної власності сягає 50%, однак реально ці кошти не йдуть за цільовим призначенням, а покривають дефіцит бюджету.

Важливою складовою реалізації державної політики, спрямованої на інвестування, є використання механізму створення вільних економічних зон. Враховуючи необхідність інноваційного спрямування економіки України, це повинні бути технопарки інтелектуального типу. Негативний вплив, на нашу думку, мало також те, що згідно із Законом України про Державний бюджет України в 2004 році було запроваджено мораторій на створення нових і розширення діючих спеціальних (вільних) економічних зон та встановлення спеціальних режимів інвестиційної діяльності на нових територіях, а також створення нових технологічних парків.

Державний бюджет України 2005 року взагалі скасував дії вільних економічних зон та територій із спеціальним режимом. Це свідчить про те, що держава обирає стратегію поступового переходу до інноваційної моделі розвитку, очікування дії мультиплікатора.

Звернемося до досвіду розвинутих країн та країн, що розвиваються. Основною умовою ефективного функціонування підприємства в країнах з розвинутою ринковою економікою є конкурентоспроможність і прибутковість продукції на світовому ринку. Цього можна досягнути, не лише забезпечуючи виробництво технологічно сучасної продукції, а, в умовах сьогоденної динаміки НТП, працюючи на випередження. Самостійно підприємствам це завдання не вирішити. А тому в розвинених країнах використовуються різні форми державної підтримки не лише стимулювання експорту та виробництва продукції, а й обміну технологіями. Так, в США створені і діють спеціальні комісії із проблем міжнародної конкурентоспроможності промисловості, національної економіки. За результатами позиціонування продукції виробництва США відбувається встановлення параметрів її невідповідності критеріям інноваційності та технологічності світового ринку. У Великобританії взагалі обмін нововведеннями між національними і закордонними фірмами регулює держава.

У той же час з боку держави посилюється контроль над експортом передових технологій, їх передачею (трансфертом). Вводячи обмеження на імпорт товарів, законодавство розвинутих країн передбачає пільги на придбання передових технологій для їх впровадження у виробництво [3].

Основою майбутніх інноваційних розробок є сьогодиншній рівень підтримки державою сфери науки.

Головним завданням підвищення сучасного рівня міжнародної конкурентоспроможності нашої держави стає забезпечення прискореного розвитку, передусім, у низці профільних науково- і техноємних галузей (аерокосмічна, виробництво нових матеріалів, окремі виробництва у фармацевтичній, електронній та електротехнічній промисловості), здатних ефективно конкурувати на міжнародних ринках і стати основою

високотехнологічного зростання.

Сучасний внутрішній ринок науково-технічної продукції характеризується: низьким рівнем попиту на інноваційні розробки серед суб'єктів підприємництва; неплатоспроможністю вітчизняних споживачів, які мають потребу у високотехнологічній продукції; недостатністю конкуренції з боку виробників та постачальників нової техніки та технологій тощо. Все це призводить до того, що інноваційна активність підприємств залишається досить низькою.

Факторами, що стримують ефективність інноваційної трансформації економіки, є [4]:

- неформованість на державному рівні і в регіонах належної інноваційної інфраструктури;
- відсутність ефективного механізму залучення до довгострокового фінансування інноваційних проєктів банківської системи;
- недостатня керованість інноваційними процесами на державному, обласному і територіальному рівнях;
- нерозвиненість ринкових механізмів розвитку науково-технічної сфери;
- неефективне використання існуючого науково-технічного потенціалу.

Завоювання ринкового лідерства завдяки створенню та впровадженню нової продукції в умовах постійних біфуркаційних (якісних) стрибків — це програма мінімум для підприємства, що може забезпечити лише нестійкі конкурентні переваги. Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на тривалу перспективу слід реалізовувати програму максимум — зі створення і впровадження продукції, що за своїми якостями мала б ознаки, характерні для продукції наступного якісного стрибка.

Серед найбільш інноваційно активних та інвестиційно привабливих на внутрішньому ринку України є харчова промисловість, будівництво і нерухомість, торгівля, інформаційні технології, мінеральна промисловість, телекомунікації та металургія.

Стратегія прискорення їх інноваційного розвитку ґрунтується на системному використанні таких принципів [5]:

1. *Підвищення вартості інтелектуального капіталу.*
2. *Принцип інноваційної тотальності.* До інноваційного процесу на виробництві необхідно залучити якомога більшу кількість співробітників. Тільки так можна досягти високої інноваційності виробництва, що забезпечить його високу конкурентоспроможність.
3. *Принцип інноваційної відкритості* полягає в тому, що треба вивчати і впроваджувати інноваційні пропозиції не тільки співробітників свого підприємства, а й ті, що надходять ззовні, тобто від інноваторів, які не працюють на виробництві.
4. *Принцип збереження та постійного моніторингу інноваційних пропозицій* означає, що всі пропозиції співробітників і сторонніх інноваторів підлягають відповідній експертизі на корисність для підприємства і можливість запровадження в практичну діяльність. Будь-яку пропозицію слід певний час зберігати на підприємстві незалежно від позитивного чи негативного результату її оцінки тому, що пропозиція, що не знадобилася підприємству сьогодні, завтра може виявитися дуже корисною.
5. *Принцип надання адекватної матеріальної винагороди інноваторам.*
6. *Принцип стимулювання інноваційної діяльності* полягає в тому, що на підприємстві необхідно створити системи матеріального та морального заохочення інноваторів.
7. *Принцип інноваційної елітарності* передбачає формування на підприємстві групи інноваторів, що на засадах інноваційного змагання дають найкращі науково-технічні результати. Ця група являє собою інноваційну еліту підприємства, тобто його «золотий фонд» і один з найважливіших конкурентних ресурсів. Втрата кожного представника інноваційної еліти як правило призводить до значних втрат у його конкурентоспроможності. Необхідно створити найкомфортніші умови для плідної діяльності інноваційної еліти та передбачити для неї економічні, соціальні й моральні привілеї, які б з одного боку стимулювали найефективнішу інноваційну діяльність, а з іншого — міцно «прив'язували» працівників до свого підприємства, бо звільнення з нього означає втрату всіх привілеїв.
8. *Принцип інноваційного кооперування.*

Ілюстрацію вищесказаного можна представити у вигляді наступних даних (табл. 1, 2).

Щодо ринку інформаційних технологій, то він розвивається по двом пріоритетним напрямках. Перший — системна інтеграція і виробництво комп'ютерної техніки, другий (8-9% за обсягом в грошах) — програмування та спеціалізовані інформаційні послуги. Згідно узагальненим даним, в 2007 році сукупний об'єм ринку склав \$2,4-2,5 млрд., а ріст — 15-17%. Головна проблема для інвестора — необхідність високого інтелектуального потенціалу як спеціалістів, так і менеджерів.

Офшорним програмуванням в країні зайняті майже 300 компаній, лідерів ринку близько десятку («Мірасофт», Miratech, SoftLine, SoftServe, Infopulse, Telesens KSCS та ін.).

Розвиток Інтернету зробив інвестиційно привабливими раніше такі малопомітні сегменти, як комп'ютерні сховища даних. Ріст числа користувачів і підвищення технічних вимог створюють додатковий попит на комп'ютерну техніку.

Сукупний ріст продажу комп'ютерів за останні роки складає 20-30%, а об'єм ринку (в 2006 році) — близько 1,2-1,3 млн. шт. (стаціонарних комп'ютерів). При цьому ринок досить конкурентний — частка п'яти компаній-лідерів («Навігатор», K-Trade, «Фокстрот ІТ», «Інком», МКС) не перевищує 20%. До 70% ринку

знаходиться у дрібних регіональних гравців, які посилюють конкуренцію.

Таблиця 1

Інвестиційна оцінка суб'єктів господарювання харчової промисловості в Україні станом на 1.01.2008 рік

Об'єкт продажу	Ціна, \$ млн.	Суб'єкт купівлі
<i>М'ясна промисловість</i>		
"Оріль-Лідер"	88	
"Курганський бойлер"	30	
"Росан-Агро"	16	PKM Duda (Польща)
<i>Переробка овочів та фруктів</i>		
"Сандора"	758	Pepsi
<i>Масложирова промисловість</i>		
"Євротек" (Харків)	100	"Кернер-Трейд"
Меловський завод рафінованих масел	20	"Кернер-Трейд"
<i>Молочна промисловість</i>		
"Фанні"	40-45	Lactalis Group (Бельгія)
"Шостка"	50	Bel Group (Франція)
"Клуб сиру"	197	"Ренессанс Капітал" (Росія)
<i>Хлібобулочна промисловість</i>		
"Хлібокомбінат №2" (Полтава)	3	
"Хлібокомбінат №4" (Миколаїв)	1,3	
<i>Кондитерська промисловість</i>		
"Кондфіл" (Хмельницький)	4	
<i>Безалкогольний ринок</i>		
"Аква-Еко" (ТМ "Трускавецька")	10	
"Росинка"	60-65	Orangina Group (Франція)
<i>Виноробна промисловість</i>		
Київський завод шампанських вин "Столичний"	14	Henkell & Sohnlein (Германія-Австрія)

Примітка. Складено за даними [6].

Таблиця 2

Інвестиційна оцінка суб'єктів господарювання будівництва та нерухомості в Україні станом на 1.01.2008 рік

Об'єкт продажу	Ціна, \$ млн.	Суб'єкт купівлі
Броварський завод будівельних конструкцій	6	
ОАО "Днепроспецстрой"	1	
"Таврида-Плаза"	5,6 млн. грн.	TMM
Бізнес-центр "Леонардо"	80	Quinn Group (Ірландія)
Універмаг "Україна"	59	
Торговий центр "Піраміда"	25	Британія
Торговий центр "Квадрат" (вул. Гната Юри)	8	
Універмаг "Дарниця"	4	
"Глобус"	200	London & Rgional Properties (Ірландія)
Бізнес-центр "Подол-Плаза"	50	London & Rgional Properties (Ірландія)
Бізнес-центр "Айсберг"	150	ІПГ "Євразія-Україна"
"Амбасадор-2"	55	ІПГ "Євразія-Україна"
ЗАО "Мандарин-Плаза" (бізнес-центр "Парус" і торгово-офісний центр "Мандарин-Плаза")	500	Heritage Properties International (Швеція)

Примітка. Складено за даними [6].

Відбувається значний ріст продаж ноутбуків – 13% в штуках і 95% в грошах за перше півріччя 2007 року. Зараз ноутбуком являється кожний четвертий комп'ютер, який продається в країні. При цьому ряд проектів по виробництву ПК в Україні («Квасар-Мікро», і Hewlett-Packard) були нещодавно закриті. Проте

намагаються розвивати бізнес середні за величиною учасники ринку. Так, в кінці минулого року компанія АМІ запустила в Донецьку фабрику по конвеєрному складанню персональних комп'ютерів потужністю 120 тис. шт. в год. Модернізація і розширення потужностей обійшлися в 1 млн. євро, а очікуваний термін окупності – чотири роки [6].

Отже, можна зробити висновок, що на сьогоднішній день Україна володіє інвестиційно привабливими об'єктами господарювання та має потенціал до подальшого розширення.

Стратегічною метою інноваційно-інвестиційної політики України повинно стати забезпечення позитивної економічної динаміки за рахунок використання комплексу «інвестиції-інновації», формування внутрішніх інноваційно-інвестиційних механізмів саморозвитку національної економіки. Виходячи із зазначеної мети, обґрунтовуємо зміст завдань політики, які потребують першочергового та перспективного вирішення.

До першочергових завдань слід віднести:

- створення сприятливого інвестиційного клімату та простих правил «гри»;
- створення умов для нарощування внутрішніх інвестиційних ресурсів;
- стимулювання припливу іноземних інвестицій;
- стимулювання розвитку науки і освіти.

Виконання цих завдань створить умови для вирішення і перспективних завдань:

- створення нових робочих місць та підвищення технологічного рівня існуючих;
- удосконалення галузевої структури господарства в напрямку розвитку інноваційних виробництв;
- зміна структури зайнятості населення;
- забезпечення стійких темпів економічного зростання;
- перехід до інноваційно-інвестиційної моделі розвитку.

Реалізація завдань державної інноваційно-інвестиційної політики на практиці залежить перш за все від чіткості та зрозумілості її принципів. Обґрунтуємо принципи ефективної інноваційно-інвестиційної політики держави.

1. Принцип системності - передбачає розробку і забезпечення реалізації механізмів активізації одночасно інноваційної та інвестиційної діяльності.

2. Принцип наступності - активізація інноваційної та інвестиційної діяльності повинна відбуватись з урахуванням перспектив розвитку галузевої структури економіки.

3. Принцип ефективності - регламентує необхідність здійснення заходів державної підтримки підприємницьких структур лише за умови досягнення позитивного економічного ефекту.

4. Принцип пріоритетності - передбачає ранжування інноваційних проектів за критерієм перспективності та прибутковості при включенні їх до програм державної фінансової підтримки.

5. Принцип наукової обґрунтованості - формування інноваційно-інвестиційної системи є процесом довготривалим, а відтак будь-які заходи, що реалізує держава, повинні бути науково обґрунтованими та прорахованими на перспективу.

6. Принцип інтегрованості - передбачає визначення та виробництво тих інноваційних продуктів, з якими є ймовірність освоєння якщо не ринків, то «ніш» збуту, де є мінімальна конкуренція і відносно високий потенціал вітчизняного інноваційно-інвестиційного комплексу [3].

Удосконалення державної системи підтримки й стимулювання розвитку інноваційного потенціалу країни, яка повинна враховувати накопичений міжнародний досвід і бути орієнтованою на здешевлення доступу до ресурсів розвитку, забезпечення сучасної інфраструктури, що базується на новітніх інформаційних технологіях, утворення бізнес-середовища, сприятливого для посилення експортної експансії національних виробників [4].

В сьогоднішніх умовах інноваційно-інвестиційна політика держави повинна бути спрямована на поступове формування дієздатного інноваційно-інвестиційного комплексу, розширення його меж на все більше число галузей господарства України. Складність реалізації інноваційно-інвестиційної політики держави полягає в тому, що швидких та узгоджених змін потребують фактично усі механізми державного управління інноваційно-інвестиційним комплексом. Важливість формування та реалізації механізмів державної інноваційно-інвестиційної політики зумовлюється посиленням інтеграційних інтересів України. При цьому не слід забувати: інтеграція можлива та взаємовигідна тоді, коли країна, що інтегрує, відповідає критеріям та вимогам тієї системи, з якою посилюється взаємодія. Ці критерії стосуються найрізноманітніших аспектів функціонування господарства і, перш за все, інноваційно-інвестиційного комплексу. Наприклад, країни Європейського Союзу створили європейське інноваційне табло зі сформованими категоріями та індикаторами, які згруповані за наступними напрямками: - людські ресурси (дипломовані фахівці з науково-технічною освітою; населення з освітою, вищою за середню; зайнятість у середньо- та високотехнологічному виробництві; зайнятість у високотехнологічному сервісі);

- створення нових знань (загальні бюджетні витрати на дослідження і розробки; витрати бізнесу на дослідження і розробки; високотехнологічні патентні заявки);
- передавання і застосування знань (малі і середні інноваційні підприємства в промисловості, в сфері послуг; витрати на інновації у виробництві, витрати на інновації в сфері послуг);
- фінансування інновацій (частка інвестицій у високотехнологічний венчурний капітал; частка

венчурного капіталу на ранніх стадіях у ВВП; продаж нових ринкових продуктів; витрати на інформаційно-комунікаційні технології) [2].

Отже, в сучасних умовах відповідність національної економіки критеріям світогосподарської системи означає в першу чергу інноваційність на основі достатнього інвестиційного забезпечення, а не лише високий рівень доходів та життя населення, стабільні темпи економічного зростання.

Література

1. Войтко С. В., Герасимчук В. И., Левацкая Т. В. Научно-технические инновации как фактор развития экономики Украины // Весник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия экономика и финансы. Вып. 2. (6). Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2004. – С. 254-257.
2. Проблеми та пріоритети формування інноваційної моделі розвитку економіки України. Жаліло Я. А., Архієреєв С. І., Базилюк Я. Б. та ін. – К., 2006.
3. www.intellect.org.ua – Мережа аналітичних центрів України.
4. Кіктенко О. В. Механізми державного регулювання інноваційного розвитку національної економіки України // Фондовий ринок. – 2007. - № 5. – С. 32-36.
5. Галиця І. О. Концептуальні підходи до стратегії інноваційного розвитку суб'єктів господарювання // Проблеми науки. – 2006. - № 8. – С. 14-20.
6. Спецпроект. Инвестиционный прогноз 2008 // Комп&шон. – 2008. - № 4(572) 25 января – 1 февраля 2008. – С. 24-51.

Надійшла 02.04.2008 р.

УДК 330.322 + 330.341.1

Л. В. КИРИК, С. Б. КАТАЄВА
ПВНЗ «Університет економіки і підприємництва»

ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНУ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО ФОРМУВАННЯ

Досліджується інвестиційно-інноваційний потенціал Хмельницького регіону, здійснюється аналіз факторів та джерел формування інвестиційного клімату регіону, можливості підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Розвиток інноваційної сфери є глобальним питанням для будь якого регіону та країни в цілому, адже впровадження інноваційних проектів, їх розвиток, випуск якісної продукції, за рахунок залучення новітніх технологій, сприяє підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Підвищення якості випуску продукції, постійне оновлення існуючого обладнання сприяє залученню вітчизняних та іноземних інвестицій.

Активізації інноваційної діяльності кожного регіону призведе до подолання сучасних проблем у виробництві, які значною мірою залежать від спрямованої на випуск якісної високотехнологічної продукції, конкурентоспроможної як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, переорієнтацію виробничого потенціалу на створення конкурентоспроможних промислових виробництв, розвиток яких залежить від рівня сприйнятливості підприємств до нововведень [3].

Формування інвестиційного середовища регіону безумовно залежить від багатьох факторів та чинників, які формують інвестиційний клімат регіону який відображає сукупність політичних, економічних, соціальних та правових умов. На основі оцінки інвестиційного клімату визначається інвестиційна привабливість регіону, держави. В свою чергу інвестиційна привабливість характеризує перспективність розвитку регіону, дохідність інвестицій, інвестиційні ризики, межу отримання прибутків, досягнення інвестиційних завдань тощо. Дослідження кожного із зазначених факторів дає можливість скласти цілісну картину інвестиційної привабливості регіону, яка неможлива без активного розвитку інноваційної діяльності.

В умовах ринкової економіки для ефективного економічного розвитку регіону є забезпечення сприятливого клімату для залучення інвестицій у господарську систему, розвиток за рахунок цього інноваційного сектора. Даним проблемам присвячені наукові роботи вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких: Уланчук В. С., Жарун О. В., Пересада А. А., Майорова Т. В., Хрущ Н. А., Буткевич С. А., Мельник О. М., Бурдейний Т. О., Герасимчук З. В., Ковальська Л. Л. та ін. Аналіз даної проблеми свідчить, що інвестиційно-інноваційний потенціал є стрижневим елементом формування конкурентних переваг регіону. Питання ефективного використання джерел формування інвестиційно-інноваційного потенціалу регіону є досить актуальним та важливим для зміни складної ситуації, яка склалася в Україні.

Соціально-економічний розвиток України сьогодні може бути збалансованим та ефективним лише за умов формування в перехідній економіці сучасних фінансових інструментів реалізації загальнодержавних цілей в інноваційній сфері з, орієнтацією на інтегральний потенціал регіонів країни, рівень їх економічного та соціального розвитку, геополітичне становище, екологічну і демографічну ситуацію.

Інноваційний потенціал має виняткове значення для закріплення стабілізаційних тенденцій в економіці, для підвищення привабливості для іноземних інвесторів, виявлення ролі і місця регіонів України в подоланні технологічної відсталості та впровадження новітніх науково-технічних досягнень [1]. Дослідження інвестиційно-інноваційного потенціалу не можливе без врахування різноманітних чинників та факторів, які стимулюють чи гальмують даний процес, тому варто визначити фінансово-економічні фактори і резерви підвищення інвестиційної привабливості до яких відносять: підвищення ефективності використання та освоєння основних фондів на підприємстві; зростання ефективності використання оборотних коштів; підвищення ліквідності, фінансової стійкості платоспроможності підприємства; удосконалення управління прибутком підприємства; запровадження маркетингових заходів; підвищення ефективності управління ціноутворенням на продукцію підприємства; впровадження моніторингу цін на сировину та комплектуючі вироби; зростання ефективності діяльності підприємства за рахунок впровадження екологічно безпечного обладнання; управління якістю; підвищення ефективності використання соціальних ресурсів підприємства; підвищення якості роботи управлінського персоналу; розробка і впровадження прогресивних інформаційних систем на підприємстві; забезпечення доступності внутрішньої інформації; налагодження каналів надходження внутрішньої інформації.

Розглядаючи інвестиційно-інноваційну ситуацію Хмельницького регіону слід визначити, що вагомими факторами, що стримували інноваційну діяльність протягом трьох останніх років, перш за все, були нестача власних коштів (вказали 275 підприємств, або 86,5% промислових підприємств), недостатня фінансова підтримка з боку держави (228 підприємств, або 71,7%), великі витрати на нововведення (185 підприємств, або 58,2%), недосконалість законодавчої бази (157 підприємств, або 49,4%), високий економічний ризик (141 підприємство, або 44,3%), тривалий термін окупності нововведень (133 підприємства, або 41,8%) [4].

У 2004р. витрати на технологічні інновації становили 10805,0 тис.грн., або 0,3% загального обсягу витрат у промисловості (у 2003р., відповідно, 16883,4 тис.грн., або 0,7%), з яких 67,8% витрачено на здійснення продуктивних інновацій. Дві третини обсягу витрат на інноваційну діяльність припадає на машинобудівну галузь, 29,1% – на виробництво електроенергії, газу та води, 2,5% – виробництво інших неметалевих мінеральних виробів, 1,3% – на харчову промисловість. Зрозумілим є той факт, що серед регіонів більше коштів на нововведення витрачали підприємства міст: Хмельницького – 9584,8 тис.грн. (88,7% загального обсягу інноваційних витрат), Кам'янка-Подільського – 636,4 тис.грн. (5,9%), Старокостянтинова – 312,5 тис.грн. (2,9%), тобто ті міста, які спромоглися підтримати виробничі можливості і продовжити розвиток відлагодженої раніше діяльності.

Важливим фактором розвитку інвестиційно-інноваційного потенціалу є формування джерел фінансування технологічних інновацій, головним з яких в Хмельницькій області залишаються власні кошти підприємств. Порівняно з 2003р. їх частка у загальному обсязі фінансування інноваційних робіт збільшилась з 91,6% до 98,8%. За рахунок власних коштів в промисловості здійснювали нововведення 82,6% підприємств, а у таких галузях, як легка промисловість та виробництво і розподілення електроенергії, газу та води, а також у містах Кам'янка-Подільському, Старокостянтинові, Городоцькому, Дунаєвському, Красилівському районах – 100,0% підприємств.

Продовжується тенденція використання кредитів для розвитку інноваційної діяльності підприємств машинобудування, але в більшій мірі даною можливістю користуються підприємства приватної форми власності. У той же час фінансування інноваційних робіт, як і в попередні роки, з державного і місцевого бюджету є недостатнім.

Для будь-якого регіону кінцевим результатом інноваційної діяльності є, насамперед, розробка та впровадження нових виробничих процесів і створення та освоєння технологічно нової чи значно удосконаленої продукції, тому основним напрямком діяльності для більшості (78,9%) інноваційно активних підприємств Хмельницького регіону залишається створення та впровадження нової чи значно удосконаленої продукції (здійснення продуктивних інновацій), для порівняння слід відзначити, що у 2004р. підприємствами області освоєно виробництво 31 найменування інноваційної продукції, а у 2003р. – 72 найменування.

Понад 91% інноваційно активних підприємств (21), або кожне п'ятнадцяте працююче промислове підприємство поставляє на ринок нову продукцію. Із них у 4 підприємств частка інноваційної продукції склала понад 25%, у 5 – 10,1-25,0%. Найбільший обсяг реалізованої інноваційної продукції припадає на підприємства машинобудування (91,9 млн.грн., або 20,8% обсягу реалізованої промислової продукції галузі) та по виробництву інших неметалевих мінеральних виробів (46,7 млн.грн. і 8,3%), а також Красилівського району (56,0 млн.грн. і 39,0%) та міст Славути (25,9 млн.грн. і 13,1%), Старокостянтинова (5,5 млн.грн. і 6,6%) [4].

Обсяг інноваційної продукції, поставленої на експорт, становить 42,1 млн.грн. Його частка в загальному обсязі реалізованої інноваційної продукції зменшилась з 31,6% у 2003р. до 29,7% у 2004р. Більше половини нової продукції поставлено на експорт підприємствами по виробництву інших неметалевих мінеральних виробів – на 22,2 млн.грн. (ЗАТ “Славуцький комбінат “Будфарфор”, Старокостянтинівський завод залізобетонних шпал), підприємствами машинобудування – на 19,9 млн.грн. або 47,2% загального обсягу реалізованої продукції на експорт (Хмельницьке ВАТ “Укрелектроапарат”, Хмельницьке державне підприємство “Новатор”, ВАТ Хмельницький завод ковальсько-пресового устаткування “Пригма-Прес”).

Збільшення обсягу інноваційно активних підприємств прямо пропорційно залежить від збільшення обсягу джерел формування інвестиційного потенціалу регіону та країни в цілому. Як свідчить аналіз

статистичних джерел найбільшу частину від усіх джерел формування інвестиційного потенціалу регіону займають власні кошти підприємств та організацій України – 62,2 %, банківські кредити складають від загальної сукупності 13,3%, кошти місцевого та державного бюджетів – 8,7 %, а кошти іноземних інвесторів лише – 2,8 %, кошти вітчизняних інвестиційних компаній, фондів – 1,1%, інші джерела фінансування – 11,9% [2]. Вказані обсяги інвестування із згаданих джерел не є достатніми, і призводять до дефіциту інвестиційних ресурсів, що відповідно знижує інвестиційно-інноваційний потенціал регіонів

Проведена оцінка діяльності інвестиційно-інноваційної сфер вказує на те, що незважаючи на незначні масштаби інноваційної діяльності, слід зазначити, що інноваційні процеси позитивно впливають на діяльність промислових підприємств, які здійснюють інновації: 87,0% підприємств розширили асортимент продукції, майже три чверті підприємств зберегли і розширили традиційні ринки збуту, майже на кожному другому – підвищилася гнучкість виробництва, скоротилися енергетичні витрати або поліпшили умови праці, також кожне друге підприємство створило нові ринки збуту в Україні, майже третина за межами України. Також заходи, пов'язані з впровадженням інновацій, призвели до скорочення матеріальних витрат (у 39,1% інноваційно активних підприємств), зниження забруднення навколишнього середовища (34,8%), скорочення витрат на заробітну плату (13,0%). Для підвищення результатів даних показників слід розширити джерела фінансування та розробляти ефективні програми по рівномірному розподілу коштів між підприємствами виробничої сфери для збільшення конкурентоспроможності даних підприємств, що в свою чергу призведе до підвищення інвестиційної привабливості регіону, адже інноваційна сфера області поки що не стала привабливою для вітчизняних та іноземних інвесторів і кошти цих інвесторів не вкладалися в виробництво.

Висновки. Інновації є одним з основних факторів формування ефективності розвитку виробництва. Розв'язання проблеми нововведень вирішальною мірою визначається характером науково-технологічної і інноваційної політики держави, рівнем фінансування і надання пільг для розвитку науково-технічного прогресу в області. Для включення інноваційних факторів у процес соціально-економічного розвитку області повинна значно зрости питома вага коштів, що направляються на розвиток науки. Покращенню фінансування інновацій може сприяти звільнення від оподаткування частини прибутку підприємства, що спрямовується на розвиток інноваційних процесів, підвищення кваліфікації і перепідготовки кадрів, а також стимулювання створення спеціалізованих інноваційних банків.

Дослідження інноваційної діяльності регіону, а також досвід зарубіжних країн щодо державного регулювання інновацій дають змогу виробити певну стратегію формування інноваційної моделі розвитку шляхом застосування фінансово-кредитних та податкових важелів серед яких слід відзначити підвищення фінансової підтримки інноваційного бізнесу з боку держави, а саме налагодження системи податкових пільг, стимулювання державної політики прискореної амортизації, забезпечення державних гарантій в інвестиційних кредитах, що їх надають малому інноваційному підприємству, стимулювання спеціалізованих інститутів, надання пільгових позик підприємцям-новаторам, звільнення від оподаткування коштів, які спрямовуються у фонд кредитів малому інноваційному підприємству, а також забезпечення створення інноваційних фондів і сприяння організації та діяльності комерційних інноваційних банків, заохочення системи пільгового страхування ризиків інноваційного підприємства.

Література

1. Герасимчук З. В., Ковальська Л. Л. Значення інноваційно-інвестиційного потенціалу у формуванні конкурентних переваг регіону // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2007. – Випуск 3, том 2. – 189-193 с.
2. Герасимчук З. В., Ткачук В. Р. Джерела формування інвестиційного потенціалу регіону // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2007. – Випуск 3, том 2. – 169-176 с.
3. Гунський Б. В. Інвестиційні процеси в глобальному середовищі. – К.: Видавництво «Наукова думка», 1998. – 390 с.
4. Новожилова Н.О. Економічна доповідь: Інноваційна діяльність промислових підприємств Хмельницької області у 2004 році.
5. Хрущ Н. А. Інвестиційна діяльність: сучасні стратегії та технології. – Хмельницький: ХНУ, 2004. – 309 с.
6. Уланчук В. С., Жарун О. В. Формування інвестиційного клімату регіону // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2007. – Випуск 3, том 2. – 200-205 с.

Надійшла 13.04.2008 р.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Міжнародне співтовариство наприкінці ХХ століття ухвалило концепцію «стійкого розвитку», відповідно до якої головним критерієм прогресу є розвиток людини. Справжнє багатство людської цивілізації і кожної нації становлять люди, і тому розвиток має розширювати їхні можливості таким чином, щоб вони могли обирати для себе оптимальний спосіб життя, підвищувати його якість [1, 12-16с.].

Дж. Гелбрейт і Р. Хейлброннер стверджують, що основою економічного розвитку в постіндустріальному суспільстві є людина, а мета економічної системи – її всебічний розвиток. Ці погляди значною мірою збігаються з розробками К. Маркса, В. Вернадського. Так, в економічній моделі людини майбутнього К. Маркса зникає економічний примус до праці, вона стає вільною і творчою. Основними економічними потребами людини будуть власне вдосконалення, всебічний розвиток здібностей як самоціль, абсолютний вияв творчих обдарувань, максимальне подовження активного життя, всебічний розвиток усіх сутнісних сил [2].

В Україні усвідомлення значення концепції людського розвитку і доцільності використання його індикаторів для оцінки ефективності суспільного прогресу загалом почало формуватися на початку 90-х років ХХ століття. Ця ідея знайшла втілення в наукових працях відомих вітчизняних науковців, таких як С. Бандура, Н. Борецька, Е. Лібанова, В. Скуратівський, О. Палій, які стверджують, що саме людина та її розвиток мають стати метою суспільного розвитку. Останній має передбачати активні методи сприяння розвитку і створення умов для ефективної економічної діяльності кожної людини [3, 4, 5, 6].

Перспективи світової економіки в ХХІ столітті визначаються характером переходу країн до нового етапу розвитку продуктивних сил: від індустріальної стадії, де домінувало велике механізоване машинне виробництво, до постіндустріальної, де будуть переважати сфера послуг, наука, освіта. Людський капітал – основний ресурс постіндустріального суспільства, який визначає темпи економічного розвитку і науково-технічного прогресу кожної країни.

Зростаюче значення людського капіталу в наші дні пов'язане з посиленням ролі освіти в економічному розвитку і з серйозними змінами у взаємодії суб'єктивного і об'єктивного чинників виробництва [7].

Концепція людського розвитку трактує людський розвиток як мету та критерій суспільного прогресу, як засіб збільшення доходу, що набуває цінності лише тоді, коли реально впливає на добробут людей [4]. Людський розвиток визначається як процес зростання людських можливостей - людина має прожити довге життя, не хворіти, бути освіченою, користуватися політичними та економічними свободами, правами людини, суспільною повагою до особистості.

Серед основних напрямків дій щодо оптимізації зв'язку між економічним зростанням і людським розвитком у практичній політиці згідно зазначеної концепції такі:

- 1) збільшення інвестицій в освіту, охорону здоров'я, професійну підготовку, що сприятиме реалізації здібностей людини та її участі у виробництві та розподілі благ;
- 2) справедливий розподіл доходів і національного багатства, що забезпечуватиме матеріальну базу розвитку широких верств населення і протидіятиме концентрації ресурсів у нечисленних груп;
- 3) збалансованість соціальних витрат та зміцнення економічної бази соціальної сфери, диверсифікація джерел її фінансування;
- 4) розширення можливостей людей здійснювати свій вибір у політичній, соціальній та економічній сферах.

Людський розвиток може трактуватися і стосовно зростання здібностей людини, її спроможності досягати визначеної мети. Формування здібностей залежить від використання наявних економічних, соціальних та політичних можливостей, які надає соціальне і природне середовище, від доступності необхідних ресурсів тощо. Матеріальні ресурси є лише засобом людського розвитку, тоді як результат використання цих ресурсів, а саме сформовані людські здібності, є кінцевою метою.

Концепція людського розвитку визначає задоволення не тільки фізичних, а й духовних потреб людини. Розвиток означає постійне розширення можливостей для задоволення потреб. Важливою категорією концепції людського розвитку є також поняття "вибір", тобто існування широких можливостей реалізації власних здібностей кожною людиною за вільного вибору своїх цілей, максимального заохочення з боку держави - це основна ідея людського розвитку, яка значно ширше охоплює всі грані співіснування та співпраці людини і держави, ніж інші концепції соціально-економічного розвитку.

Теорія людського розвитку на макрорівні вбирає в себе такий ключовий аспект, як оцінка людського розвитку країни.

Концепція людського розвитку була розроблена Програмою розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) з метою сприяння людському розвитку у всесвітньому масштабі, на міжнародному рівні. З метою оцінки рівня людського розвитку країни у щорічних доповідях ПРООН використовується індекс людського розвитку (ІЛР) [8]. Методологія розрахунку індексу людського розвитку ПРООН ґрунтується на мінімальному

наборі показників, за якими можна зібрати достовірні дані в усіх країнах світу. Кожен з показників кількісно виражає один з ключових напрямів (вимірів) людського розвитку. Індекс людського розвитку акумулює в одному числовому показнику три складові: тривалість життя, письменність та охоплення навчанням, а також ВВП на душу населення.

У 1993-1994 рр. Україна за рівнем ІЛР посідала 45 місце у світі. Тривала економічна криза, яка призвела передусім до зменшення вдвічі виробництва валового внутрішнього продукту (ВВП) на душу населення та скорочення тривалості життя, зумовила в наступні роки зниження цього показника. У 1998 році Україна серед інших країн світу посіла лише 102 місце за рівнем ІЛР. Потім рейтинг України почав підвищуватись. За даними 2006 року, Україна за індексом людського розвитку посіла 77 місце і належить, відповідно до градації цієї структури, до держав із середнім рівнем людського розвитку.

Показник тривалості життя характеризує кількість років, яку може прожити новонароджений, якщо протягом його життя рівень смертності буде таким, як і на момент його народження.

У контексті демографічних аспектів людського розвитку потрібно звернути увагу на небезпечні тенденції скорочення в Україні тривалості життя у період з 1989-2006 рр. з 70,7 до 66 років, а також скорочення загальної чисельності населення України. Найбільшою чисельністю населення України була 1992 року — 52,22 млн. чол. на 1 січня, а до початку 2000 року вона скоротилась до 49,29 млн. (на 2,95 млн. чол.). За прогнозами у 2015 році чисельність населення України складатиме лише 43,3 млн.

Освітній компонент представлений в ІЛР двома показниками — письменність та валове охоплення навчанням. Показник письменності розраховується стосовно населення віком 15 років і більше й передбачає вміння читати й писати нескладні тексти. Показник охоплення навчанням характеризує відношення кількості тих, хто навчається, до чисельності тих вікових груп, які повинні цим навчанням охоплюватися. В Україні у період 2001-2006 рр. показник валового охоплення навчанням зріс з 76-78% до 85%, а показник письменності дещо зменшився з 99,6% до 99,4%. За значеннями цих показників Україна знаходиться на високому рівні.

З компонентів ІЛР Україна суттєво відстає за виробництвом ВВП на душу населення. У табл. 1 наведено дані про рівень показника ВВП у розрахунку на одну особу в Україні в динаміці з 1990 по 2005 рр.

Таблиця 1

Валовий внутрішній продукт у розрахунку на одну особу в Україні [за даними Державного комітету статистики України]

Роки	У фактичних цінах тис. крб.	Індекси фізичного обсягу	
		Відсотків до попереднього року	відсотків до 1990 року
1990	3	-	100
1991	6	91,1	91,1
1992	97	89,8	81,8
1993	2842	85,7	70,1
1994	23184	77,4	54,3
1995	105793	88,5	48,0
	грн.	відсотків до попереднього року	відсотків до 1990 року
1996	1595	90,7	43,6
1997	1842	97,8	42,6
1998	2040	98,8	42,1
1999	2614	100,6	42,3
2000	3436	106,7	45,2
2001	4195	111,1	50,2
2002	4685	106,3	53,4
2003	5591	110,5	59,0
2004	7273	113,0	66,6
2005	9372	103,5	69,0
2006	11492	122,6	84,6

Як свідчать дані табл.1, одна з основних причин низького рівня ІЛР – стрімке зниження рівня ВВП у період з 1990-1999 рр. Величина ВВП в розрахунку на одну особу починаючи з 2000 року постійно підвищується, але незважаючи на це залишається на нижчому рівні, ніж у 1990 році. Низький рівень ВВП в Україні значною мірою обумовлює погіршення тривалості життя та освіти.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямку.

Концепція людського розвитку, що сформувалась протягом останніх десятиріч, розглядає розвиток людини як основну мету і критерій суспільного прогресу.

Нова соціальна політика України має формуватися з урахуванням не тільки реалій трансформаційного процесу й особливостей ринкової економіки, а передусім виходячи з принципів концепції людського розвитку, його цілей і критеріїв оцінки.

Дослідження свідчить, що активізація творчого потенціалу людини, розвиток висококваліфікованої

робочої сили є найефективнішим способом досягнення економічного зростання. Людський капітал є "найціннішим ресурсом, набагато важливішим, ніж природні ресурси або накопичене багатство... Саме людський капітал, а не заводи, обладнання і виробничі запаси є наріжним каменем конкурентоспроможності, економічного зростання й ефективності" [9].

Для кількісної характеристики людського розвитку у світовій практиці застосовують індекс людського розвитку, який розроблений в межах Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй. Він базується на наступних показниках: тривалість життя, рівень освіти, рівень життя (ВВП на душу населення).

Економіка і рівень інвестицій в людський капітал є взаємообумовленими елементами соціальної системи. Саме людський розвиток в умовах переходу до постіндустріального суспільства виступає найважливішим чинником відтворення національного багатства і його необхідним елементом. Таким чином, важливою проблемою формування економіки із стійкими темпами розвитку залишається ефективність інвестицій в людський капітал, які нині є значущою детермінантою економічного зростання, рівня і якості життя населення.

Аналіз показників, які є основою для визначення ІЛР, дозволяє виявити наступні проблеми людського розвитку України: зменшення чисельності населення країни; зменшення тривалості життя; низький рівень ВВП в розрахунку на одну особу.

Динамічний характер ринкових процесів, зниження рівня життя населення України вимагають подальшого теоретичного осмислення концепції людського розвитку і розробки практичних заходів щодо підвищення людського потенціалу на макро- і мікрорівнях.

Література

1. Развитие человека — возможность выбора образа жизни // Отчет ПРООН. 2001. — 157 с.
2. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 2 / Редкол.: ... С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. — К.: Видавничий центр «Академія», 2001. — 848 с.
3. Борецька Н. П. Соціальний захист населення на сучасному етапі: стан і проблеми. - Донецьк, 2001.
4. Лібанова Е. Л. Ринок праці та соціальний захист. - К., 2004. - С. 11.
5. Соціальні пріоритети ринку праці: методологія, практика, шляхи забезпечення / За ред. С.І.Бандури. - К., 2001.
6. Скуратівський В.А., Палій О.М. Основи соціальної політики: Навч. посіб. - К.: МАУП, 2002. - 200 с.
7. В.Щетинин. Человеческий и вещественный капитал: общность и различие // МЕ и МО. 2003. № 8, С.55-61.
8. Доклад о развитии человека 2006. Что кроется за нехваткой воды: власть, бедность и глобальный кризис водных ресурсов / Пер. с англ. — М.: Издательство «Весь мир», 2006. — 440с.
9. Грішнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки.- К.: Знання, 2001.- 254 с.
10. Державний комітет статистики України. Статистичний щорічник України за 2006 рік. За редакцією Осауленка О.Г. — 551 с.

Надійшла 06.04.2008 р.

УДК 332.025:331.101.26:330.341.1

Л. М. КРАВЧУК

ПВНЗ "Університет економіки і підприємництва"

ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ РЕГУЛЮВАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Розглянуто основні концепції розвитку ринку праці і регулювання зайнятості населення, зокрема: класичну, кейнсіанську, марксистську, інституціональну. Проаналізовано можливості розвитку українського ринку праці за вказаними концепціями та доцільність застосування їх окремих положень в умовах інноваційного розвитку економіки країни.

Прискорення темпів економічного зростання, ускладнення зв'язків між суб'єктами господарської діяльності активізують проблеми раціонального використання робочої сили і вимагають розробки нових підходів до забезпечення найсприятливіших умов зайнятості населення. На сьогоднішній час український ринок праці все ще залишається деформованим, що проявляється у порушенні ринкових регуляторів зайнятості, у великому відсотку прихованого безробіття, у гальмуванні процесу впровадження інновацій е економічні процеси.

Проблеми регулювання зайнятості населення були предметом роздумів багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених. Зокрема, до наукової розробки теоретичних та прикладних проблем розвитку національного ринку праці та регулювання зайнятості населення значний внесок зробили такі українські вчені,

як О.Ю. Амосов, Д.П. Богиня, Б.М. Данилишин, М.І. Долішній, С.М. Злупко, А.М. Колот, Е.М. Лібанова, В.М. Петюх та ін. Регіональні аспекти регулювання зайнятості з врахуванням мобільності робочої сили, активного розвитку підприємництва викладені в працях С.І. Бандура, Ю.М. Краснова, В.М. Мікловди, У.Я. Садової, Л.К. Семів, Л.Т. Шевчук.

Соціально-економічним проблемам дослідження трудового потенціалу, ринку праці і зайнятості присвячені праці таких вчених країн СНД, як В.Д. Бресєва, Б.М. Генкіна, Р.П. Колосової, І.С. Маслової, Г.Е. Слезінгера та ін.

Найбільш відомими концепціями є класична, кейнсіанська, марксистська, інституціональна. З метою виявлення найбільш придатної моделі розвитку українського ринку праці та вирішення проблеми безробіття наведемо їх детальну характеристику.

Класична теорія зайнятості була викладена у працях таких відомих економістів, як А.Сміт, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сей та ін.

Класики вважали, що ринкова система в змозі забезпечити повне використання ресурсів, в тому числі і робочої сили. Тобто повна зайнятість є нормою ринкової економіки, а політика невтручання держави є найкращою економічною політикою. Вони визнавали, що інколи на економіку можуть негативно впливати зовнішні фактори, такі як війни, політичні перевороти, засухи, біржова криза тощо, які тимчасово виводять її із стану повної зайнятості. Проте здатність ринку до автоматичного саморегулювання є достатньою, щоб через деякий час знову відновити такий рівень виробництва, який відповідає умовам повної зайнятості. Зокрема, Ж.-Б. Сей стверджував, що «пропозиція сама породжує попит», тобто збільшення пропозиції товарів на певну суму автоматично призведе до зростання попиту на ці товари на таку ж суму. Проте може виникнути недостатність споживання, що, на думку класиків, можна нейтралізувати зміною відсоткової ставки [1].

Повну зайнятість вчені-класики ще обґрунтовували еластичністю цін і заробітної плати. Зниження товарних цін за інших незмінних умов може зменшити прибутковість виробництва товарів, що стримуватиме виробників від бажання збільшувати пропозицію до потенційного рівня, але цього не відбудеться, тому що зменшення сукупного попиту викличе скорочення попиту на ресурси і, насамперед, на робочу силу. Це, в свою чергу, призведе до зниження цін на ресурси, в тому числі і зменшення заробітної плати. Конкуренція між працівниками змусить їх найматися на роботу за нижчу платню, що знизить середні витрати і відновить нормальний рівень прибутку.

Так, економісти-класики дійшли висновку, що вимушене безробіття є неможливим і за допомогою таких регуляторів як відсоткова ставка та еластичність співвідношення цін і заробітної плати можна забезпечити повну зайнятість в економіці.

Класичний підхід отримав своє заверрене відображення в працях А. Пігу та А. Маршала. Так, А. Пігу в своїй праці «Теорія безробіття» обґрунтував тезу про те, що на ринку праці діє недосконала конкуренція, яка призводить до завищення ціни праці. Тому багато економістів доводили, що підприємцю вигідніше заплатити вищу заробітну плату кваліфікованому фахівцю, здатному збільшити вартість випуску продукції і отримати можливість скоротити чисельність персоналу. У своїй книзі А. Пігу детально обґрунтував думку, що загальне скорочення заробітної плати може стимулювати зайнятість [2]. Проте його теорія не може дати повного пояснення джерел безробіття, адже, як свідчить статистика, чисельність безробітних не завжди збільшується за рахунок працівників із низькою заробітною платою.

Кейнсіанська теорія зайнятості принципово відрізняється від класичного підходу. Дж. М. Кейнс поставив безробіття в залежність не від заробітної плати, а від нестачі «ефективного попиту». Він не заперечував, що заробітна плата «перебуває у оберненій кореляції із обсягом зайнятості», проте обсяг зайнятості залежить не від зменшення чи зростання заробітної плати, а від рівня виробництва «національного доходу», тобто сукупного ефективного попиту на споживчі та капітальні блага. Останній ж має тенденцію до відставання, до нерівноваженості, що робить повну зайнятість явищем винятковим, скоріше випадком, ніж закономірністю [3]. Крім того, Кейнс вважав помилковою думку класиків про те, що заробітна плата здатна «вилікувати» безробіття – її зменшення не призведе до зменшення рівня безробіття, тому що працівники, по суті, не будуть жертвувати власною заробітною платою заради працевлаштування якогось невідомого безробітного.

Загальний висновок кейнсіанської теорії полягає в тому, що при капіталізмі не існує жодного механізму, який забезпечив би повну зайнятість: безробіття – це органічно притаманне йому явище. На нашу думку із цим положенням можна погодитись, адже досвід багатьох зарубіжних країн свідчить, що при рівні безробіття 2,5 – 5,0% економіка може розвиватися і бути ефективною.

Теорія зайнятості посідала і значне місце в економічному вченні К. Маркса та ґрунтувалася на таких основних положеннях, як теорія додаткової вартості, теорія зростання органічної будови капіталу і закон народонаселення.

К. Маркс вказував, що головною рушійною силою і прагненням власників капіталу є привласнення додаткової вартості, отримання максимального прибутку. Прагнення його отримати в умовах конкурентної боротьби змушує підприємців залучати нову техніку і технологію, предмети праці для підвищення якості продукції і зростання продуктивності праці. В зв'язку з цим усе більше коштів витрачається на постійний капітал і все менше – на змінний, тобто робочу силу. Відбувається зростання органічної будови капіталу [4].

Дійсно в сучасних умовах господарювання власники українських підприємств більшу увагу звертають на постійний капітал, що не є виправданим, адже досвід розвинутих країн підтверджує, що персонал –

найбільша цінність і основне джерело доходу підприємств.

В результаті частка змінного капіталу зменшується, попит на робочу силу відносно знижується. К. Маркс формулює закон народонаселення – «робітниче населення», накопичуючи капітал, у зростаючих обсягах виробляє засоби, які роблять його відносно надлишковим населенням.

Крім того, К. Маркс показав циклічний характер розвитку капіталістичного виробництва і залежність безробіття від фаз циклу, а також роль безробіття в посиленні експлуатації працівників. Він стверджував, що надлишкове населення є невід'ємною складовою капіталістичного господарства, без якого воно не могло б ані існувати, ані розвиватися. Проте Україна тільки недавно була визнана країною з ринковою економікою, а тому їй ще непритаманна циклічність розвитку.

Представники інституціоналізму (Т. Веблен, Дж. Гелбрейт та ін.) трактують предмет економіки розширено, вважаючи за необхідне враховувати весь комплекс умов і чинників, що впливають на господарське життя: соціальних, правових, політичних. Вони виступають за розширення соціальних програм. Вважають, що державі належить взяти під свою опіку екологію, освіту, медицину. Стверджують, що питання щодо соціальних гарантій зайнятості можуть бути важливішими, ніж питання щодо рівня заробітної плати, що проблема безробіття виступає, перш за все, проблемою структурної незбалансованості — і тут все більше проявляється зв'язок економіки та політики.

Головним змістом концепції економіки пропозиції є стимулювання сукупної пропозиції, активізація виробництва і зайнятості. Вона містить обґрунтування пропозиції і перш за все — у галузі податкової політики. Зокрема, передбачається скоротити всі види податків, спираючись на Лафера, відмовитися від системи прогресивного оподаткування. Представники даної концепції вважають, що зниження податків збільшить доходи і заощадження підприємців, знизить рівень відсоткової ставки, в результаті будуть зростати інвестиції. Зниження податку на зарплату збільшить привабливість додаткової роботи і залучення додаткових заробітків, зростуть стимули до роботи, збільшиться пропозиція робочої сили.

Але оскільки зниження податків веде до скорочення доходної частини бюджету, пропонується скоротити соціальні програми та державний апарат, зменшити федеральні витрати на субсидії промисловим підприємствам, на розвиток інфраструктури і т. д.

Висновки. Як бачимо, теорія зайнятості посідала важливе місце у дослідженнях усіх вчених і характерною є відсутність єдиного погляду щодо умов забезпечення повної зайнятості населення. Щодо українського ринку праці і можливості використання основних положень вищевикладених концепцій, то можемо зробити наступні висновки:

- Ринок праці України не може повністю розвиватися за класичною моделлю, адже скорочення реальних доходів населення стимулює підвищення пропозиції праці окремих категорій населення, як наслідок — маємо працюючих пенсіонерів, підлітків, студентів. В той же час інші категорії населення (працівники галузі освіти, охорони здоров'я) змушені дійсно зменшувати пропозицію своєї праці в державному секторі економіки і шукати більш привабливих умов зайнятості, в тому числі і вищої заробітної плати, в приватному секторі або навіть мігрувати за кордон, а це, в свою чергу, призводить до зростання прихованого безробіття.

- Український ринок праці також не може повністю розвиватися за кейнсіанською моделлю, адже наявність низького платоспроможного попиту не є схильністю до заощадження, а, в першу чергу, наслідком орієнтації економіки на досить низьку ціну праці.

- Частково притаманні сучасній моделі українського ринку праці положення марксистської теорії, оскільки сьогодні переважна більшість керівників підприємств затрачає на утримання і розвиток свого персоналу недостатньо коштів, що не відповідає вимогам ринкової економіки. Проте марксистська залежність безробіття від фаз економічного циклу повністю може не проявлятися в умовах нашої економіки, адже ринковою вона була визнана порівняно недавно і їй ще невласлива циклічність розвитку.

Таким чином, можна стверджувати, що жодна із розглянутих концепцій розвитку ринку праці та регулювання зайнятості населення повною мірою не може бути використана для оцінки ринку праці України та прогнозування тенденцій його зміни за умов інноваційного розвитку. Україні необхідно розробити власний дієвий механізм забезпечення ефективної зайнятості населення, враховуючи основні положення розглянутих концепцій, як на загальнодержавному рівні, так і на рівні окремих регіонів, враховуючи їх специфіку. Тому подальші дослідження будуть базуватися на виявленні та аналізі регіональних відмінностей регулювання зайнятості населення та пошуку напрямків його вдосконалення.

Література

1. Бастиа Ф., Сэй Ж.-Б. Трактат по политической экономии. Экономические софизмы. Экономические гармонии [сост., вступ. ст. и коммент. М. К. Бункиной и А. М. Семенова]. — М.: Дело, 2000. — 232 с.
2. Ватаманюк З.Г., Панчишин С.М., Реверчук С.К. Економічна теорія: макро- і мікроекономіка. — К.: Знання-Прес, 2004. — 615 с.
3. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. - М.: Гелиос АРМ, 1999. — 352 с.
4. Маркс К. Капитал: Соч. - Т. 23.

Надійшла 23.04.2008 р.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРИОРИТЕТОВ

Формирование инвестиционных приоритетов предполагает выявление и первоочередное развитие «локомотивных» видов деятельности и отраслей, способных вовлечь в синхронно-ускоренное развитие технологически связанные производственные цепочки, придавая импульс развития экономической системе в целом. Это обусловлено тем, что экономическая система, всегда развивается в условиях ограниченных в каждый интервал времени ресурсов, предполагая выявление и первостепенное развитие отдельных своих составляющих на основе их выборочной поддержки.

Решение данной проблемы должно быть направлено, в первую очередь, на активизацию реального сектора экономики по тем видам деятельности, где имеются значительные научно-исследовательские заделы, способные в кратчайшие сроки дать положительные производственно-хозяйственные результаты. Принимая во внимание ограниченный характер инвестиционных ресурсов, способных использоваться в этих целях, необходимо обеспечить выборочную (селективную) поддержку наиболее перспективных производственных формирований.

В этой связи возрастает значимость стратегического управления инвестиционной деятельностью с целью активизации экономических субъектов в области вложений в инновации, наукоемкие технологии, в науку, в интеллектуальную собственность. Данные мероприятия призваны, кроме того, гарантировать пропорциональность в движении инвестиционных ресурсов общества, должное финансовое наполнение по отдельным инвестиционным программам и проектам с целью глубокой оптимизации структуры валовых инвестиций и обеспечить, на этой основе, их максимальную эффективность.

Практика показывает, что целесообразно выстроенная государственная инвестиционная политика, безусловно, должна учитывать реалии рыночной экономики и способствовать созданию благоприятного инвестиционного климата. Логика построения данной политики должна учитывать, во-первых, планируемые макроэкономические параметры долгосрочного поступательного развития, во-вторых, определенные оптимальных темпов этого развития и его соответствующее обеспечение со стороны уровня наполнения инвестиционных ресурсов при наличном объеме государственного бюджета и действующей системы налогообложения.

Существующий мировой опыт государственного регулирования инвестиционной деятельности выработал несколько главных инструментов, применимых к современной рыночной экономике России.

Ведущая роль среди вышеназванных инструментов, безусловно принадлежит налогово-бюджетной политике государства, с помощью которой оно действительно способно стимулировать частные инвестиции в приоритетные отрасли и виды деятельности. Кроме того, важнейшее значение в настоящее время, придается фондовому рынку как регулятору эффективности распределения инвестиционных ресурсов. Степень развитости последнего и его инфраструктурного обеспечения предопределяет, в конечном счете, целесообразность и структуру использования инвестиционных ресурсов общества. Формирование эффективной модели фондового рынка позволяет обеспечить аккумуляцию инвестиционных средств и их дальнейшее целесообразное использование для ускоренного развития экономического потенциала. Фондовый рынок следует рассматривать как важнейший механизм инвестиционного процесса, определяющий темпы экономического развития в условиях необходимости активизации инвестиционной деятельности и обеспечения устойчивого экономического роста. Вместе с тем, фондовый рынок атрибутивно несет в себе элемент стихийности, что безусловно не может не вызывать определенных негативных моментов в процессе функционирования инвестиционно - инновационного комплекса.

Преодолеть этот недостаток возможно при более активном взаимодействии между государством и частным бизнесом, в котором государство предоставляет на льготных условиях финансовые ресурсы предприятиям, принявшим на себя требуемые инвестиционно – инновационные обязательства. Это предполагает наличие отлаженной системы государственного контроля распределения и целевого использования предоставляемых инвестиционных ресурсов, не допускающей никаких возможностей финансовых злоупотреблений взаимодействующих сторон.

В этой связи заслуживает внимания подход, предполагающий передачу государством функций координации инвестиционных решений независимым структурам, которые детально владеют текущей рыночной информацией и способны прогнозировать исход инвестиционных проектов с высокой степенью вероятности. За государством остаются функции доведения до всех заинтересованных сторон информации о новейших научных разработках (фундаментального и прикладного характера), способных в кратчайшие сроки быть коммерциализованными в ходе осуществления соответствующих инвестиционных проектов. Следовательно, необходимо разработать организационные формы, которые позволяют координировать интересы всех субъектов инновационного процесса, объединив звенья цепи наука-техника-производство. Подобными организационными формами, призванными коммерциализовать результаты научных изысканий и

способствовать передаче разработок в виде инновационных продуктов, могут быть технопарки. Исходя из своего предназначения, они должны выполнять функции продвижения инноваций и превращения их в новые технологические принципы. Данная форма реализации инноваций позволяет целесообразно организовать всех его участников на каждом этапе осуществления разработок при действенном авторском надзоре, что существенно повышает результативность всех стадий осуществления процесса. Технопарк является перспективной формой организации развития научно-технического потенциала, поскольку генерация и воплощение инноваций осуществляется как систематический логически взаимосвязанный процесс, учитывающий особенности рыночного пространства.

В современных условиях в развитии производительных сил ключевую роль все больше играют не производственные непосредственные затраты, а общие затраты на инфрасистемы, науку, образование, здравоохранение и прочие социальные нужды. Следовательно, соответствующие изменения должны быть внесены и в структуру инвестируемых ресурсов с целью дальнейшего ускоренного развития научных исследований и их технологического воплощения; повышения качества образования как фактора развития работника; совершенствования системы здравоохранения, призванной сохранять возрастающие вложения общества в подготовку рабочей силы и обеспечить ее нормальное функционирование. Это позволит при имеющихся ресурсах получить возрастающее количество товаров и услуг, на более высоком качественном уровне удовлетворяющих прогрессирующие общественные потребности.

Наличие в стране серьезного научно-исследовательского потенциала позволяет прогнозировать возможность ускоренного развития высокотехнологичных и наукоемких областей экономики. Ориентировав инвестиционную деятельность на эти направления можно реально достигать ситуации инновационной монополии при получении нового превосходящего качества традиционной продукции или создание совершенно новых ее видов, что даст возможность занимать соответствующие ниши на мировых рынках и, что еще важнее, формировать совершенно оригинальные, недоступные для потенциальных конкурентов. Данный подход позволит отечественным предприятиям уверенно интегрироваться в мировое хозяйство, постоянно расширяя свое присутствие, создавая себе позитивный имидж высокотехнологичных корпораций. В этой связи следует стимулировать развитие наукоемких производств, обеспечивающих получение качественных изменений в продукте, а также в способах его производства. Исходя из этого, безусловную практическую значимость несет в себе опыт ряда стран, в которых в последние десятилетия обеспечивается активизация инновационной деятельности и повышение конкурентоспособности национальных экономик.

В этой связи представляется целесообразным рассмотреть опыт развития инновационной деятельности в Чили, поскольку проблемы, решаемые в рамках стимулирования инноваций принципиально не отличаются от российских. Среди основных из них следует назвать изолированность НИОКР от потребностей промышленного сектора, низкая инновационная активность промышленных предприятий, отсутствие значимой поддержки со стороны банковского сектора.

С целью развития инновационной деятельности в 1976 году был создан Фонд Чили – частная некоммерческая организация, призванная осуществлять комплекс технологических услуг при создании инновационных компаний в среднетехнологичных отраслях. Заслуживает внимания опыт Фонда по смешанному финансированию и последующему возврату вложенных инвестиций после выхода бизнеса на коммерческую окупаемость путем его продажи. За время существования Фонда было создано более 60 фирм, из которых половина успешно проданы на рынке. Кроме того, Фонд занимается поиском возможностей формирования новых подотраслей промышленности в процессе модернизации существующих технологий, в целях удовлетворения спроса в новых рыночных нишах. Достижения Фонда связаны с системным подходом к организации инновационной деятельности на основе объединения всех важнейших элементов инновационного процесса (от принципиальной идеи, до учреждения коммерческой компании, призванной ее реализовать).

Другим примером стимулирования инноваций является существующая модель технологической политики в Южной Корее. Здесь возникли новые инновационные механизмы, связанные с созданием инновационных сетей и кластеров на основе реструктуризации традиционных элементов инновационной системы. Произведена переориентация известных участников инновационного процесса (промышленные корпорации, государственные НИИ, ВУЗы, организации научной инфраструктуры) на сетевое взаимодействие в целях получения синергетического эффекта. Осуществляется политика проникновения в новые рыночные ниши на основе создания региональных наукоемких комплексов, специализирующихся на автомобилестроении, судостроении, электронике биотехнологиях. С этой целью активно развивается венчурный бизнес, повышается доля НИОКР, осуществляемых малым и средним бизнесом в тесном взаимодействии с вышеперечисленными инновационными институтами.

Ведущую роль в организации инновационной деятельности за рубежом все больше исполняет внутрикорпоративная наука, составляющая неотъемлемый элемент современного реального сектора экономики. Вместе с тем, она активно кооперируется со специализированными научными учреждениями, размещая заказы на выполнение требуемых исследований и разработок с целью сокращения времени выполнения НИОКР и обеспечения их высокого уровня. В условиях конкурентной среды проведение собственных разработок с привлечением, при необходимости, сторонних организаций отражает прямую заинтересованность предприятий в ускоренном инновационном развитии в качестве условия сохранения лидирующих позиций по отношению к производителям аналогичной продукции.

Совершенно иная ситуация складывается на сегодня в России, где отраслевая наука переживает

глибокий кризис. Причиной этого является не только трансформационный спад и серьезная структурная перестройка, но и существенный отрыв научных исследований от инновационной деятельности, явно проявившийся еще в советской экономике. Это негативным образом отражается на технологическом уровне производственного потенциала страны, который стремительно устаревает особенно в сравнении с передовыми странами.

Значительная часть внедряемых до настоящего времени отечественных технологических систем в своем большинстве представляют результат эволюционного развития уже существующих, что не может быть согласовано с требованием перехода к инновационному экономическому росту. Сложившаяся ситуация медленного качественного совершенствования средств труда явилась результатом недостаточной восприимчивости производственного аппарата к нововведениям по причине слабой ориентации существующего экономического механизма на разработку и применение прогрессивной техники. Исходя из этого, настоятельно требуется рост инвестиций в перспективные научные исследования и разработки, организационно-экономические инновации и их ускоренная коммерциализация с условием широкого распространения и применения инновационных продуктов. Только на основе революционных качественных сдвигов в техническом уровне средств труда, на основе перехода к новым поколениям машин и оборудования, от функционирующих технологических систем к принципиально изменившимся, можно достигнуть радикального повышения эффективности всей экономики.

Литература

1. Стрижкова Л. Инновационная составляющая промышленной политики // Экономист.-2004.-№11.
2. Холодков В. О внутренних источниках инновационного развития // Экономист.-2005.-№ 11.

Надійшла 06.04.2008 р.

УДК 659.1:65.011.3

Н. М. КИРИЛКО

Київський національний університет технологій та дизайну

РОЛЬ І МІСЦЕ РЕГІОНАЛЬНИХ ВИСТАВОК У СТРАТЕГІЧНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Національна легка промисловість є потужним багатогалузевим комплексом з виробництва товарів народного споживання і складається із 17 підгалузей (функціонує більш 10 тис. підприємств), має потужний виробничий потенціал, який здатний задовольняти потреби суспільства у товарах широкого вжитку і промислового призначення та сприяти підвищенню якості життя [1].

Легка промисловість України охоплює текстильну, трикотажну, швейну, шкіряну, взуттєву, хутрову та інші підгалузі, підприємства яких у розміщенні орієнтуються переважно на споживача, наявність трудових ресурсів та сировини. Високий технічний рівень і конкурентоспроможність галузі підтверджується значними обсягами експорту – 1 млрд. 200 млн. дол. США переважно до країн Західної Європи і Північної Америки [10]. Основними серйозними проблемами легкої промисловості України нажалі залишаються недосконалість системи управління, а також збут готової продукції на внутрішньому ринку. Більшість підприємств у зв'язку з нестачею власних оборотних коштів, підприємства вимушені використовувати давальницькі схеми, які не дозволяють їм самостійно розподіляти готовою продукцією. Її власники – постачальники давальницької сировини, як правило інофірми. Але, разом з тим, такий вид співпраці дозволяє зберегти підприємство та його кадри.

Після спаду промислового виробництва з кінця 1998 року в галузі почалися стабільні позитивні зміни. Темпи зростання легкої промисловості в період з 1999 по 2007 роки були є недосить стабільними [6]. Так у 2000 році індекс виробництв промислової продукції складав – 150,7%; 2001 –113,8 %; 2002 –100,4%; 2003 – 104%; 2005 – 113,6%; 2006 – 98,1% і тільки починаючи з 2007 поступово збільшились до 103,1%, у січні 2008 – 105,7% (рис.1).

У 2006 році від'ємні обсяги виробництва були зафіксовані в легкій промисловості. Рецесійні "канікули" легкої промисловості закінчилися. 2007 рік галузь завершила з незначним, але все-таки "плюсом" – (+0,4%) [6]. Підприємствами легкої промисловості майже всі обсяги інвестицій (99,2%) в основний капітал використано на придбання машин, обладнання, інструменту та інвентарю. Витрати на будівельні та монтажні роботи становили лише 0,8% від загального обсягу інвестицій в основний капітал. Для підйому легкої промисловості, росту виробництва конкурентоспроможних та якісних товарів підприємствам потрібні інвестиції для оновлення виробничих потужностей. Знос основних засобів на кінець 2005 року склав 50,3%. Легка промисловість разом з економікою держави поступово розвивається. Продовжується нарощування виробництва на окремі споживчі товари: 1) текстильне виробництво, виробництво одягу, хутра та виробів з хутра у 2007 році збільшилось на 9,2%, порівняно з 2006 роком – 95,2%; 2) виробництво шкіри, виробів із шкіри та інших матеріалів у 2006 році – на 10,3%, в 2007 році – на 11,3 %. В той же час виробничі потужності завантажені майже на 60%, що являє

собою ще одну невирішену проблему [7].

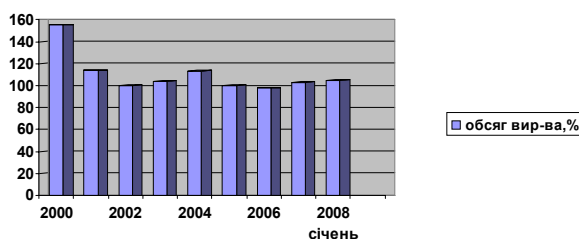


Рис. 1 Динаміка обсягу виробництва легкої промисловості України

Стратегія розвитку легкої промисловості ґрунтується на максимальному використанні потужностей підприємств усіх форм власності, оснащенні їх сучасним устаткуванням та впровадженні високоефективних технологій, використанні власних сировинних ресурсів, їх переробці [1].

Вовняна підгалузь представлена первинною обробкою вовни, виготовленням пряжі, тканин та виробів з них. Підприємства підгалузі розташовані у Чернігові, Харкові, Києві, Донецьку, Кривому Розі, Одесі, Луганську, Сумах, Черкасах, Богуславі, містах Чернівецької та Закарпатської областей. У структурі виробництва тканин усіх видів на вовняні тканини припадає 7,8%.

Лляна підгалузь України розвивається на власній сировині. Підприємства — основні виробники лляної продукції зосереджені у Рівненській, Житомирській, Чернігівській та Львівській областях; в Одесі знаходиться підприємство конопле-джутової промисловості, в Харкові — канатний завод. Лляні тканини становлять близько 11,3% загального виробництва тканин в Україні. Продукція цієї галузі повністю задовольняє потреби України, а певна частина — експортується.

Шовкова підгалузь України, що значною мірою пов'язана з виробництвом хімічних волокон, виробляє близько 8,8% тканин, зосереджена у Києві, Черкасах, Луганську, Лисичанську.

Швейна підгалузь зорієнтована переважно на споживача продукції, тому підприємства цієї галузі розміщені у великих населених пунктах. Найбільш потужні підприємства зосереджені у Києві, Львові, Харкові, Одесі, Луганську, Дніпропетровську, Донецьку.

Шкіряно-взуттєва підгалузь представлена підприємствами, що виготовляють одяг, галантерейні вироби, взуття та іншу продукцію, використовуючи як природну, так і синтетичну сировину. Взуттєві фабрики діють у Києві, Харкові, Луганську, Львові, Одесі, Запоріжжі, Кривому Розі, Хмельницьку [7].

Виходячи з вище зазначеного ми прийшли до висновків, що більшість підприємств легкої промисловості розгалужені по різних регіонах. Досить часто постачальники сировини і транспортування не в змозі своєчасно обслуговувати промислові підприємства, тому що знаходяться в різних регіонах, що ускладнює процес. Системне проведення виставок/ярмарок може змінити ситуацію на краще.

Одним із основних документів, що стосується розширенню впливу регіонів на розвиток легкої промисловості є розпорядження Кабінету Міністрів України від 27.12.2006 р. № 673-р «Про схвалення Концепції Державної програми розвитку легкої промисловості на період до 2011 року» це — розширення впливу регіонів на розвиток легкої промисловості [4].

Регіон є природним економіко-адміністративно-управлінським територіальним утворенням. Саме в регіоні створені умови для виробничої діяльності підприємств легкої промисловості. Регіон — проміжна розмірність, на рівні якої ще можна розрізнити й стимулювати активність виробників із середовища малого і середнього бізнесу.

На сьогодні в Україні регулярно на планових засадах проводяться промислові виставки і ярмарки в 17 містах. Серед них більші обласні центри: Київ, Львів, Чернігів, Одеса, Житомир та ін.

В даний час завершується перший етап переділу власності легкої промисловості і первинна структуризація ринку, на тлі якого вже виділяються як лідери, так і підприємства середніх розмірів, котрі безпосередньо приймають участь у виставкових заходах, що дозволяє їм потужно працювати і навіть поширювати виробництво. Постійними учасниками регіональних виставок є такі підприємства легкої промисловості, які зуміли подолати економічну кризу та пристосуватися до нових умов господарювання, створюючи потужну збутову структуру. Список лідерів внутрішнього ринку очолює багатопрофільний торгово-виробничий концерн «Текстиль-Контакт», основний вид діяльності якого полягає у виробництві і реалізації всіх видів тканин, штучного хутра, трикотажних полотен, прикладних матеріалів, фурнітури (більше 20 тис. найменувань). Серед інших підприємств корпорація підприємств «Текстиль-Україна» (включає понад 27 підприємств України), виробниче об'єднання «ТК-Донбас», Луцьке державне підприємство «Волтекс» (широкий випуск шовкових тканин). Досягнення успіху в роботі може відбуватися на підприємствах завдяки проведенню модернізації виробництва, впроваджуючи сучасні форми менеджменту і маркетингу, активний вихід з продукцією на зовнішні ринки: «ФІМ» (Жовті Води на Дніпропетровщині), «Селену» (Запоріжжя), «Дана» (Київ), «Тікаферлюкс» (Івано-Франківська обл.) і ін. Вертикально інтегровані структури, тобто об'єднуючі постачальників сировини, виробників тканин і збутові підрозділи, упроваджуються на таких підприємствах, як «Текстерно» (Тернопіль), «ТК-Донбас», Волинський шовковий комбінат (Луцьк), «Трембіта» (Чернівці), «Володарка» (Вінниця), Старосамборський льонокомбінат та ін. [9].

Відносно невисокий рівень витрат необхідний для участі у виставці, враховуючи і ціни організаторів регіональних виставок, і рівень витрат коштів на проїзд та доставки експонатів близько кордону, і загальний рівень інфраструктури сервісу учасників у регіонах – все це робить виставки доступним і привабливим інструментом для прикордонної економічної співпраці. Демонструючи свою присутність на ринку, підприємство-експонент здійснює обмін і накопичення інформації, уточнює вимоги споживача і ранжує своє місце серед конкурентів по бізнесу.

Регіональні виставки беруть на себе функцію промоції запропонованих промислових товарів «далі на захід». Для українського виробника існує необхідність відчувати впевненість на внутрішньому та зовнішньому ринку. У сучасних умовах інтеграція України в єдиний міжнародний економічний простір – ЄС сприяє подальшому розвитку регіоналізму, для співробітництва з партнерами інших країн і подальшого збуту готової продукції на рівні світового ринку.

По-перше, Україна традиційно має міцні зв'язки з країнами Європейського Союзу (особливо Німеччиною), що зумовлено їхнім географічним положенням. По-друге, Європейський Союз є єдиним регіоном, що динамічно розвивається та інтегрується у міжнародну економіку. В процесі досліджень запропоновано нову модель стратегічного розвитку (рис. 2).

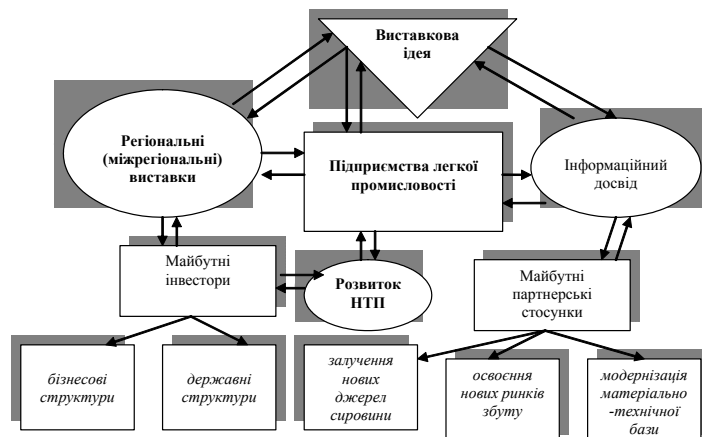


Рис. 2. Модель стратегічного розвитку підприємств у виставковій діяльності

Регіоналізація – взаємні зовнішньо-торгівельні привілеї двох або більше країн [2].

Економічна регіоналізація, як одна з тенденцій утворення глобального економічного простору, сприяє формуванню економічних зв'язків із переважанням наднаціональних інтересів, вирівнюванню основних характеристик міжнародних ринків, створенню умов для проведення реформ у рамках самого угруповання, взаємовідкритості економік країн-членів ЄС [3].

Виходячи з побудованої моделі (рис. 2) ми вбачаємо такі стратегічні підходи щодо подальшого розвитку підприємств легкої промисловості:

- по-перше, безпосередня участь у регіональних виставках надає нові просторові можливості українським виробникам;
- по-друге, обмін інформаційним досвідом на самих виставках призводить знаходження нових партнерських стосунків (в тому числі щодо сировинної бази і транспортування), що покращить роботу товаровиробника;
- по-третє, залучення спонсорів-інвесторів дасть можливість стрімко розвиватися новітнім технологіям та «ноу-хау» (презентувати та впроваджувати) в цілому по галузям легкої промисловості (швейної, текстильної, трикотажної, взуттєвої);
- по-четверте, як збільшення обсягів виробництва за рахунок модернізації устаткування так і інвестицій у розвиток відповідних галузей легкої промисловості, що надасть можливості наповнення бюджету;
- по-п'яте, завдяки стабільній участі у виставкових заходах промислових підприємств позитивно вирішуються питання щодо збуту товарів та послуг в межах регіону та між регіонами країни;
- по-шосте, вихід українських товарів на нові світові ринки.

На нашу думку виходячи з вище перерахованого виникає необхідність в першу чергу прикладати зусиль щодо стратегічного розвитку внутрішньої регіоналізації легкої промисловості України, завдяки чому утворюється стрімкий прорив на світовий ринок.

Література

1. Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.05.01/Е.Ю. Молчанова; НАН України. Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. - 17 с.– укр.-Київ - 2005.
2. Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.10.01/ Вавдіюк Н. С.; НАН України. Інститут регіональних досліджень – 18 с.– укр.- Львів - 2005
3. Науково-виробничий журнал «Легка промисловість» №3 (211), – Київ – 2007.

4. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27.12.2006 р. № 673-р. «Про схвалення Концепції Державної програми розвитку легкої промисловості на період до 2011 року».
5. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка України/За наук. ред. Л.Г. Чернюк: Навчальний посібник.-К.: Центр навчальної літератури, 2006.-728.
6. www.kmu.gov.ua
7. www.legprom.biz
8. www.loga.gov.ua
9. www.business.dp.ua
10. kmya.kiev.ua

Надійшла 19.04.2008 р.

УДК 658.589

А. Г. ЧЕРНОМАЗЮК
Хмельницький національний університет

ВЕНЧУРНИЙ БІЗНЕС: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Проблема активізації інноваційної діяльності вітчизняних підприємств набуває принципового значення в контексті проведення ринкових реформ в Україні та підвищення ефективності господарювання. Методологічні та практичні засади організації інноваційної діяльності в умовах перехідного періоду потребують детального опрацювання, оскільки зарубіжний досвід у цій сфері не може бути адаптований в Україні без урахування особливостей розвитку її економіки. Переваги інноваційного фактора в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств сьогодні є очевидними, а його вплив на виробництво – радикальним і комплексним. Підприємства, що самостійно займаються інноваційною діяльністю, мають перевагу, оскільки вони не залежать від провідних фірм, які під гаслом експорту нових технологій насправді передають морально застарілі розробки. Необхідно чітко усвідомлювати, що інновації, а значить і наука, що їх продукує, нині менш доступні, ніж найцінніші природні ресурси. Причиною цього є те, що ними володіють лише високорозвинуті країни, яким немає сенсу поспішати з їх продажем, адже це дає змогу утримувати монополію становити і таким чином привласнювати надприбуток. Варто наголосити, що володіння інноваціями, які є стимуляторами розвитку підприємства, забезпечує перемогу в конкурентній боротьбі. Інноваційні проблеми набувають специфічного характеру в період ринкової трансформації. Очевидним є те, що вирішення проблем активізації інноваційної діяльності підприємств – головна запорука забезпечення успіху ринкових реформ. Крім цього, світовий досвід показує, що вихід з економічної кризи неможливий без активізації інноваційної діяльності. Для більшості підприємств інновації стають головним фактором розвитку. Ось чому сьогодні характерним є зростання кількості наукових праць, де досліджується інноваційна діяльність. У науковій думці Заходу акцент роблять не на ціновому механізмі конкуренції, а на інноваційних процесах, пов'язаних з поліпшенням усього виробничо-господарського потенціалу підприємства. Вітчизняні науковці також намагаються обґрунтувати національні інноваційні пріоритети, знайти дієві механізми залучення та ефективного використання інновацій.

Стратегічним пріоритетом України у контексті забезпечення національної конкурентоспроможності в постіндустріальній системі господарства є опанування науково-технологічною моделлю економічного розвитку. Для цього існують такі об'єктивні підстави, як наявність визнаних у світі власних наукових шкіл та унікальних технологій у сферах розроблення нових матеріалів, біології, радіоелектроніки, фізики низьких температур, електрозварювання, інформатики, телекомунікацій та зв'язку, військових технологій, здатних забезпечити розвиток високотехнологічного виробництва на рівні найвищих світових стандартів.

Незважаючи на загальне визнання й розуміння значення інноваційних процесів для економічного розвитку держави, сучасний стан системи фінансового забезпечення інноваційної сфери України, як одного з ключових факторів інноваційної діяльності, свідчить про її кризу, неспроможність створити необхідні умови для реалізації існуючого інноваційного потенціалу країни, не кажучи вже про його примноження.

Постійний дефіцит державного бюджету, розпилення і без того незначних інвестиційних бюджетних коштів за багатьма напрямками; відсутність власних фінансових ресурсів у більшості вітчизняних підприємств; значний податковий тиск; фінансова слабкість та низька ефективність існуючих інвестиційних фондів й інвестиційних компаній; низька дієздатність банківсько-кредитної системи щодо мобілізації достатніх обсягів фінансових коштів та її слабка інноваційна орієнтація; відсутність розвиненої інноваційної інфраструктури; несприятливі умови для іноземних інвесторів – все це негативні чинники, які виступають сьогодні невід'ємною частиною механізму фінансування інноваційної діяльності в Україні, позбавляють можливості реалізації стратегії інноваційного розвитку економіки лише за допомогою традиційних джерел фінансування.

Для вдосконалення фінансового забезпечення інноваційних процесів Україні потрібні нові альтернативні джерела інвестиційних ресурсів, серед яких у першу чергу доцільно розглянути питання розвитку венчурного фінансування, яке в розвинутих країнах є одним з важливих напрямків підтримки середнього та малого інноваційного підприємництва, фінансування науково-дослідних робіт.

Вагомий внесок у дослідження проблем інноваційної діяльності та венчурного підприємництва зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені: В.Александрова, Л.Антонюк, Ю.Бажал, А.Власова, В.Гесць, Н.Гончарова, А.Дагаєв, І.Дворжак, М.Долішній, С.Ільєнкова, Н.Краснокутська, О.Лапко, Д.Львов, Б.Патон, С.Покропивний, Я.Плоткін, А.Поручник, А.Пригожин, Б.Санто, Б.Твісс, М.Туган-Барановський, Й.Шумпетер та інші. Незважаючи на велику кількість досліджень і публікацій щодо проблем інноваційної діяльності, її аспекти залишаються дискусійними, а масштаби та рівень наукової проробки проблем активізації інноваційної діяльності вітчизняних підприємств залишаються, на наш погляд, недостатніми. Свідченням цього є відсутність на практиці реального впливу на ситуацію з інноваційної діяльності.

Сучасний стан технологічного розвитку виробництва в Україні не відповідає вимогам створення та функціонування в ній інноваційної моделі економіки. Переважна кількість виробничих галузей має низький технологічний уклад, морально та фізично зношене обладнання, застарілі технології, що не забезпечує конкурентоспроможності продукції та послуг. Щороку скорочується питома вага інноваційно-активних підприємств. Так, якщо у 2000 р. 14,8% підприємств від загальної кількості обстежених впроваджували нові технологічні процеси і освоєння нової продукції, то у 2004 р. лише 10%, у 2005 р. – 8,2%, у 2006 р. – 10%. Для більшості підприємств, що займалися нововведеннями у 2006 р., основним напрямком інноваційної діяльності були продуктові інновації, які склали 68% від загальної кількості освоєння інноваційних видів продукції та впровадження нових технологічних процесів. Питома вага реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі промислової продукції у 2006 р. становила 6,7%. Величина цього показника традиційно низька і коливається за останні п'ять років у межах 7,0% у 2002 році та 5,6% у 2003 році [8].

Отже, наведені дані свідчать про несприятливі стартові умови для переходу України на інноваційний шлях розвитку. Тому потрібні надзусилля для того, щоб ідея випереджаючого розвитку на інноваційній основі могла реалізуватися, а не залишалась декларацією, як це не раз траплялось в останні десятиліття новітньої історії України.

Метою даної статті є висвітлення зародження та розвитку венчурного бізнесу у світовій практиці, розкриття сутності понять „венчурний бізнес” та „венчурний капітал”, дослідження умов та чинників, які впливають на розвиток венчурного бізнесу в Україні.

Розглянемо особливості трактування поняття „венчурний бізнес” у західній школі. Терміни „венчурний капітал” і „венчурний бізнес” беруть початок від англійського слова „venture”, яке перекладається у словнику В.К.Мюллера як „ризикове підприємство”, „спекуляція”, „сума, яка підлягає ризику” [2].

Венчурний бізнес визначається як вид бізнесу, орієнтований на практичне використання технічних новинок, результатів наукових досліджень, ноу-хау, ще не випробуваних на практиці. Венчурний бізнес пов'язаний з великим ризиком, тому його часто називають ризиковим [6].

Венчурний капітал є специфічним видом фінансування, що реалізується професійними фірмами, які інвестують та приймають участь в управлінні молодими компаніями, акції яких не виставлені на фондовому ринку. В економічній літературі існують різні підходи до визначення венчурного капіталу. Так, венчурний капітал визначають як капітал, який функціонує у нових сферах діяльності й пов'язаний з великим ризиком; інвестиції у формі емісії нових акцій, що відіграють вирішальну роль у господарському фінансуванні; інвестиції у венчурні проекти освоєння нових технологій чи продукції [6]. Українська асоціація інвестиційного бізнесу трактує „венчурний капітал” як довгостроковий, ризиковий капітал, що інвестується в акції нових і швидкозростаючих компаній з метою отримання великого прибутку після реєстрації акцій цих компаній на фондовій біржі [9].

Первинним джерелом коштів малих наукоємних фірм є власний капітал їх засновників. Але оскільки для фінансування всіх стадій створення і реалізації нововведень, як правило, не вистачає коштів, то засновники переконавшись, що створений зразок нового продукту має свій ринок збуту, звертаються до зовнішніх джерел фінансування. Венчурний капітал інвестується в малі наукоємні фірми як через спеціалізовані компанії, так і через пряме цільове фінансування корпораціями, а також за рахунок коштів (субсидій) окремих державних структур, зарубіжних інвесторів, пенсійних фондів, страхових компаній, особистих заощаджень населення.

Венчурний капітал виник в США у середині 50-х років, а в Європі – в кінці 70-х років. Все почалося у Силіконовій долині, де у 1957 р. Артур Рок знайшов альтернативну можливість фінансування виробництва нового кремнієвого транзистора. Саме він вперше вжив термін „венчурний капітал”. Так була заснована Fairchild Semiconductors – перша компанія з виробництва напівпровідників [4].

Сутність венчурного фінансування зводиться до наступного: сприяти росту конкретного бізнесу шляхом надання певних коштів в обмін на пакет акцій компанії. Венчурний капіталіст є посередником між інвесторами та підприємцями, він не вкладає власні кошти в акції компаній. Це є принциповою особливістю цього типу інвестування. Метою венчурного капіталу є одержання високого доходу від інвестицій, незважаючи на ризики. Зростання капіталу в 10 раз за 5-7 років – нормально очікуваний результат європейського чи американського венчурного фонду.

Ринок венчурного капіталу складається з двох секторів: неформального (представленого індивідуальними інвесторами) і формального (представленого венчурними фондами).

Фінансуванням проектів на початкових стадіях їх розробки займаються, як правило, приватні особи („business angels”), які вкладають „посівний капітал” („seed finance”) і утворюють так званий неформальний сектор. Розмір інвестицій бізнес-ангелів знаходиться в межах від 10 тис. до декількох мільйонів доларів і

зазвичай складає 5–20% їх коштів [7].

Бізнес-ангели часто здійснюють декілька інвестицій, тим самим розподіляючи свої вкладення і знижуючи ризики. Вони можуть здійснювати інвестиції від свого імені або через свої компанії, що може бути пов'язано з оподаткуванням або іншими причинами. Зазвичай бізнес-ангели не афішують свою діяльність і віддають перевагу анонімності, тому оцінити реальний розмір ринку неформальних інвестицій неможливо. Проте, за існуючими даними, кількість активних бізнес-ангелів у Європі оцінюється в 125 000, а кількість здійснюваних ними інвестицій в 30–40 разів перевищує число інвестицій венчурних фондів.

У США бізнес-ангели здійснюють більше 80% інвестицій на початкових стадіях і відіграють неocenенну роль у розвитку малого бізнесу. За оцінками експертів, тільки в США у 2000 році вони уклали 50 тис. операцій на загальну суму 40 млрд. дол. [9].

У Європейському Союзі інвестиційний пул, принаймні, одного мільйона потенційних бізнес-ангелів складає 10–20 млрд. євро. У середньому, щорічно вони фінансують в 30–40 разів більше нових компаній, у порівнянні з інституційними венчурними інвесторами [7].

Участь бізнес-ангелів в управлінні компанією може бути різною і обговорюється з її власниками у кожному конкретному випадку. Деякі з них можуть бути залучені до повсякденного управління компанією або просто бути пасивними інвесторами. У 80% випадків бізнес-ангели активно беруть участь в управлінні проінвестованими компаніями.

Формальний сектор активніше функціонує на пізніших стадіях розвитку інвестованих компаній, де розміри фінансування значно більші.

У США зазвичай мова йде про суми від 250 тис. до 20 млн. дол. на одне „коло” фінансування. Займаються цим найчастіше спеціальні інститути. Організаційна структура типового венчурного інституту виглядає або як самостійна компанія „фонд”, або як обмежене партнерство [9].

Венчурний капіталіст, що стоїть на чолі фонду, не вкладає власні кошти у компанії, акцій яких він купує. Венчурний капіталіст – це посередник між синдикованими „колективними” інвесторами і підприємцем. У цьому полягає одна з найпринциповіших особливостей цього типу інвестування.

З одного боку, венчурний капіталіст самостійно ухвалює рішення про вибір того чи іншого об'єкту для внесення інвестицій, бере участь в роботі ради директорів і всляк сприяє зростанню і розширенню бізнесу цієї компанії. З іншого – остаточне рішення про здійснення інвестицій приймає інвестиційний комітет, що представляє інтереси інвесторів. Зрештою отриманий венчурним інвестором прибуток належить тільки інвесторам, а не йому особисто. Він має право розраховувати тільки на його частину. Крім того, компанія, що управляє, або приватні особи, співробітники управлінського штату, так само як і генеральний партнер, можуть розраховувати на частку від прибутку фонду, що зазвичай досягає 20%.

Формальний і неформальний сектори відіграють взаємодоповнюючі ролі. Інвестиції неформального сектора особливо важливі на ранніх „стартових” стадіях розвитку фірм, коли вони потребують „посівного капіталу” для розробки концепції продукту і дослідного зразка, тоді як формальний сектор активніший на стадії швидкого зростання фірми, коли потрібні кошти на розширення виробництва і збільшення обсягу продажів.

До початку 90-х років ХХ століття під венчурним фінансуванням розумівся будь-який вид ризикового фінансування компанії, без урахування їх розмірів і величини бізнесу. Останніми роками існують два основні види фондів: венчурні (Venture Capital), які спеціалізуються на придбанні часток у компаніях, що швидко зростають, на початковій стадії їх розвитку, і фонди прямих приватних інвестицій (Private Equity), які інвестують капітал в середні і крупні підприємства з метою підвищення їх ефективності і подальшого зростання.

Таким чином, можна стверджувати, що „венчурний капітал” є підмножиною прямих приватних інвестицій і охоплює типи фінансування в акціонерний капітал, націлені на „розкручування”, розвиток початкової стадії розвитку або розширення бізнесу.

У 1998 р. Європейська асоціація венчурного фінансування – EVCA була вимушена навіть змінити своє найменування, і тепер повністю її назва звучить як Європейська асоціація прямих приватних інвестицій і венчурного капіталу – European Private Equity and Venture Capital Association [9].

Піонерами й лідерами венчурної діяльності є США. У Сполучених Штатах, на частку яких припадає більше трьох четвертей всього світового обсягу венчурного капіталу, місцеві фірми вклали у венчурні фонди понад 170 млрд. доларів. За даними видання Venture Economics, в 2005 році ці фонди забезпечили інвесторам внутрішню норму прибутку в 70–100% – і це незважаючи на високі інвестиційні ризики й велику кількість невдач при створенні й розвитку нових компаній. Середні світові показники річного прибутку венчурних фондів становлять 20–25%, що значно перевищує показники банківської прибутковості. При цьому значну частину прибутку венчурні структури одержують за рахунок дуже високого рівня менеджменту [10].

Венчурне інвестування на сьогодні популярне в усьому світі. Часто його розглядають як життєву силу для індустрії технологій, яка надає ресурси і можливості для того щоб ідеї мали змогу розвиватися від концепції до товарів та послуг, які здатні змінити життя.

Так, у 2006 році в США венчурними капіталістами було проінвестовано 25,5 млрд. дол. в 3416 угод, тим самим реалізувавши 10-ти відсоткове підвищення кількості угод та 12-ти відсоткове збільшення в грошових об'ємах у порівнянні з попереднім роком (табл. 1).

Такі дані відображені в звіті “MoneyTree Report” компанії PricewaterhouseCoopers та Національної

Асоціації Венчурних Капіталістів (США). Цей рік характеризується найвищим рівнем інвестування з 2001 року, хоча щоквартальні інвестиції залишилися на відмітці 5-6 млрд. дол. При цьому середній розмір угоди з венчурним капіталом залишився в 2006 році традиційно невеликим – 7,5 млн. дол. А найбільшим за обсягом в 2006 році стало вкладення 150 млн. дол. у компанію – провайдера розважальних послуг для мобільних телефонів Amp'd Mobile.

Таблиця 1

Порівняльна таблиця кількості угод та обсягів венчурних інвестицій за кварталами в США за 2005-2006 роки [9]

Квартали	2005		2006	
	Кількість угод	Сума інвестицій, дол. США	Кількість угод	Сума інвестицій, дол. США
1	719	5 075 469 600	839	6 251 671 500
2	812	6 359 501 900	913	6 924 259 500
3	771	5 630 803 800	862	6 607 052 700
4	798	5 702 063 200	802	5 721 854 000
Разом	3 100	22 767 838 500	3 416	25 504 837 700

Венчурна індустрія інвестувала в основному в традиційні технології та в сектор природознавчих наук (біологія, медицина, антропологія і т.п.) та почала неквапливе вторгнення в енергетичний сектор. Іншими галузями зростання стали медіа та відпочинок (кіно, музика, споживча електроніка, спортивні події та свята і т. ін.), Інтернет компанії.

Венчурні інвестиції в європейські компанії досягли 4,12 млрд. євро в 2006 році. Це найвищі річні інвестиції з 2001 року відповідно до звіту European Venture Capital Report, що опублікований компаніями Ernst & Young і Dow Jones VentureOne. Так само як і в США, приріст капіталовкладень в 2006 році частково був реалізований за допомогою додаткових фондів під керівництвом технологічних компаній. В цьому році відбулося зростання венчурних інвестицій на 5% в порівнянні з 2005 роком. Загальна кількість угод склала 867, що на 27% менше того ж показника попереднього року (табл. 2).

Таблиця 2

Порівняльна таблиця кількості угод та обсягів венчурних інвестицій в Європі по країнах за 2005 – 2006 роки [9]

Країна	2005		2006	
	Кількість угод	Сума інвестицій, EUR М	Кількість угод	Сума інвестицій, EUR М
Данія	61	242,65	46	228,68
Франція	227	651,09	171	778,48
Німеччина	138	565,34	105	496,91
Ірландія	34	127,26	22	78,95
Норвегія	32	93,21	19	85,59
Швеція	111	301,91	79	249,39
Швейцарія	35	277,74	21	149,04
Великобританія	369	1 210,18	256	1 372,83
Інші	182	459,13	148	681,63
Разом	1189	3 928,52	867	4 121,50

В Європі у 2006 році продовжили зростання венчурні інвестиції у такі галузі як енергетика, мережі та комунікації, інформаційні послуги, сільське господарство.

В Україні ще з радянських часів фундаментальні і прикладні дослідження традиційно фінансуються в основному за рахунок бюджетних джерел. Однак можливостей бюджету катастрофічно не вистачає – щорічне фінансування наукової і науково-технічної діяльності протягом останніх 5 років не перевищує 0,6% ВВП при визначеній законодавством нормі в 1,7% ВВП. Питома вага програмно-цільового фінансування наукових досліджень складає близько 10% від загальних витрат на науку при законодавчо встановленій нормі у 30% [10].

Фінансування за рахунок інших джерел також є недостатнім. Фінансово-кредитні установи (насамперед банки) дуже неохоче фінансують наукові дослідження, вимагаючи додаткових гарантій повернення коштів і закладаючи в процентну ставку великі ризики, пов'язані з тим, що, як правило, з 10 здійснюваних досліджень лише 2-3 приносять комерційний дохід. Більшість промислових підприємств також неохоче виділяють обмежені власні ресурси у здійснення інноваційної діяльності, віддаючи перевагу фінансуванню налагодженого випуску традиційної продукції.

У 2006 році в цілому в державі на технологічні інновації витрачено лише 1,2 млрд. доларів США, що на порядок менше за бюджети наукових підрозділів таких компаній, як приміром „Сіменс” (Німеччина), „Соні” (Японія) чи „Самсунг” (Корея) [7].

З огляду на це вкрай важливим і актуальним для України питанням є пошук додаткових механізмів фінансування фундаментальних і прикладних наукових досліджень. Таким механізмом може стати венчурне фінансування.

Розвиток індустрії венчурного капіталу та прямого інвестування нині офіційно визнаний одним із пріоритетних напрямків державної інноваційної політики та необхідною умовою активізації інноваційної діяльності й підвищення конкурентоспроможності національної промисловості і в Росії. За дослідженням журналу "Ринок цінних паперів" (РФ), за останнє десятиріччя у сусідній країні створено і діють близько 60 венчурних фондів, а сума венчурних інвестицій перевищила 4,5 млрд. доларів США [10].

Актуальність і нагальна потреба розвитку венчурної індустрії в Україні також стає очевидною, тому що саме вона дозволяє заповнити відсутню ланку, що зв'язує науку з іншими секторами економіки. Наука, поставляючи на ринок інтелектуальний продукт, отримує необхідні їй для подальшого розвитку фінансові ресурси, а економіка одержить новий ресурс для свого розвитку – інновації, які дозволять якісно змінити виробництво і вивести вітчизняну промисловість на конкурентоспроможний рівень. Залучення інтелектуального ресурсу в ринкові відносини призведе до трансформації науки і її переходу з дотаційної сфери в повноправну і високоефективну частину економіки.

Останнім часом в Україні поступово зростає увага до „венчурного” бізнесу. Таку тенденцію можна легко пояснити тим, що в умовах інтенсивного науково-технічного прогресу відмова від здійснення ризикових, але перспективних підприємницьких проектів на практиці несе загрозу значно більших фінансових втрат для економіки і суспільства загалом через втрату конкурентоспроможності національних виробників на внутрішньому і зовнішньому ринках. Сьогодні вже напрацьовано низку законодавчих актів, зокрема, якщо звернутися до статистичних даних, то тільки в період з 1999 по 2006 рік в Україні нараховується близько 40 Указів Президента, які спрямовані на розвиток інноваційної діяльності, близько 32 постанов Кабінету міністрів, близько 50 програм державних комісій, спрямованих на врегулювання інноваційної сфери, покращенню інвестиційного клімату в державі. Проте, досі не дано визначення суті, функцій, принципів діяльності саме венчурних фондів і венчурних компаній [3].

Першим з основних стратегічних орієнтирів економічної політики Уряд України вважає економічне стимулювання створення конкурентоспроможних виробництв у промисловості України, трансферу технологій та інноваційної діяльності. Пріоритетом діяльності Кабінету Міністрів України, зазначеним у Програмі «Український прорив: для людей, а не політиків» є побудова сучасної конкурентоспроможної економіки на основі інноваційної та інвестиційної діяльності, заохочення спрямування фінансових, технологічних та організаційних ресурсів на інноваційні цілі.

Реалізуючи Програму діяльності Уряду, Державне агентство України з інвестицій та інновацій визначило п'ять пріоритетів своєї діяльності на 2008 рік. Серед них – удосконалення інституційної інфраструктури забезпечення державної інвестиційної політики, одним із заходів реалізації якого є розроблення проекту Закону України „Про венчурні фонди” , який передбачає стимулювання використання коштів венчурних фондів на інноваційний розвиток.

Український ринок венчурного інвестування істотно відрізняється від іноземних ринків. Найпривабливішими сферами в Україні є будівництво, переробка сільгосппродукції, харчова промисловість, роздрібна торгівля, в той час, як у країнах ЄС і в США – це інвестиції в інновації.

Венчурні фонди в Україні використовуються для оптимізації управління активами фінансово-промислових холдингів та зниження податкового навантаження, тоді як венчурне інвестування (або інвестування ризикового капіталу) у світі залишається одним із найважливіших джерел капіталу для компаній, швидкий ріст та розвиток яких постійно потребує додаткових зовнішніх інвестицій. Венчурні інвестиційні фонди повинні стати головною ланкою зв'язку між інвестиціями та інноваціями як складовими економічного зростання.

Ринок венчурного інвестування в Україні почав розвиватися зовсім недавно (на початку 90-х років). На сьогоднішній день розвиток венчурної індустрії в Україні стримується слабкою законодавчою базою, нерозвиненістю фондового ринку, непрозорістю фінансової діяльності компаній, відсутністю гарантій для інвестора.

Український венчурний бізнес знаходиться сьогодні на стадії якщо не зародження, то дуже раннього розвитку. Західні країни вже мають хороший досвід в організації системи венчурного інвестування. У них не відразу все виходило добре, вони вчилися на своїх помилках, оскільки були „першопрохідцями”. Ми зараз маємо співставити зарубіжний досвід з нашими можливостями і зробити все, щоб венчурний бізнес в Україні, в класичному його розумінні, теж запрацював на всю потужність. У цьому, в першу чергу, повинна бути зацікавлена держава. Отже, треба почати саме з державної підтримки і можливості застосування зарубіжного досвіду в цьому напрямі.

Література

1. Биконя С.Ф. Роль держави в активізації інноваційного розвитку України // Научні труди ДонНТУ.

Серия: экономическая. Выпуск 76. – 2004. – С. 29.

2. Дагаев А. Механизмы венчурного (рискового) финансирования: мировой опыт и перспективы развития в России // Менеджмент в России и за рубежом. – 1998. – № 1.

3. Долгополова Л.М. Венчурне інвестування – панацея інноваційної діяльності: приклад США та країн Європи// http://www.rusnauka.com/21_NIEK_2007/Pravo/24534.doc.htm.

4. Москвін С. Венчурні фонди компанії з управління активами як феномен спільного інвестування в Україні // <http://www.usfa.org.ua/publ/Vent.htm>

5. Поручник А.М., Антонюк Л.Л. Венчурний капітал: зарубіжний досвід та проблеми становлення в Україні: Монографія. – К.: КНЕУ, 2000. – 172 с.

6. <http://enbv.narod.ru/text/Econom/encyclo/str/E-117.html>

7. <http://www.innovations.com.ua/ukr/innovations/135/15/53/>

8. <http://www.ukrstat.gov.ua/>

9. http://www.uaib.com.ua/files/articles/201/15_4.pdf

10. <http://www.zakon.rada.gov.ua/>

Надійшла 13.04.2008 р.

УДК 334.78 (477)

О. А. ФОМОВА

Хмельницький національний університет

ПРОБЛЕМИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР В УКРАЇНІ

Створення конкурентноздатної економіки інноваційного типу - це питання, що вважається головним пріоритетом державної ваги при формуванні соціально-економічної політики України. Враховуючи динаміку світових тенденцій, не виникає сумнівів, що її базис формує наукомістке високотехнологічне виробництво, основу якого складають такі галузі як літакобудування та ракетно-космічна сфера, мікроелектроніка та телекомунікації тощо [1].

На сучасному етапі розвитку міжнародних відносин і розміщення сил у світі дедалі важливішого значення набуває високий рівень національного науково-технічного потенціалу, прогресивність застосовуваних технологій, їхня ефективність. Певна річ, характеристику такого комплексного явища, як науково-технічний розвиток, можна уявити досить виразно, лише спираючись на практичний досвід промислово розвинутих країн, що йдуть попереду в науково-технічному прогресі, їхні статистичні дані й наукові розробки.

В багатьох інформаційних джерелах, які присвячені розгляду окресленої проблеми, переважають дослідження, в яких безпосередня увага приділяється формуванню національної інноваційно-виробничої системи, які зосереджені на розкритті глибинної сутності структурних перетворень української економіки, на аналізі ймовірних наслідків вибору тієї чи іншої моделі господарювання, а також на доведенні необхідності державної підтримки означеного процесу [2; 3, с.37; 4,с.9]. Окремо необхідно виділити праці співробітників Інституту прогнозування НАН України Данько М.С., Гусева В.О., результати яких дають змогу іншим дослідникам скласти загальне уявлення про структуру проблеми та визначитися з вектором подальших наукових розвідок.

Формування корпоративного сектора із забезпеченням ефективного управління створеними корпораціями виступає однією з ключових проблем на сучасному етапі ринкових трансформацій в Україні. Останні дослідження українських вчених Г.В.Козаченко, Г.В.Назарової, М.В.Чечетова, присвячені проблемам суто корпоративного управління. Незважаючи на глибину і комплексність зазначених робіт, майже невизначено залишається проблема формування організаційного-економічного механізму корпоративних структур, який певної міри обумовлює ефективний розвиток корпорацій у довгостроковому періоді. Як бачимо, що саме крупні корпоративні структури являються складовою національної інноваційної системи, основна роль яких є створення технологій на основі НДДКР і в ринковому освоєнні інновацій.

В основі будь-якої системи економічних відносин лежить та чи інша форма власності, яка передбачає відповідну специфіку механізму господарювання й адекватну систему відносин. Корпоративна власність, яка має ознаки як індивідуально-приватної, так і колективної форми власності, є вихідною основою реалізації системи корпоративних відносин. Корпоративні відносини є складовою постприватизаційних відносин великих підприємств, а також складовою економічних відносин в інвестиційно-інтеграційному процесі.

Тенденції останніх десятиліть свідчать про те, що більш успішними в процесі впровадження інновацій виступають саме інтегровані структури бізнесу, які забезпечують конкурентні переваги не лише самому товаровиробникові, але й тим державам, на теренах яких розміщені їх виробничі структури [6]. Кількість корпорацій у світі така, що давно переросла в якість, в масштабній і переважаючий державно-корпоративний уклад, про що не скажеш стосовно України (табл.1). Більше того, розглядаючи праці науковців, що досліджують проблему, бачимо, що протягом останнього часу відбуваються неперервні укрупнення підприємств шляхом інтеграції, злиття тощо. Підґрунтям для такого процесу виступає, насамперед, кооперація,

яка поступово переростає в інтеграцію.

Таблиця 1

Динаміка питомої ваги корпоративних структур в загальній кількості підприємств в Україні

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Всього кількість об'єктів ЄДРПОУ за організаційно-правовими формами господарювання	834886	889330	935578	981054	1023396	1070705
з них:						
Корпорації	609	648	717	761	798	824
у % до загальної кількості	0,07	0,07	0,08	0,08	0,08	0,077
Консорціуми	57	61	62	66	77	80
у % до загальної кількості	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Концерни	380	385	395	388	397	406
у % до загальної кількості	0,05	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
Акціонерні товариства (АТ)	39942	35134	35016	34662	34571	33976
у % до загальної кількості	4,78	3,95	3,74	3,53	3,38	3,17
з них:						
ВАТ	12089	12171	12137	11906	11730	11345
у % до АТ	30,27	34,64	34,66	34,35	33,93	33,39
у % до загальної кількості об'єктів ЄДРПОУ	1,45	1,37	1,30	1,21	1,15	1,06
ЗАТ	22100	22255	22194	22089	22167	21948
у % до АТ	55,33	63,34	63,38	63,73	64,12	64,60
у % до загальної кількості об'єктів ЄДРПОУ	2,65	2,50	2,37	2,25	2,17	2,05

Джерело: складено за даними Статистичного щорічника України за 2005 рік / За ред. Осауленка О.Г. – К.: Вид-во „Консультант”, 2006, с.83

Аналіз таблиці показує, що кількість корпоративних структур з кожним роком у порівнянні до загальної кількості об'єктів ЄДРПОУ збільшується, в період з 2001 – 2006 років кількість корпорацій збільшилась у 1,35рази. Взагалі, як бачимо, у корпоративному секторі економіки починаючи з 1994 р. до сьогодні, почалося інтенсивне створення акціонерних товариств, і відбувалося воно двома способами, це зумовлене перетворенням діючих державних підприємств, та після завершення активних процесів їх реформування відбувалося шляхом здійснення підприємницької діяльності. До цього слід додати, що значна кількість підприємств була приватизована шляхом оренди з наступним викупом, котрі як організаційно-правові форми господарювання вибирали, як правило, закрите акціонерне товариство або товариство з обмеженою відповідальністю.

З позицій процесів формування корпоративного сектора окремих інтерес викликає порівняння показників інвестиційно-інноваційної діяльності відкритих (ВАТ) і закритих акціонерних товариств (ЗАТ). Це зумовлене тим, що відкриті акціонерні товариства у ринковому середовищі мають більш сприятливі умови для залучення зовнішніх джерел інвестування. Слід зазначити, що в процесі корпоратизації державні підприємства перетворювалися виключно у ВАТ, а при приватизації за активною участю трудових колективів - переважно у ЗАТ або товариства з обмеженою відповідальністю. Це зумовлене тим, що в умовах відсутності досконалого корпоративного права, яке б забезпечувало цивілізовані корпоративні відносини, а також можливості ініціювання перерозподілу структури власників форма господарювання у вигляді ЗАТ виявилася найбільш придатною. Саме тому зараз в економіці України (згідно з статистичною звітністю) частка ЗАТ перевищує ти становить 54%, а ВАТ - лише 46%.

Таким чином, аналіз процесів формування та функціонування національної інноваційної економіки залежно від організаційно-правових форм господарювання свідчить, що як закономірність слід визначити провідну роль корпоративного сектора, ядром якого є акціонерні товариства та, як правило, похідні від них корпоративні інтегровані структури, котрі суттєво впливають на загальні тенденції соціально-економічного розвитку (перш за все, стосовно інвестиційної та інноваційної діяльності). Та взагалі, з погляду активізації інноваційної діяльності, вагомі переваги мають відкриті акціонерні товариства, оскільки завдяки їм можливо залучити кошти багатьох інвесторів шляхом публічного розміщення акцій.

Розглядаючи статистичні дані, автор дійшов висновку, що вітчизняний бізнес не зацікавлений і інноваціях, тому що реалізується всього 8- 10% інноваційних ідей і проектів, у порівнянні США - 82%, а в Японії - 95%. За останні роки тільки 5% зареєстрованих винаходів і ефективних моделей були об'єктами комерційних справ. Більше 70% всіх винаходів спрямовані на підтримку або незначні вдосконалення існуючих і здебільш застарілих видів техніки й технології. Лише 1/3 створюваних зразків нових типів машин і

встаткування мають охоронні документи на промислову власність, 75% - не мають сертифікатів якості й безпеки, 64% - систем сервісу й експлуатаційного обслуговування, технології утилізації відходів виробництва.

Структурні зміни за формами власності інноваційно активних підприємств у цілому корелюються з аналогічними процесами в цілому по всіх сукупності підприємств промисловості України. Як бачимо, інноваційна активність вітчизняних промислових підприємств характеризується досить низькою своєю активністю і демонструє стійку тенденцію подальшого зниження. У 2005 році інноваційною діяльністю у промисловості займалися 1193 обстежених промислових підприємств, що у 1,82 рази менше, ніж у 1994 році, що свідчить про недоліки в управлінні, організації і фінансуванні інноваційною сферою країни. Зниження інноваційної активності промислових підприємств свідчить про обмеженість їх платоспроможного попиту на інновації та відсутність дієвих стимулів до інноваційної діяльності (рис. 1).

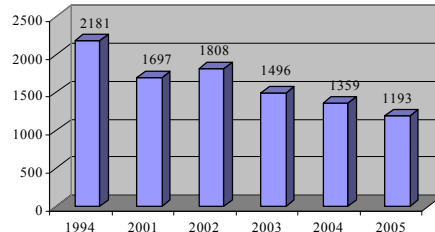


Рис. 1. Кількість підприємств, що займаються інноваційною діяльністю

Джерело: розраховано за даними: Наукова та інноваційна діяльність в Україні: Стат. зб. / Держкомстат України – за відповідні роки.

Із них 75,8 % підприємств витрачали кошти на створення і впровадження нової продукції та нових технологічних процесів, тобто на виконання досліджень і розробок, здійснення виробничого проектування та іншу підготовку виробництва до впровадження інновацій, придбання машини та обладнання, яке необхідне для впровадження інновацій, нових технологій, проведення робіт з маркетингу та реклами тощо), майже 90 % — впроваджували інновації (поставляли на ринок інноваційну продукцію або застосовували нові способи виробництва за допомогою нових технологій або нового устаткування).

Факторами, які перш за все перешкождали здійсненню інноваційної діяльності, були вартісні, а саме: нестача власних коштів (указали 80,1 % обстежених підприємств), великі витрати на нововведення (55,5 %), недостатня фінансова підтримка держави (53,7 %), високий економічний ризик (41 %), тривалий термін окупності нововведень (38,7 %), відсутність коштів у замовників (33,3 %). Також заважала недосконалість законодавчої бази (40,4%), відсутність попиту на продукцію (16%), відсутність кваліфікованого персоналу (20 %), відсутність можливостей для кооперації з іншими підприємствами і науковими організаціями (19,7 %), нестача інформації про ринки збуту (17,4 %), нестача інформації про нові технології (17,3 %). Крім того, 15,5% обстежених підприємств зазначили своє несприйняття нововведень.[7, ст..75]

Напрямки інноваційної активності підприємств (рис. 2) свідчать про те, що найбільша частка робіт у цій сфері їх діяльності припадає на придбання засобів виробництва, і лише близько чверті всієї кількості інноваційно активних підприємств використовують з цією метою власні дослідження і розробки.

Найбільшу частку (46,01 %) у 2005 році в обсязі витрат на технологічні інновації становили витрати на придбання машин та обладнання для інноваційних цілей, майже третину яких становили витрати підприємств металургійного виробництва та з виробництва готових металевих виробів, 20 % -машинобудування. Нові машини, обладнання, установки та інші основні засоби, необхідні для здійснення продуктових або процесових інновацій, придбало кожне друге інноваційно активне підприємство.

Напрямки інноваційної активності промислових підприємств у % до кількості інноваційно активних підприємств

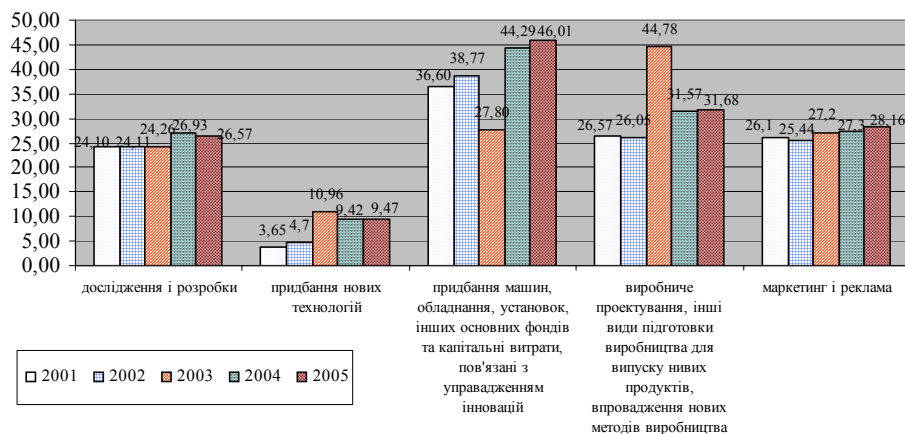


Рис. 2. Напрямки інноваційної активності підприємств

Джерело: розраховано за даними: Наукова та інноваційна діяльність в Україні: Стат. зб. / Держкомстат України – за відповідні роки.

Як свідчать статистичні дані, майже кожне одинадцять інноваційно активне підприємство придбало нові технології (нові знання та досягнення), витрати на придбання яких становили у 2005 р. — 243,4 млн. грн. Кількість закуплених таких технологій становила 697 одиниць, із яких майже все придбане за межами України. На виробниче проектування та інші види підготовки виробництва для випуску нових продуктів, впровадження нових методів їх виробництва підприємства у 2006 році витратили 954,7 млн. грн. проти 991,7 млн. грн. у 2005 році. Майже кожне третє інноваційно активне підприємство здійснювало такі роботи.

Слід зазначити, що інноваційні процеси суттєво вплинули на діяльність промислових підприємств, на яких інноваційна діяльність здійснювалась протягом останніх трьох років. Потреба в постійному оновленні асортименту виготовлюваної продукції (77,6% інноваційно активних підприємств) й технології її виготовлення змушує вводити наукові й проектні розробки в систему діяльності підприємств, орієнтуючи їх на прискорення інноваційних процесів; розширювати традиційні ринки збуту продукції (72,3%); створювати нові ринки на Україні (58,7%) та за її межами (39,0%) Так відбувається злиття науки, техніки і виробництва (якому належить провідна роль) у єдине ціле, що породжує нові та використовує їх. Перенасичений ринок змушує виробників відмовлятися від жорстких інерційних технологічних і організаційних структур, створювати ризикові фірми й ризикові капітали, розширювати виробництво, переходити на випуск наукомісткої продукції. Завдяки цьому на 53% підприємств підвищилась гнучкість виробництва, поліпшилися умови праці та зросли виробничі потужності; майже 31% підприємств замінили зняту з виробництва застарілу продукцію та інше.

Необхідно зазначити, що інноваційна активність промислових підприємств відбувається в умовах жорстких бюджетних обмежень. Рентабельність операційної діяльності промислових підприємств оцінюється на рівні 5,5 % (2005 р.), багато з них взагалі є збитковими [7]. Власних коштів підприємств недостатньо, залучення коштів на фінансовому ринку є недоступним, до того ж державна підтримка інноваційної активності практично відсутня, інноваційна інфраструктура не розвинена. Тому підприємства намагаються ігнорувати довготривалі наукоємні проекти внаслідок чого розпадається науковий сектор.

Досить важливим етапом інноваційної діяльності є пошук кардинальних взаємозв'язків і взаємозалежності між показниками технічного рівня, якості застосовуваних нововведень із умовами їхнього виробництва й експлуатації й з економічною ефективністю. Зі зміною господарської ситуації при переході до ринкової економіки для підприємства відбулася переорієнтація критеріїв технічного й технологічного рівня й економічної ефективності нововведень. У короткостроковому плані впровадження нововведень погіршує економічні показники, збільшує витрати виробництва, вимагає додаткових капіталовкладень у розвиток НДДКР. Крім того, інтенсивні інноваційні процеси, у тому числі впровадження нової техніки й технології, порушують стабільність, збільшують невизначеність і підвищують ризик виробничої діяльності. Більше того, інновації не дозволяють повністю використовувати виробничі ресурси, знижують завантаження виробничих потужностей, можуть привести до неповного використання персоналу, до масових звільнень.

У науковому середовищі серед розробників новітньої техніки і технологій все більше формується усталене розуміння того, що трансформація науково-технічних розробок в інноваційний продукт, придатний для визнання на світовому ринку, є найскладнішим і найважливішим етапом у ланцюзі, який пов'язує розробника нової техніки і технології зі споживачем. Складний він тому, що розробники, науковці не мають необхідних знань щодо пріоритетів ринку та потреб споживача, у них не вистачає досвіду підприємництва у цій сфері діяльності. На жаль, більшість керівників підприємств, організацій, установ також мають слабе уявлення про можливості комерційного використання об'єктів права Інтелектуальної власності. Вони займаються впровадженням новітніх розробок і намагаються продовжувати цю роботу в нових економічних умовах, але просування інтелектуальної продукції на ринку, особливо зовнішньому, вимагає спеціальних економічних знань, володіння методами маркетингу цього специфічного товару.

Усвідомлення важливості і значущості інноваційної діяльності зробило проблему її активізації об'єктом пильної уваги, звело необхідність теоретичного та практичного вирішення цього питання до рангу одного і першочергових завдань як на державному рівні, так і на рівні окремого підприємства. Звичайно не можна заперечувати пріоритетність цих аспектів інноваційної політики, як необхідних умов не тільки інтенсифікації, а й існування інноваційної діяльності взагалі, та поряд із цим неправомірно недооцінювати роль людського чинника в інноваційних перетвореннях - напевно головної рушійної сили інноваційного розвитку [8, с.85]

В умовах нинішньої ринкової конкуренції для того, щоб протистояти тенденції до зниження норми прибутку, підприємства промислово розвинутих країн змушені проводити свідому інноваційну стратегію, збільшувати обсяги виробництва, реалізації та прибутку, підвищувати продуктивність праці, знижуючи фондомісткість, прискорювати оборотність вкладеного капіталу створенням нових потреб у своїх покупців, освоювати і поставляти на ринок якісно нові види продукції, та постійно вдосконалювати технологію їх виробництва.

Важливою проблемою на шляху створення національної інноваційної системи є також відсутність розгалуженої мережі фондів фінансової підтримки науково-технічного розвитку, до джерел утворення яких, крім бюджетних ресурсів, були б залучені на взаємовигідних умовах кошти великого бізнесу, відповідних іноземних фондів, що дозволить розвиватися і використовуватися науково-технічному потенціалу. Результати завершених державних науково-технічних програм свідчать про те, що навіть в умовах недостатнього і нестабільного фінансування програмно-цільове управління науково-технічним розвитком є ефективним інструментом вирішення важливих проблем техніко-економічного зростання країни. Цьому

сприяють і започатковані в останні роки тенденції комерціалізації науково-технічних розробок.

Проведений аналіз інноваційної активності корпоративного сектора дозволяє зробити висновок, що корпоративні структури на сучасному етапі не здатні розгорнути високопродуктивну науково-технічну та інноваційну діяльність. За таких умов постає питання про унеможливлення становлення вітчизняних корпоративних структур, які б конкурували з аналогічними утвореннями на міжнародному ринку.

Література

1. Гальчинський А.С, Гесць В.М., Кінах А.К., Семиноженко В.П. Інноваційна стратегія українських реформ. – К.:Знання України, 2002. – 336с.
2. Багриновський К.А., Бендіков М.А, Хрусталев Е.Ю. Современные методы управления технологическим развитием. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2001. – 272с.
3. Калитич Г. Функціонально-інформаційний синтез наукового, технологічного та інноваційного розвитку // Економіка України. – 1999. – №10. – С.37.
4. Калитич Г. Функціонально-інформаційний синтез наукового, технологічного та інноваційного розвитку // Економіка України. – 1999. – №10. – С.37.
5. Економіка України: підсумки перетворень та перспективи зростання. За редакцією академіка НАН України В.М. Гейця. – Х.: Форт, 2000. – 432с.
6. Горбатов В.М. Конкурентоспособность и циклы развития интегрированных структур бизнеса: Монография. – Х.: ИД «ИНЖЭК», 2006. – 592 С.
7. Національна інноваційна система України: проблеми формування та реалізації. / Упор. Г.О. Андрощук, М.М.Шевченко. – К.: Парламентське видавництво, 2007. – 304 С.
8. Кравченко С.І., Недбаєва В.М. Формування системи мотивації інноваційної діяльності працівників підприємства // Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. Выпуск 87. - 2004. – С.83-90.

Надійшла 06.04.2008 р.

УДК 330.01

А. В. СТОЯН

Донбасская Национальная академия строительства и архитектуры

ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ УКРАИНЫ В КОНТЕКСТЕ НООСФЕРНОГО УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КАК ВОСПРОИЗВОДСТВЕННОГО МИРОВОГО НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Сегодня любые научные исследования, направленные на выработку стратегии развития, не могут быть эффективными без учета имеющихся мировых тенденций и современных вызовов. Можно, по С. Вовканичу, определить четыре основные направления развития, обусловленные требованиями нашего времени [1, с.48]:

- принятие Украиной инновационной модели собственного развития;
- постепенная социализация Украиной новой мировой парадигмы устойчивого развития, основание которой было положено в конце прошлого тысячелетия (Рио-де-Жанейро, 1992), подтвержденной как мировая теория и практика цивилизационного прогресса третьего тысячелетия на Саммите Земли в 2002 г.(Йоханнесбург). Это предопределяет приоритетное направление инвестиционно-инновационной деятельности Украины и мирового сообщества в целом.

Ученые все больше склоняются к мысли, что «устойчивое развитие общества – не система показателей, которые должны быть достигнуты в соответствующие сроки на соответствующей территории, а прежде всего духовное – духовно-информационное направление, в котором должны двигаться общества, народы, государства и отдельные индивиды уже сегодня, завтра и в далеком будущем» [2, с.14]. Теория устойчивого развития на любом ее уровне (страны или региона, наций или отдельной личности) должна целостно и всесторонне охватывать весь комплекс стратегических инновационных приоритетов и базовых факторов, которые делают возможным такое развитие в плане сохранения для следующих поколений как национальной отделенности, так и разнообразия мира. Ее предметом не могут быть лишь задачи, которые сегодня стоят перед экономистами, защитниками природной среды или работниками социальной защиты. Поле исследований здесь значительно шире. Оно охватывает насущные для человека и нации духовно-моральные, интеллектуально-инновационные проблемы. Без их решения невозможно устойчивое развитие того или другого социума [1, с.49].

Итак, устойчивое развитие, по С.Вовканичу, – это не только обеспечение кадрами той или другой области производства, проведение надлежащей экологической и социальной политики, но и общецивилизационное инновационное движение к познанию, когда качество знаний национального образования и науки, уровень культуры, а также информационные коммуникации все больше определяют

духовно-интеллектуальный потенциал общества. А от него в значительной мере зависят демократичность устройства страны, жизненное благосостояние, социальная защита, состояние экологии, здоровье населения и т.п. Как свидетельствует практика, именно высокий интеллектуальный и инновационный потенциалы, духовно-образовательный уровень людей детерминируют эффективность решения экологических и бытовых проблем, а не наоборот [1, с.49].

Пренебрежение этим в сфере инновационного развития приводит к тому, что развитие производства и рост масштабов хозяйственной деятельности, в ходе которых человек использует все большее количество природных ресурсов, предопределяют тотальное усиление антропотехногенного воздействия на окружающую среду и нарушение равновесия окружающей природной среды. А это, в свою очередь, приводит к обострению социально-экономических проблем. Одновременно с исчерпанием запасов невозобновляемых сырьевых и энергетических ресурсов усиливается загрязнение окружающей среды, особенно водных ресурсов и атмосферного воздуха, уменьшаются площади лесов и плодородных земель, вымирают растения и животные. Все это подрывает природно-ресурсный потенциал общественного воспроизводства и негативно отражается на здоровье человека[3].

Поскольку воспроизводственная экология как инновационная система обеспечения безопасности жизнедеятельности сейчас не является не только приоритетной целью развития, а вообще не является целью развития хозяйственных систем, [4], то ни основной, ни побочный продукт в виде отходов функционирования хозяйственных систем на уровне духовно-информационном, то есть уровне планирования деятельности и инвестиционного-инновационного развития хозяйственных систем, заранее не является заданно-совместимым с природной средой, а поэтому проявляется уже на экологическом уровне их развития, поступая в природу и нарушая циклы ее самовоспроизводящегося функционирования.

Поэтому, безусловно, принцип сохранения воспроизводственной функциональной целостности и способности к саморегуляции биосферы [5, с. 25] должен стать для хозяйственной деятельности основополагающим инвестиционно-инновационным воспроизводственным духовно-экологическим приоритетом развития. Это, в свою очередь, вызывает к жизни комплексную, системную, информационную, междисциплинарную проблему – определение инновационных воспроизводственных условий и механизмов «включения» хозяйственной деятельности в динамику биосферы (биогенезов), то есть, по А.А. Садекову, воспроизводственной биосферосовместимости хозяйственной деятельности как главного критерия воспроизводственной экологизации. Реализация этого задания нуждается в ноосферной коррекции развития социальной сферы для формирования соответствующих мировоззренческих позиций человека, чтобы он на высоком инновационном уровне был способен решить проблему воспроизводственной биосферосовместимости развития экономической сферы, в первую очередь, воспроизводственной экологизации научно-технологического развития как основы воспроизводственных экоиновационных преобразований в экономической сфере. Без формирования и развития соответствующего духовного потенциала человека, формирования общественного менталитета, эта задача вообще не может быть положительно решена.

Социально-экономическое развитие должно основываться на принципах учета возможности природных комплексов обеспечивать нормальное функционирование биосферы и локальных экосистем. От этого в решающей мере зависит их полезная производительность, качество и комфортность жизненной среды, экологическое и экономическое благополучие населения [3, с. 31]. Предпосылками решения данной проблемы является ряд исследований отечественных и зарубежных ученых, в частности, А. Садекова [5], [6], О.П. Литовки, Л.А. Дедова, К.В Павлова, М.М. Федорова [7], В.Трегобчука [3] Устойчивое воспроизводство жизнедеятельности человека, общества и природной среды требует обоснования стратегических воспроизводственных принципов и соответствующего хозяйственного механизма природопользования для разработки принципиально новых экоиновационных технологий, что и является целью настоящего исследования

Наличие сбалансированных воспроизводственных форм отражения возможных состояний контактирующих между собой эколого-экономических факторов способствует зарождению качественно новых свойств, задающих системному единству более высокий уровень – ноосферный, духовно-экологический. Например, связанный со сбалансированными свойствами развития техногенеза, который способен и должен позитивно вписываться в общий вещественно-энергетический воспроизводственный баланс природной системы, создавая тем самым биосферосовместимый тип хозяйственного развития экономики [7,с.176]. Именно в этом сущность процесса экологизации общественного развития, в котором экологическая политика выполняет функцию уже как интегратор не просто эколого-ориентированных связей, как внутренних (между подсистемами общества: экономической, научно-технической, социальной и т.д.), так и внешних (в системе «общество-природа»), а воспроизводственных духовно-экологических системных связей. При таком подходе основой народного хозяйства действительно становятся воспроизводственные экоиновации, когда стоимость возобновления природной среды и восстановления ее функционирования органически будут включаться в стоимостный обмен общественной экономики, а воспроизводственный экоиновационный тип его развития становится условием перехода к воспроизводственной эколого-экономической сбалансированности, на основе воспроизводственных духовно-экологических приоритетов устойчивого развития общества. Отдельные отрасли и сферы общественного производства ставят различные, нередко прямо противоположные требования к одним и тем же природным ресурсам или условиям окружающей среды. Основное внимание они

сосредотачивают на использовании ресурсов и условий окружающей среды, а решение вопросов их охраны и воспроизводства оставляют обществу.

Так, причины, вызывающие количественное и качественное воспроизводственное истощение атмосферного воздуха и нарушение воспроизводственных процессов в биосфере, едины и определяются характером применяемых в городах технологических процессов, особенно связанных со сжиганием топлива. При этом посредником выступает качественный атмосферный воздух, который в результате истощается и количественно, и качественно. В то же время при потреблении воздуха истощаются и не возобновляются многоотходные минеральные ресурсы, которые из литосферы, где они находятся в приемлемой для природной среды воспроизводственной экологически оптимальной форме, в результате потребления в технологических процессах переводятся в воспроизводственную экологически неоптимальную форму, неприемлемую для природной среды, загрязняя атмосферу, гидросферу и саму литосферу региона.

Литосферу следует рассматривать как платформу, на которой располагается природный потенциал, самовоспроизводящий все составные части биосферы, в том числе и саму литосферу. Этот потенциал – живая часть биосферы. В процессе ее отмирания образуется литосфера, в которой располагаются все водные и прочие артерии, питающие самопроизводящийся живой потенциал. Нарушение этих и других информационных, вещественных и энергетических взаимосвязей вследствие добычи и использования минерального сырья без учета законов воспроизводственного функционирования природной среды как естественной экономической системы ведет к разрушению всей природной среды, к нарушению ее самовоспроизводства. Отсюда следует необходимость оценки природных ресурсов на основе системного комплексного воспроизводственного подхода к природной среде с учетом их воспроизводственной информационной, вещественной, энергетической полифункциональности в природной среде и в экономической деятельности человека.

Воспроизводственная стратегия устойчивого развития экономики исходит из того, что традиционный подход к оценке экономической эффективности не учитывает в достаточной мере всех воспроизводственных взаимоотношений в системе «технология – природная среда», законов функционирования и воспроизводства природной среды, изначально предполагает прогрессирующее воспроизводственное духовно-экологическое, т. е. информационно-заданное воспроизводственное природоразрушение. Это не позволяет в полной мере реализовать в инвестиционно-инновационной на практике и концепцию безотходного производства, вызывает лавинообразное нарастание экономических затрат, связанных с ликвидацией последствий природоразрушения и истощением природного ресурсно-сырьевого потенциала по мере продвижения общества в будущее. Нарушения же самовоспроизводства биосферного потенциала связаны с неприоритетностью воспроизводственного духовно-экологического как информационного и эколого-экономического фактора в развитии НТП.

В то же время в системе целей как предприятий, так и научно-исследовательских институтов, занимающихся инновационными проблемами ресурсосбережения, отсутствует инновационная приоритетность воспроизводственных задач экологии, при которой они бы определяющим образом влияли на все остальные цели системы и тем самым создавали основу общей направленности ресурсосберегающего мероприятия на воспроизводственную защиту природной среды от истощения. Это связано с отсутствием такой комплексной воспроизводственной духовно-экологической, как информационной и эколого-экономической оценки ресурсосберегающих мероприятий, действующих и проектируемых технологий, которая тесно взаимосвязана с должной воспроизводственной комплексной экономической оценкой природных ресурсов и направленностью всей системы платежей за них на устойчивое воспроизводство потребленных потенциалов природной среды как основы существования человечества в будущем.

В рамках работ по созданию концепции платы за атмосферный воздух, разработана концепция экологически оптимального природопользования в регионе [4], т. е. природопользования, информационно-адекватного природной среде, или – осуществляемого без нарушения, прежде всего, воспроизводственных духовно-экологических как информационных законов ее функционирования и в то же время обеспечивающего ее воспроизводство в самой полной мере и с избытком, учитывая необходимость восстановления уже нарушенной среды и необходимость расширенного воспроизводства человеческой жизнедеятельности. Разработаны и сформулированы основные воспроизводственные духовно-экологические принципы такого регионального природопользования, к которым относятся воспроизводственные принципы информационной, экологической, энергетической и экономической оптимальности природопользования с приоритетом воспроизводственных принципов информационной и экологической оптимальности.

Сущность и приоритет воспроизводственного принципа информационной (духовно-экологической) оптимальности заключается в развитии современного общества как информационного воспроизводственного сообщества и в приоритетном воспроизводственном воздействии информационных ресурсов на особенности использования материальных и энергетических ресурсов. Системный анализ богословия и синергетики как наук о безопасном и устойчивом развитии [8, с.12] и особенностях воспроизводственной структуризации природных систем показывает, что наша Вселенная сформировалась как единая информационная система с заданными воспроизводственными информационными параметрами, принципами, закономерностями, которые обеспечивают воспроизводственное формирование живых систем, жизнеобеспечивающих и жизнеподдерживающих структур и компонентов в природной среде. Это в свою очередь означает, что компоненты и подсистемы биосферы имеют особые воспроизводственные параметры обмена веществом,

энергией, информацией, которые обеспечивают существование, устойчивое воспроизводство и развитие этих компонентов и подсистем. Отсюда следует, что мы можем вести речь о воспроизводственном экологически оптимальном природопользовании, что означает возможность формирования и развития воспроизводственного экологически оптимального обмена веществом, энергией, информацией между человеком, обществом и компонентами как подсистемами природной среды, направленными на взаимную поддержку и воспроизводство процессов жизни и жизнедеятельности в живых и неживых системах. Это в свою очередь определяет и воспроизводственные параметры формирования и развития искусственной среды существования и развития человека и человеческого общества, совместимые с воспроизводственными параметрами и потребностями существования живой природной среды.

Сущность воспроизводственного принципа экологической оптимальности заключается в следующем: все, что извлекается посредством труда из природной среды, должно извлекаться в форме и способом, которые приемлемы для природного самовоспроизводящегося потенциала, способствуют его нормальному функционированию (либо позволяют быстро восстановить его функционирование в самой полной мере), т. е. воспроизводству и развитию, а не деградации всей природной среды. Такие форма и способ называются воспроизводственными экологически оптимальными.

Все, что извлечено из природной среды, должно быть в настоящем и будущем переработано при производстве и потреблении и возвращено в природную среду также воспроизводственным экологически оптимальным образом. Воспроизводственный принцип энергетической оптимальности заключается в следующем: природная среда региона во всем многообразии своих ресурсов и их свойств отдает свою энергию человеку для его жизнедеятельности. Точно так же человек должен отдавать обратно свою энергию, в частности, всех процессов производства и потребления – для воспроизводства природного потенциала (естественно, в экологически оптимальной форме). В этом выражается приоритет воспроизводственного принципа экологической оптимальности.

Воспроизводственный же принцип экономической оптимальности означает такое построение человеческой жизнедеятельности, при котором ее результаты обеспечивают постоянное воспроизводство потребленного природного потенциала в самой полной мере и с избытком в воспроизводственной экологически оптимальной форме, чтобы обеспечить возможность постоянного здорового расширенного воспроизводства нынешнего и будущих поколений человечества и их жизнедеятельности, т. е. для осуществления долговременного бытия, а в духовно-экологическом аспекте – благобытия – полезного бытия человечества на планете и за ее пределами при минимально возможных затратах всех видов ресурсов на это. Его реализацию должны обеспечить экоинновационные научные и научно-технологические разработки, направленные на значительное повышение самовоспроизводящих, восстановительных и ассимиляционных функций почв, водоемов, особенно рек и озер [3, с.38 – 39].

Основой для практической реализации воспроизводственного экологически оптимального природопользования служит воспроизводственная экологически оптимальная технология, которая определяется как совокупность технологий производства и потребления, функционирующих в соответствии с изложенными воспроизводственными принципами. Такая технология по своему действию аналогична природным воспроизводственным системам. Ее прообразом может служить технология экологически чистого производства сельскохозяйственных культур и переработка отходов их производства и потребления установкой по производству биогаза. [9]. Для перехода к этой технологии комплексная воспроизводственная эколого-экономическая оценка действующих и перспективных технологий, в том числе еще на предпроектных стадиях, должна осуществляться посредством методики, в основе которой лежат следующие критерии воспроизводственной экологически оптимальной технологии:

- 1) воспроизводственное экологически оптимальное сырье, топливо, энергия, материалы, полуфабрикаты и т.п.;
- 2) воспроизводственный экологически оптимальный процесс преобразования вещества, энергии, информации;
- 3) воспроизводственные экологически оптимальные технические средства;
- 4) воспроизводственный экологически оптимальный способ ведения процесса;
- 5) воспроизводственный экологически оптимальный труд и его условия;
- 6) воспроизводственная экологически оптимальная продукция.

Последний показатель является результатным и показывает, что все составные части технологии – воспроизводственные экологически оптимальные. Степень воспроизводственной экологической оптимальности продукции устанавливается как произведение степеней воспроизводственной экологической оптимальности каждой из составных частей технологии. Такая оценка технологий позволит в полной мере учесть воспроизводственное влияние технологии (а также любого мероприятия НТП) на природную среду и избежать излишних финансовых расходов, связанных с охраной природной среды и использованием ее сырьевого потенциала, ухудшением условий добычи сырья и его истощения. Естественно, что оценка природных ресурсов при этом осуществляется на основе системного воспроизводственного подхода к природной среде с учетом их духовно-экологической как воспроизводственной полифункциональности в природной среде и в экономической деятельности человека.

Со всех изложенных позиций и должен формироваться и функционировать инвестиционно-

инновационный механизм хозяйственного развития – путем взимания платы за нарушение и истощение окружающей природной среды как внешней – окружающей, так и внутренней – духовно-информационной среды человека и общества, при эксплуатации различных технологий, что особенно актуально в связи с ростом психических отклонений, вызванных воздействием различных технологических процессов, в том числе и средств массовой информации, на воспроизводственную жизнедеятельность и жизнеспособность человеческого организма. Это позволит обоснованно получать с предприятий деньги за воспроизводственную экологическую неоптимальность той или иной части технологии и целенаправленно использовать их на инновационную воспроизводственную экологическую оптимизацию этой части технологии. Плата за воздух при этом и призвана стимулировать инновационную воспроизводственную экологическую оптимизацию технологий в части атмосферного воздуха, обеспечивая тем самым приоритет воспроизводственного духовно-экологического как информационного и эколого-экономического фактора в развитии НТП. Это же позволит и корректировать величину экономического эффекта на основе критерия воспроизводственной биосферосовместимости. Величина экономического эффекта, умноженная на степень воспроизводственной экологической неоптимальности, покажет потери экономического эффекта от воспроизводственной экологически неоптимальной технологии.

Для Украины создание таких технологий означает безусловный воспроизводственно-технологический прорыв на совершенно новую, еще неизвестную для других стран природо- воспроизводящую стадию инновационного общества, ее безусловный приоритет в мировом инновационном развитии.

Однако, отсутствие полной замкнутости региона как воспроизводственного комплекса, его относительная разрозненность в экономическом, экологическом, социальном, правовом и других отношениях обуславливает необходимость, в первую очередь, создание централизованного регионального фонда для обеспечения природовоспроизводственного развития и размещения производственных сил. Источниками этого фонда могут послужить банковский кредит, республиканские фонды, средства местного бюджета, включающие определенную долю платежей за использование региональных ресурсов (трудовых, земельных, водных, минеральных), компенсационных платежей и репрессивных штрафов за сверхнормативное загрязнение природной среды.

При этом необходимо решение вопроса о том, как должна соотноситься доля государства и общая доля регионов в государственном бюджете; таким образом, следует распределять региональную долю средств между задействованными отраслевыми градациями. Достижение разумного компромисса между финансами национального и регионального уровней может строиться по двум вариантам: 1) вариант предоставления субсидий региональным бюджетам; 2) вариант встраивания в налогово-бюджетную систему блока регионального выравнивания. Значит, должен найти свое отражение учет возможности предоставления финансовых стимулов как за счет использования воспроизводственных экологических фондов государственного бюджета (субсидии, бонификация процента), так и вне его (налоговые льготы, гарантии по кредитам и т.д.). Другой вариант членения системы финансовых стимулов заключается в выделении традиционных фискальных и нефискальных методов решения воспроизводственных задач природохозяйственного профиля

По оценкам О.П. Литовки, Л.А. Дедова, К.В. Павлова, М.М. Федорова [2, с. 178-182], разрешение противоречий местных и ведомственных экологических интересов связано с переходом к новому порядку регионального налогообложения. Регион, определяя дальнейшую судьбу развития экологически неоптимальных как экологически нерентабельных структурных построений должен соотносить величину налоговых поступлений и возможность их использования для поддержания форм сбалансированного воспроизводственного экологически оптимального развития эколого-экономических отношений с размером долевого покрытия возможного ущерба, наносимого природной среде. Итогом может стать не волевое решение о закрытии самого производства, а последовательное его перепрофилирование на основе перехода к экологически безопасным, как воспроизводственным экологически оптимальным видам производственной деятельности. При этом средства такого регионального фонда позволяют обеспечить:

- освобождение на определенный период от отчислений в региональный бюджет предприятий, осуществляющих воспроизводственное экологически оптимальное перепрофилирование;
- предоставление льготных условий при кредитовании мероприятий по природовоспроизводственному экологически оптимальному перепрофилированию;
- материальное поощрение трудовых коллективов, проводящих активную природоохранную деятельность.

С целью эффективного использования средств региональных экологических фондов возможно создание также соответствующих холдинговых компаний, призванных искать и реализовывать рациональные пути вложения инвестиций (финансовых, реальных, интеллектуальных) в экологическую инфраструктуру. Холдинг, как средство объединения ресурсов самостоятельно действующих субъектов, может применяться с целью кооперации природоохранной деятельности, формирования совместных объектов инфраструктуры экологической направленности, в частности, обработки воспроизводственных экологически оптимальных видов технологий, воспроизводственного экологического перепрофилирования и реконструкции действующих предприятий региона.

Необходимо так же и введение различающихся экологических платежей не только по видам, но и по

формам (налоговая, залоговая и страховая). Смысл налоговой формы платежей сводится к тому, что по свершившимся фактам негативного воздействия в течении года назначается величина расчета, размер которого определяется на основе причиненного фактического и, последующего за ним, вероятного ущерба. Смысл залоговой формы заключается в том, что сумма платежа вносится прежде, чем свершается факт производства и сопутствующее ему негативное воздействие на окружающую природную среду. В период становления новой структуры функционирования регионов хозяйственного освоения, вызванного рыночной коррекцией выпускаемого продукта, залоговая форма может быть более целесообразной, чем налоговая, и имеет ряд преимуществ. Страховая форма является в настоящее время весьма перспективной, поскольку предусматривает формирование единой региональной системы создания страхового фонда на случай аварийного, непредвиденного воздействия на состояние природной среды. А также платежи на загрязнение, например:

- стимулирующие платежи, которые возвращаются к «загрязняющему субъекту» в форме субсидий на установку нового воспроизводственного экологически оптимизированного оборудования;
- распределяемые платежи, задействованные с целью компенсации затрат на коллективный или общественный контроль;
- товарные платежи (дифференцированные налоги), вводимые в форме надбавки к ценам экологически неоптимальных (опасных, либо трудноутилизуемых) продуктов, изделий, выпускаемых с применением опасных экологически неоптимальных технологий, а также налога с оборота в составе цен экологоопасной продукции;
- потребительские платежи, стандартизированным путем взимаемые с потребителя.

Система экологического налогообложения и научно-обоснованная система различных типовых платежей за пользование жизненно важными региональными ресурсами и природной средой должны привести к начальной стадии заложения экологически оптимальных форм природохозяйственной деятельности, а также обеспечить формирование соответствующих природовоспроизводственных региональных фондов. Создание подобного рода инструментария предусматривает в первую очередь возмещение ущерба и стимулирование инвестиций в области воспроизводственной экологической оптимизации развития. Актуальной проблемой является, кроме того, создание режима наибольшего благоприятствования воспроизводственной экологически оптимальной деятельности, в том числе освобождение от налогообложения работающих в этой области институтов, предприятий, кооперативов, аналогично предприятиям и организациям, выпускающим товары народного потребления и оказывающих услуги населению, для введения цели «экология» как приоритетной в систему целей их развития. Региональное же управление можно закрепить в виде процесса принятия и реализации проектно-плановых решений по осуществлению целенаправленных воздействий на региональный ресурс в пределах сохранения сбалансированных природовоспроизводственных свойств эколого-экономических отношений. Региональная экономика при этом осуществляет уже вариационный поиск планируемых хозяйственных вариантов регионального развития, обоснованных экономическим путем, при котором основные воспроизводственные параметры регионов хозяйственного освоения, приближаясь к задаваемому уровню экономических форм управления, не изменяли бы своего качественного природного состояния. Это так называемый модифицированный принцип ситуационного управления, заключающийся в выделении класса экспертных задач, способных предвидеть экологические последствия поведения объекта в процессе перебора различных желаемых экономических вариантов для принятия единых воспроизводственных духовно-экологических как информационных и эколого-экономических решений и действующих по схеме: ситуация – решение – соблюдение условий соответствия поставленной цели.

Эффективность работы подобных рычагов может быть достигнута только при обеспечении соответствия экономической теории и стратегии устойчивого развития региональной экономики принципам действия воспроизводственной экологической политики как координирующей формы природохозяйственной деятельности. Разработка подобной воспроизводственной стратегии устойчивого развития составляет суть общей региональной политики, где в качестве главного практического инструмента воспроизводственной сопряженности эколого-экономических отношений выступают, разработанные в рамках региональной экономики, институциональные рамки - соответствующие хозяйственный и правовые механизмы, посредством которых вводятся воспроизводственные экологические ограничения и запреты. Тогда четко прослеживается региональный экономический механизм управления воспроизводственной экологической безопасностью – создание определенных предпосылок и соответствующих им условий, при которых было бы экономически выгодно соблюдать установленные воспроизводственные регламентации и стандарты качества природной среды, а также природовоспроизводственные ограничения для различных видов, форм хозяйственной деятельности и соответствующих им производств. В условиях рынка региональная экономика, таким образом, не только закладывает определенные типовые формы развития региональных связей, но и создает реальные возможности для заложения высококачественных и экологически обоснованных рыночных отношений [2, с. 179].

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Таким образом, на основе экологически оптимального природопользования задачи, принципы и оптимальные технологии воспроизводственной экологии могут и должны быть введены в качестве приоритетных в систему целей инновационного развития предприятий, технологических процессов, научно-технического прогресса в целом и этим обеспечить воспроизводственное экологически безопасное, устойчивое развитие экономики для человека, общества и

природной среды в целом. Что и определяет дальнейшие перспективы исследований в этой области, по формированию принципиально нового ноосферного природовоспроизводящего эконоинновационного типа хозяйственного развития, в Украине и мировом сообществе в целом.

Література

1. Вовканич С. Дім нації і глобалізаційні тенденції (соціогуманістична компонента стратегії розвитку України) // Вісник НАН України. – 2003 – №4. – С.48 – 54.
2. Стоян О. Екологія духу в соціальній і економічній сфері (в контексті стратегії безпеки, сталого розвитку) // Схід. – 2002.–№5. – С.12. – 17.
3. Трегобчук В. Концепція сталого розвитку для України // Вісник НАН України. – 2002. – №2. – С.31–40.
4. Стоян А.В. Духовно-екологічний менеджмент: оптимізація регіонального і національного економічного механізму природопользования // Экономика и право. –2002. –№2.–С. 57 – 63.
5. Садеков А. А. Механизм эколого-экономического управления предприятием. Монография. –Донецк: ДонГУЭТ им. Туган-Барановского, 2002. – С.172 – 183.
6. Садеков А. А. Экоинновационное устойчивое развитие экономики: концептуальный подход // Наукові праці ДонДУЕТ ім. Туган-Барановського, 2002.– С.15 – 50.
7. Литовка О.П., Дедов Л.А., Павлов К.В., Федоров М.М. Эколого-экономические отношения в системе совершенствования процесса регионального развития // Наукові праці Дон НТУ. – Сер. Економічна – Вип.97. – Донецьк, 2005. – С.172 – 183.
8. Желібо Є.П., Заверуха Н.М., Зацарний В.В. Безпека життєдіяльності // За ред. Є.П. Желібо та В.М. Пічі. – Київ: Каравела, Львів : Новий Світ – 2000, 2001.
9. Лузин Ю., Любова А., Стоян А. Плата за воздух // Экономика Украины. –1995. – №10. –С. 74 – 83.

Надійшла 19.04.2008 р.

УДК 314.7:658.53

О. Р. ОВЧИННИКОВА

Хмельницький національний університет

АНАЛІЗ ДЕЯКИХ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ МІГРАЦІЙНИХ ПЕРЕМІЩЕНЬ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Відсутність адекватної офіційної статистики щодо міграційних переміщень та неможливість налагодження статистичного обліку трудових мігрантів актуалізували у найближчій перспективі проведенні вибіркового обстеження та адаптацію отриманих матеріалів для характеристики цього надзвичайно складного соціально-демографічного процесу. Отримати достовірні дані можна шляхом підвищення вимог до організації вибіркового обстеження (формування вибіркової сукупності, інструктування інтерв'юерів, формування запитань анкети, ускладнення логіки їхнього викладу тощо).

Для вивчення міграційних настроїв населення використовують такі різновиди опитування :

- анкетування – письмове заочне опитування;
- інтерв'ю – усна бесіда, очне опитування;
- експертне опитування – передбачає отримання відповідей від компетентних осіб.

За останнє десятиліття в Україні проводились деякі соціологічні опитування мігрантів. Розглянемо деякі з них (табл.1).

Загальною метою всіх досліджень міграційних переміщень є:

- Відслідкування змін в інтенсивності та напрямках зовнішньої міграції населення, розробка наукових засад та конкретних заходів міграційної політики.
- Вивчення характеру і напрямків трудових міграційних поїздок, типів міграційної поведінки людей, значення міграції в їх житті, впливу трудових поїздок на матеріальне становище та інше, тобто виявлення сукупності факторів, що породжують міграційні рухи, впливу на міграцію робочої сили конкретного соціального середовища.
- Визначення причин, що обумовлюють необхідність виїзду на заробітки, характер та інтенсивність праці мігрантів за межами України, визначити якісну структуру зовнішніх міграційних потоків країни, наслідків міграційних поїздок та намітити напрямки вдосконалення процесу управління трудовою міграцією.

З 11 липня по 15 вересня 1997 року у Закарпатській області України в рамках виконання проекту будівництва лікарні у місті Берегове проводилось вибіркоче соціологічне обстеження трудових мігрантів Закарпаття. Метою обстеження було підвищення інформаційних можливостей місцевих органів державної влади та самоуправління закарпатської області щодо контролю та управління процесами трудової міграції населення для більш повного забезпечення соціально-медичних потреб мігрантів та членів їхніх сімей. Задача

полягала у виявленні обсягів, структури та напрямків зовнішніх (за кордони Закарпатської області) трудових міграцій населення та їхніх можливих соціально-медичних наслідків. Обстеження було організоване у вигляді анонімного, вибіркового репрезентативного гніздового анкетування 715 осіб (за планом – 500-600) у 9 (з 12) міграційно найбільш активних районах Закарпатської області – Мукачівському (150 осіб), Рахівському (120), Хустському (102), Іршавському (92), Тячівському (87), Свалявському (52), Перечинському (50), Велико-Березнянському (32) та Виноградівському (30). Рівень повернення анкет становив 91%.

Таблиця 1

Соціальні опитування мігрантів в Україні

п/п	Назва проекту	Організація - виконавець	Дослідницька група	Строки	Примітка
1	Зовнішня міграція в Україні: причини, наслідки, стратегії	Національний інститут стратегічних досліджень у співпраці з Центром "соціальний моніторинг", за підтримки та методичного керівництва Департаменту народонаселення Європейської економічної комісії ООН	Пирожков С., Малиновська О., Марченко Н.	з 16 по 23 червня 1994 року восени (вересень-листопад) і взимку 1994-1995 років	Попереднє опитування в м. Києві та с. Нагачів Львівської області. Основне опитування проводилось одночасно в Києві, Чернівцях і с. Прибичі Яворівського району Львівської області
2	Обстеження трудової міграції населення Закарпатської області	МОМ, НДІ праці	Лакіза-Сачук Н.М., Хомра О.У., Іваненко Г.О. та інші	липень – вересень 1997 року	обстеження було організовано у вигляді анонімного, вибіркового репрезентативного гніздового анкетування 715 осіб (за планом 500-600) у 9 (з 12) міграційно найбільш активних районах Закарпатської області
3	Структура і напрямки міграційних потоків населення України	МОМ	Хомра О.У., Пирожков С.І., Малиновська О.А.	вересень 1997 року – липень 1998 року	вбірка для обстеження носила "гніздовий", випадковий характер, на першому етапі було заповнено і включено в розробку 1015 анкет, на другому етапі – 986 анкет
4	Еміграційний потенціал осіб українського походження та вихідців з України – жителів Республіки Казахстан	Центр етносоціологічних та етнополітичних досліджень Інституту соціології НАН України	Трошинський В., Швачка О., Попок А.	жовтень 1997 року-січень 1998 року	двоступенева вбірка - 1091 чоловік, метод "снігового клубка"

В результаті виконання цього проекту отримано широкий спектр соціально-демографічної інформації:

- соціально-демографічні характеристики трудових мігрантів (вік, стать, рівень освіти, професійна структура, знання іноземних мов, склад сім'ї тощо);
- етнічна структура трудових мігрантів та диференціація кола виконуваних ними робіт;
- основні напрямки трудових міграцій населення та їхня динаміка за останні 3 роки;
- характер та інтенсивність праці мігрантів за межами області;
- тривалість виїздів на роботи за останні 3 роки та тривалість трудових міграцій взагалі;
- причини, що обумовлюють необхідність виїзду на заробітки;
- самооцінка здоров'я мігрантів. Соціально-медичні характеристики трудових мігрантів;
- поява хвороб, пов'язаних із трудовими міграціями. Оцінка стану здоров'я трудових мігрантів за межами області;
- вплив трудових міграцій на зміну матеріального становища мігрантів;
- відмінності у соціально-демографічних структурах зовнішніх і внутрішніх трудових мігрантів;
- вплив трудових міграцій на формування міграційних установок (установок на переселення за межі області);
- соціально-економічна ефективність трудової міграції населення (в цілому, на рівні індивідів і територіальних спільностей). Вплив трудової міграції на добробут населення в районах помешкання трудових мігрантів;
- оцінка стану медичного обслуговування Закарпатської області;
- суспільна думка щодо ролі державних і місцевих органів влади у покращенні соціально-економічної ситуації в області та регулюванні трудової міграції;
- напрями вдосконалення трудової міграції.

Завданням проекту було:

Виділення основних зовнішніх міграційних потоків; визначення структури (за видами) зовнішній міграцій населення; характеристика основних структур (статеві-вікової, освітньої, національної, шлюбної, сімейної) зовнішніх мігрантів; виявлення детермінантів (визначників, чинників) зовнішньої міграції населення; аналіз територіальної структури зовнішньої міграції населення; роль і місце населення прикордонних районів в формуванні зовнішніх міграційних потоків; опис "міграційних" біографій зовнішніх мігрантів (тривалість та частота перебування за кордоном); виявлення сезонності міграційних потоків; визначення впливу добробуту на формування зовнішніх міграційних потоків населення; оцінка ефективності зовнішньої міграції населення [1].

За стандартом, методика анкетування передбачає розрахунок репрезентативної вибірки.

Для розповсюдження даних обстеження на все населення застосовується процедура статистичного зважування. Для правильної інтерпретації результатів обстеження вирішальне значення має інформація про величину похибки вибірки. Найбільше характеризують якість даних вибіркових спостережень наступні показники:

- гранична похибка вибірки LSE;
- відносна стандартна похибка вибірки RSE.

Гранична похибка вибірки LSE – визначає межі довірчого інтервалу для оцінки показника і використовується для побудови довірчих границь оцінок. Наприклад, для побудови нижньої та верхньої границі довірчих інтервалів середнього значення використовуються формули:

$$\begin{aligned} \bar{y}_L &= \bar{y} - LSE \\ y_R &= \bar{y} + LSE \end{aligned}$$

Відносна стандартна похибка вибірки RSE (або коефіцієнт варіації CV) використовується як показник придатності даних для аналізу. Так, якщо $RSE \leq 5\%$, то оцінка вважається надійною, $5\% \leq RSE \leq 10\%$ - оцінка є придатною для кількісного аналізу, але її надійність недостатньо висока, $10\% \leq RSE \leq 25\%$ - оцінка придатна лише для якісного аналізу і її слід використовувати обережно.

Обсяг вибірки дослідження залежить від обсягу генеральної сукупності та величини допустимої помилки репрезентативності.

Так, при дослідженні у Казахстані обсяг генеральної сукупності українців та вихідців з України орієнтовно становив близько 825 тис. одиниць спостереження. Для проведення дослідження застосовувалась двоступенева вибірка. На першому етапі було визначено 5 міст – Акмола, Кустанай, Караганда, Павлодар, Семипалатинськ. Ці міста вибрані з урахуванням того, що саме в них проживає найбільша кількість українців. Для забезпечення достатнього рівня обґрунтованості вибірки кількість респондентів в кожному з міст становила 200 осіб. Таким чином, запланована кількість респондентів складала 1000 осіб. Реально ж на другому етапі методом “снігового клубка” вдалося опитати 1091 респондента. Відсутність повних даних про генеральну сукупність обумовила застосування цього методу. На запитання анкети відповідав один із старших представників сім'ї, а також повнолітні діти. Ризик отримання соціальної інформації з недостатнім рівнем надійності внаслідок відсутності спеціальної підготовки в інтерв'юєрів - помічників зменшили завдяки присутності під час проведення опитування двох фахівців-соціологів. В окремих випадках респонденти відмовлялися від участі в опитуванні через побоювання за можливі негативні наслідки для них особисто. Певні складнощі в організації опитування виникли через щільний графік відвідування міст. При розробці термінів опитування у кожному місті не було зважено на те, що заплановані 3 дні достатньо у разі, якщо вони включають і вихідні. У протилежному випадку доводилось докласти значних зусиль для збору необхідної кількості анкет, зокрема, збільшувати кількість помічників та час їхньої роботи.

При дослідженні [2], вибірка для обстеження носила “гніздовий”, випадковий характер. Як “гнізда” виступали контрольно-пропускні пункти Чоп, Мостиська, Ягодин. Обстежувались виїжджаючі за кордон автомобілями, автобусами, залізною дорогою. Обстеження проводилось в два етапи (жовтень-листопад 1997р., березень-квітень 1998р.). на першому етапі було заповнено і включено в розробку 1015 анкет, на другому етапі – 986 анкет.

Розмір вибірки складав 0,0349% генеральної сукупності. За генеральну сукупність приймалася чисельність громадян України, які виїжджали в 1996р. через західний кордон (з Польщею, Словаччиною, Угорщиною, Румунією). Довірча імовірність, чисельність вибірки та інші оціночні параметри вибірки розраховувались за формулою

$$\mu = \sqrt{\frac{pq}{n} \left(1 - \frac{n}{N}\right)}, \quad n = \frac{t^2 pq}{\Delta^2}, \quad \mu = \frac{\Delta}{t},$$

де n – чисельність вибірки, N – чисельність генеральної сукупності, pq – дисперсія, максимальне значення ($pq = p(1-p)$ досягається при $p = 0,5$ і рівне 0,25) закладалося в розрахунки, μ - середня помилка вибірки, Δ - задана точність вибірки. t визначається по таблиці по заданій довірчій імовірності P .

При заданих точності вибірки $\Delta=0,02$ і довірчій імовірності $P=0,954$ ($t=2$) при максимальному значенні $pq(0,25)$ чисельність вибіркової сукупності мала б складати 2499.

$$n = \frac{t^2 Npq}{\Delta^2 N + t^2 pq} = \frac{4 \cdot 5725884 \cdot 0,25}{0,0004 \cdot 5725884 + 4 \cdot 0,25} = 2499$$

при чисельності вибірки 2001 і точності вибірки 0,02 довірча імовірність складає 0,931 ($t=1,821$).

За словами дослідників, на повноті отриманої інформації дещо негативно відбилася зменшення часу на заповнення анкети (відсутність черг на автомобільних переходах, зменшення часу стоянки поїздів, тощо) внаслідок зниження інтенсивності виїздів за кордон, покращання роботи прикордонних і митних служб, збільшення числа переходів. Повнота відповідей на питання анкети була дуже високою: інтерв'юєри працювали практично з кожним респондентом. На переважну більшість запитань відповіло більше 99% респондентів. Лише на окремі питання повнота відповіді була відносно низькою. Це, зокрема, на питання про адміністративно-територіальні одиниці, в яких мали перебувати виїжджаючі за кордон (83,1%), та про число здійснених в 1996-1997 рр. виїздів за кордон (89,2%). Також низькою було повнота відповідей на питання про

величину сім'ї (92,6%, кількість дітей (92,8%), вік (93,6%) [2].

Проведення соціологічного опитування проводиться у такі етапи:

- збір інформації та аналіз існуючих досліджень з даної проблематики, розробка програми та інструментарію опитування;
- збір емпіричних даних (анкетування);
- технічна та комп'ютерна обробка анкет;
- статистико-математичний аналіз даних, його подання у формі аналітичного звіту;
- підготовка аналітичного звіту до публікації.

Дослідження [3] здійснювалось в рамках міжнародного наукового проекту по вивченню міграції в Центральній та Східній Європі. У зв'язку з цим українська група керувалась спільною для всіх учасників методикою, розробленою американським вченим Д. Масеем в 80-х роках під час дослідження міграції до США з Мексики [4]. Ця методика отримала назву етносоціологічної, оскільки передбачала, крім поглиблених соціологічних інтерв'ю, широке використання етнографічних спостережень, докладних життєописів окремих респондентів. Відповідно до методичних вимог важливою складовою частиною дослідження стало вивчення особливостей соціально-економічного розвитку обраних регіонів, їх історичних традицій, етнічних та культурних характеристик як факторів, що впливають на виникнення, інтенсивність, напрямки міграційних пересувань населення. Глибокий аналіз специфіки районів надзвичайно корисний як для виявлення причин та механізмів міграції, так і для дослідження її наслідків.

Основна анкета містила 23 таблиці, по 10-12 питань у кожній. Кількість питань в анкеті серйозно ускладнювала роботу з нею. Досвід опитування підтвердив, що навантаження на інтерв'юерів дійсно було надзвичайно великим. Встановлення контакту з респондентами, перехід до відвертої, часто кількогодінної розмови були складним завданням. Основна проблема полягала у неготовності респондентів ділитися інформацією про свої зарубіжні поїздки, оскільки більшість цих поїздок стосувалося важливих матеріальних інтересів, нерідко була пов'язана із сферою "тіньового бізнесу", про що люди воліли не говорити.

Інструментарій дослідження був розроблений на основі запропонованого організаторами методичного матеріалу з урахуванням потреб і специфіки України. До нього увійшли: попередня анкета, основна анкета, інструкція для інтерв'юерів, приблизний план проведення бесід з респондентами з метою складання детального життєпису мігрантів.

Для перевірки інструментарію і загальних підходів до дослідження з 16 по 23 червня 1994 р. було проведено пілотажне опитування в м. Києві та с. Нагачів Львівської області. Основне опитування проводилось одночасно в Києві, Чернівцях і с. Прилбичі Яворівського району Львівської області у вересні – листопаді 1994 р.

Для проведення попереднього опитування застосовувалась двоступенева вибірка: на першому етапі квотна, на другому – випадкова. Місто Київ і місто Чернівці на основі об'єктивних даних про час забудови, наявність житлових будинків різних форм власності, інфраструктури (кількість підприємств і установ, закладів культури, освіти, торгівлі, сфери обслуговування тощо) були поділені відповідно на 40 і 10 умовних районів. Для кожного району була визначена квота, яка становила 25 попередніх анкет у Києві і 45 – у Чернівцях. Завдання полягало в тому, щоб заповнити в сім'ях мігрантів в Києві 200, в Чернівцях – 120, в Прилбичах – 120 анкет. Кількість сімей, відібраних для попереднього опитування у Києві, становила 1052, кількість фактично опитаних – 991. В Чернівцях у вибірку попереднього опитування потрапили 470 сімей, фактично були опитані 449 сімей, у складі яких були мігранти, в Києві виявилось 270 або 27%, в Чернівцях – 175 або 38%.

Результати попередньої анкети не тільки дали можливість відшукати сім'ї – об'єкти основного опитування, але й характеризували міграційні господарства порівняно з неміграційними. Крім цього, оскільки опитування здійснювалося за випадковою вибіркою, їх можна вважати репрезентативними для даного населеного пункту і використовувати для вивчення розповсюдженості міграційних поїздок серед жителів Києва та Чернівців.

В селі Прилбичі Львівської області був застосований дещо інший принцип відбору. За фрейм було прийнято список домогосподарств, наданий сільрадою. Методом випадкових чисел з нього обиралися сім'ї для опитування за попередньою анкетною. Однак передбачені в ній питання про наявність в сім'ї мігрантів викликали недовіру селян і зумовили численні відмови. Тому було вирішено припинити попереднє опитування і перейти до заповнення основних анкет методом "снігового клубка", тобто відшукуючи емігрантські домогосподарства за порадами вже опитаних сімей серед їх родичів і знайомих. Головною проблемою при опитуванні виявився значний відсоток відмов при переході до заповнення основної анкети. У Києві та Чернівцях від заповнення анкет відмовилася практично кожна друга сім'я.

Кількість сімей, що були охоплені основним опитуванням в Києві – 344, в Чернівцях – 228, в Прилбичах – 131. Доля вибірки змінювалась від 0,171 в Прилбичах до 0,00028 в Києві. Стандартна помилка вибірки при рівні значимості 68% для різного співвідношення ознак коливалася від 0,021 до 0,035 в Києві та від 0,027 до 0,046 в Чернівцях і Прилбичах. Таким чином, результати дослідження необхідно розглядати з урахуванням цього досить високого відсотка помилок.

Вплив соціально-економічних чинників на міграційну поведінку відстежувався на підставі відповідей респондентів на запитання анкети, що стосувалися оцінки ними загального стану економіки, а також рівня свого прибутку. Крім того, з'ясувати соціально-економічне становище опитаних допомогли їхні відповіді на

запитання щодо трудової зайнятості та їхнього місця в професійній структурі суспільства.

Необхідною дослідницькою процедурою при аналізі міграційного потенціалу є визначення наповненості груп респондентів з різними міграційними намірами: ті, хто збираються виїхати, ті, хто вагаються, ті, хто поки що залишаються. Фільтруючим під цим кутом зору стало запитання анкети щодо бажання респондентів виїхати з країни. Але для достовірного аналізу міграційної установки потрібно враховувати визначеність, підтверженість і стійкість такого бажання.

Таким чином, аналіз проведених в Україні за останні роки соціологічних досліджень міграційних переміщень виявив загальні завдання соціологічного опитування мігрантів, серед яких основними задачами є:

- з'ясувати та проаналізувати мотивацію осіб щодо еміграції;
- створити для державних установ України та незалежних експертів достовірну базу даних про мігрантів;
- вивчити запити українців щодо умов і перспектив їхньої інтеграції в закордонне суспільство, а також ступеня їх націленості на повернення в Україну;
- виявити соціальні чинники, які впливають на міграційну поведінку;
- підготувати для відповідних міністерств і відомств, обласних держадміністрацій конкретні рекомендації про потенційний потік мігрантів з метою їхнього використання у практичній роботі.

Однак, проведені по Україні соціологічні обстеження мігрантів проходили в недостатньому обсязі і не мали загальних періодичних етапів, тобто не є порівняльними у періоді часу. Також існує ряд наступних проблем, по-перше, це не підготовлена методологія дослідження саме міграційних переміщень (всі опитування проводились по загальним правилам вибіркового дослідження, окрім опитування, в м. Києві, Чернівцях, та с. Прилбичи, де враховувалась методика, розроблена американським вченим Д. Масеєм в 80-х роках під час дослідження міграції до США з Мексики; по-друге, залучені до опитування інтерв'юери не є спеціалістами в міграційних питаннях, тобто не знають специфіки міграційних переміщень; по-третє, побудова питань анкет, в загальному випадку вимагала багато часу на їх заповнення; в четвертих, репрезентативність вибірки створювалась найчастіше за методом "снігового клубка", що може відобразитись на результатах досліджень.

Взагалі, на нашу думку, великі обсяги обстежень дуже трудомісткі (як бачимо, кількість респондентів перевищує сотню в кожному випадку). Це говорить про складність організації таких обстежень, значні фінансові витрати, залучення великої кількості людей та багато часу на обробку результатів дослідження. Враховуючи, що на сьогодні аналіз проведених досліджень майже повністю проводиться вручну (тільки розрахункова частина вимагає використання ЕОМ, а обробка анкет, кодування та введення у комп'ютер проводиться працівниками), то можна сказати про існування проблеми проведення постійного моніторингу міграційних процесів за допомогою трудомістких соціальних досліджень.

Виходом з такого положення, на наш погляд, може бути використання сучасних методів та математичних моделей в дослідженнях.

Література

1. Оникиєнко В. В., Поповкин В.А. Комплексное исследование миграционных процессов. – М., 1973.
2. Пирожков С., Малиновська О., Марченко Н. Зовнішня міграція в Україні: причини, наслідки, стратегії – К.:Академпрес, 1997.- 128 с.
3. Структура і напрямки міграційних потоків населення України (заключний науковий звіт по проекту). МОМ Міжнародна організація з міграції. –К.: 1999.
4. Хомра А.У. Воспроизводство населения: тариториально-организационный аспект – К: Наукова думка, 1990.

Надійшла 06.04.2008 р.

УДК 658.012.4

І. А. ІГНАТЬЄВА, В. С. КУДЛАЙ, О. Ю. ЄВЛАХ
Київський національний університет технологій і дизайну

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ АДАПТАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ ДО ПРИНЦИПІВ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Система корпоративного управління в Україні, як і в усіх інших країнах з трансформаційною ринковою економікою, має надзвичайно важливе значення. В даний час в світі росте розуміння того, що сильне корпоративне управління є основною передумовою стійкого росту компаній та отримання ними доступу до міжнародних ринків капіталів. Принципи корпоративного управління запроваджені, законодавчо закріплені та використовуються на практиці публічними компаніями в багатьох країнах світу, що дозволяє їм враховувати інтереси різних груп акціонерів.

Зміни, що відбуваються як у поведінці споживача, так і в технології виробництва представляють із себе рушійні сили великої кількості фундаментальних змін у діях підприємств. Ці зміни стосуються як підходів до вибору стратегій, у переході від стратегічного планування до стратегічного управління, у зміні організаційної структури й культури компанії. Це ніякий не збіг, що в наш час все це відбувається одночасно. Усі зміни можна згрупувати в наступні три групи:

- технологічні досягнення, інтернаціоналізація, комп'ютеризація й високий темп змін у поведінці споживача - все це веде до швидких змін на ринку. Життєвий цикл продукту стає коротше;
- все це вимагає рішучих і ефективних дій, спрямованих на концентрацію підприємницьких початків усередині організації. Вище керівництво може забезпечити посилення духу підприємництва;
- управління підрозділами, стратегічне управління й адаптація організаційної структури та корпоративної культури підприємства є істотними й необхідними інструментами вирішення цих завдань.

Що стосується проблеми корпоративного управління в Україні, то її можна виразити декількома словами, перш за все, це – недовіра до акціонерної форми власності, неможливість залучати кошти вітчизняних та іноземних інвесторів для розвитку фінансово-господарської діяльності акціонерних товариств, що призводить до невдач у їх діяльності, конфлікту інтересів всіх учасників корпоративних відносин та погіршує економічну ситуацію в цілому.

Ситуація, яка склалася з корпоративним управлінням в Україні, його законодавчим регулюванням та реальним запровадженням його принципів, потребує прийняття нового Закону України “Про акціонерні товариства”, в якому повинні бути враховані найкращі світові здобутки в галузі корпоративного управління.

Дійсно, корпоративне управління на практиці сприяє реструктуризації підприємств, модернізації виробничих фондів та дозволяє виходити зі своєю продукцією на нові ринки збуту. Підприємство отримує можливість залучати капітал, а інвестори впевнені в тому, що їх права захищені, та наданий ними капітал використовується ефективно. Але, якщо законодавство та внутрішні документи підприємства дозволяють керівництву або акціонеру – власнику контрольного пакету акцій використовувати діяльність акціонерного товариства для особистого збагачення, то не буде ані надання кредитів, ані інвестування в акції цього товариства.

Досить складна структура управління товариством пояснюється значним числом учасників корпоративних відносин, а також різноспрямованістю їх інтересів.

На жаль, як показує практика (і українська, і світова), акціонери не є єдиним колективом зі спільними цілями та інтересами. Скоріше, це декілька груп акціонерів, які мають більш-менш схожі інтереси в рамках відповідної групи і різні (іноді протилежні) інтереси на рівні взаємовідносин між групами.

Можна виділити наступні групи акціонерів:

- акціонери-власники значних пакетів акцій (можливо, контрольного пакету) - стратегічні, прямі інвестори, які зацікавлені в безпосередньому керівництві діяльністю підприємства. Такі акціонери дуже часто входять до складу наглядової ради чи виконавчого органу підприємства, їх мета – безпосередня участь в управлінні та стратегічному плануванні діяльності товариства, контроль та максимально ефективне використання результатів контролю, вони приділяють велику увагу забезпеченню виробничої діяльності підприємства;

- акціонери, які хоча і володіють значними пакетами акцій, але не складають більшості і не мають на меті отримання контролю або безпосереднього керівництва діяльністю підприємства. Їх цікавить зростання ринкової ціни акцій і підтримання їх ліквідності;

- дрібні акціонери, які використовують акції як засіб накопичення. Вони зацікавлені або в дивідендах, або у зростанні ринкової ціни акцій, їх також дуже цікавить ліквідність акцій;

- дрібні акціонери, які одночасно є працівниками підприємства (звичайна ситуація при приватизації). Як правило, такі акціонери знаходяться в залежності від керівництва підприємства і в більшості випадків діють

у відповідності з його вказівками;

- акціонери-власники привілейованих акцій, які за своїми інтересами є більш кредиторами, ніж акціонерами, групою, яка є найбільш вразливою до можливих порушень як з боку виконавчого органу, так і інших акціонерів.

Дуже важливо, вдосконалюючи систему корпоративного управління, побудувати систему, яка була б нейтральною та могла б забезпечити доступ всім акціонерам до інструментів передачі своїх реальних проблем відносно товариства його органам управління, та розробити таку систему органів управління, яка під час прийняття рішень враховувала б інтереси всіх акціонерів.

Сьогодні в економічно розвинутих країнах склалися дві основні моделі управління акціонерними товариствами.

1. Інсайдерська модель управління корпораціями характеризується тривірневою структурою: загальні збори акціонерів – наглядова рада – виконавчий орган. У такій системі встановлено чітке розмежування функцій між наглядовою радою (функції нагляду) й виконавчим органом (поточна діяльність корпорації). До складу наглядової ради входять тільки незалежні (не працюючі у корпорації) директори, до складу виконавчої ради – виконавчі директори.

2. Аутсайдерська модель управління корпораціями, в якій законодавчо визначено створення унітарної наглядової ради, яка керує всією діяльністю корпорації та відповідає за справи корпорації загалом. Однак, цей орган не замінює функції виконавчих директорів корпорації. До складу наглядової ради входять як виконавчі директори, що керують діяльністю корпорації, так і незалежні директори з контролюючими повноваженнями.

Взаємозв'язок прав власності з визначенням компетенції керівних органів в моделях корпоративного управління наведено на рис. 1.

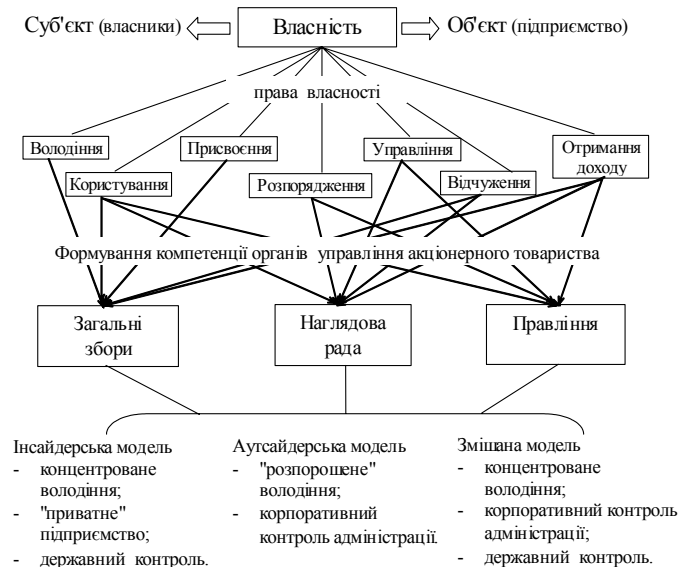


Рис. 1. Взаємозв'язок прав власності з компетенцією керівних органів в системі корпоративного управління [1]

Передумовами формування структури управління акціонерними товариствами в змішаній моделі корпоративного управління, яка характеризує Україну, на першому етапі корпоратизації були: стабільні умови централізованої економіки; певний досвід директорського корпусу; налагоджені виробничі і комерційні зв'язки; стійкий розподіл позицій в своїй галузі і регіоні; незмінне протягом багатьох років керівництво, яке мало підтримку у державних структурах; відсутність базових знань, всюдозволеність і безконтрольність керівників.

Прагнення адміністрації українських підприємств на початку процесу приватизації зберегти сформовану схему управління привело до складу правлінь корпорацій переважно з керівників підприємств, при цьому головою правління обирався переважно директор підприємства. Поєднання стратегічної посади голови правління акціонерного товариства і виконавчої посади генерального директора зосереджувало управлінські функції планування, організації, стимулювання, регулювання і контролю на рівні однієї особи, що погіршувало рівень управління на підприємствах. При цьому організаційні структури, система підбору кадрів для нових завдань (управління власністю, цінними паперами, кредитами) не зазнали істотних змін. У таких умовах за дуже короткий час була втрачена значна частка промислового, фінансового, соціального потенціалу великих підприємств.

Сформоване подібним способом правління не сприяло розвитку акціонерних товариств, і тому перший досвід формування керівних органів не призвів до створення корпоративних норм в управлінні акціонерними товариствами. Правління розглядалося як необхідна надбудова в управлінні акціонерним капіталом, без якої формально не можна було провести визначені рішення. В нових акціонерних товариствах правління формувалося, як правило, із засновників або їхніх представників, сприяючи, таким чином, злиттю понять володіння і управління [2, 3].

Сьогодні згідно діючому законодавству в Україні може існувати чотири моделі управління:

- загальні збори акціонерів – наглядова рада – колегіальний виконавчий орган (наприклад, правління, дирекція) – ревізійна комісія;
- загальні збори акціонерів – наглядова рада – одноосібний виконавчий орган (наприклад, директор) – ревізійна комісія;
- загальні збори акціонерів – колегіальний виконавчий орган – ревізійна комісія;
- загальні збори акціонерів – одноосібний виконавчий орган – ревізійна комісія.

Сьогодні спеціалісти з корпоративного управління одностайно наголошують на створенні внутрішньої і зовнішньої прозорості корпоративного підприємства. Фактично однією з вимог, що пред'являється до організаційної структури управління підприємством корпоративного типу – є забезпечення прозорості діяльності. Основну роль в організації цього процесу відіграє менеджмент підприємства. Тому прозорість діяльності підприємства визначається ступенем зацікавленості управлінського персоналу. Тому звичайно, якщо менеджери мають певні втрати від підвищення рівня прозорості (наприклад, неможливість в подальшому використовувати «private benefits»), вони завжди будуть перешкоджати цьому процесу. Єдиною можливістю для підвищення рівня прозорості діяльності підприємства і таким чином забезпечення виконання досить вагомого принципу корпоративного управління є саме підвищення зацікавленості менеджерів в його створенні.

Побудова адекватної моделі вимагає проведення досліджень поведінки менеджерів і акціонерів при структурах власників, що найбільш розповсюджені на українських підприємствах.

Перший тип – це наявність у підприємства великого зовнішнього акціонера. У Правління такого підприємства можуть входити так звані «нові» менеджери, що представляють інтереси великого акціонера, а також «старі» менеджери. Присутність останніх пояснюється тим, що «нові» менеджери можуть не мати достатнього досвіду роботи на цьому підприємстві, до того ж дохід від діяльності підприємства багато в чому визначається контактами із владою й довгостроковими партнерами, що також є у «старих» менеджерів. При такій моделі Правління аналітики говорять про ризик опортуністичної поведінки серед менеджерів, особливо «старих». Згодом опортуністична поведінка може з'явитися й у менеджерів – представників власника. Як правило у підприємствах першого типу менеджери не є великими власниками або взагалі не володіють акціями.

Другий тип характеризується наявністю у менеджерів великого пакета акцій, можливо, навіть контрольного. Акції можуть належати як одному особі (наприклад, генеральному директорові підприємства), так і групі менеджерів. Інші акції розподілені між зовнішніми акціонерами та рядовими працівниками.

Третій тип – пакет середніх розмірів, можливо, близький до блокуючого, належить менеджерам, інші акції розподілені між зовнішніми акціонерами й рядовими працівниками. Для такої моделі правління характерним є той факт, що менеджмент має можливість використовувати акції працівників у своїх інтересах. Третій тип найчастіше зустрічається в малопробиткових секторах економіки, на підприємствах з великими борговими зобов'язаннями. Тому тут мало хто зацікавлений у концентрації капіталу, крім того, менеджери всіляко перешкоджають поглинанню через високий private benefits.

Моделювання різних варіантів поведінки менеджера та вірогідності отримання позитивних результатів від прийнятих управлінських рішень дає змогу визначити три групи самих вагомих умов, при яких прозорість діяльності підприємства має найбільшу вірогідність табл. 1.

Таблиця 1

Класифікація умов, при яких досягається прозорість діяльності підприємства корпоративного типу

Тип співвідношення акціонерів в структурі Правління компанії	Умови впливу на прозорість підприємства
Перший тип – <i>інтереси великого та дрібних акціонерів конгруентні</i>	- рівень штрафних санкцій за прийняття менеджером опортуністичного рішення;
	- розмір офіційної оплати праці менеджера;
	- більш високий початковий рівень прозорості діяльності підприємства;
Другий тип – <i>великий акціонер є головним менеджером підприємства</i>	- зменшення власної зацікавленості менеджера від реалізації невігідних проектів.
	- рівень штрафних санкцій за прийняття менеджером опортуністичного рішення;
	- збільшення внутрішньої прозорості прийняття управлінських рішень;
	- збільшення долі великого акціонера (за умови залежності прозорості від долі капіталу впливового акціонера);
Третій тип – <i>домовленість між менеджером та групою акціонерів</i>	- зменшення private benefits акціонера
	- збільшення долі великого акціонера;
	- рівень штрафних санкцій за прийняття менеджером опортуністичного рішення;
	- збільшення внутрішньої прозорості прийняття управлінських рішень;

Висновки. Підводячи підсумки є сенс зазначити, що синтез організаційної структури сучасного підприємства корпоративного управління повинен відбуватися в умовах вивчення взаємозалежності результатів діяльності, принципів корпоративного управління та якості бізнес-процесів. Проведення подальших досліджень вимагає вивчення ступеня кореляції рівня доходів акціонерів, менеджерів підприємств та рівня прозорості різних підприємств України.

Література

1. Назарова Г.В. Організаційні структури управління корпораціями: Наукове видання. - Харків: Вид. ХДЕУ, 2004. - 408 с.
2. Шейн В.И., Жуплев А.В., Володин А.А. Корпоративный менеджмент: опыт России и США - М.: ОАО "Типография "НОВОСТИ", 2000.- 280 с.
3. Энтов Р., Радыгин А., Межераупс И., Швецов П. Корпоративное управление и саморегулирование в системе институциональных изменений. – М.: ИЭПП, 2006. – 461 с.

Надійшла 06.04.2008 р.

УДК 658.23:338

Є. Г. РЯСНИХ, І. В. НЕСТОРИШЕН
Хмельницький національний університет

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ЗАТРАТАМИ В УМОВАХ РИНКУ

В статті розглянуто традиційний підхід управління затратами на основі операційного аналізу та концепцію стратегічного управління затратами. Проаналізовано обмеження щодо застосування операційного аналізу. Надано рекомендації щодо використання «коефіцієнту беззбитковості» та «коефіцієнту чутливості» в якості показників операційного аналізу

Якісний прорив в системі суспільних відносин, на який націлена програма нового уряду, неможливий без суттєвих змін в системі економічного управління підприємствами. Значна кількість промислових підприємств, що перебуває в стані збитковості є серйозним гальмом на цьому шляху. В значній мірі причиною такого становища є неефективний менеджмент. Як вже неодноразово підкреслювалось, якісні зміни в системі економічного управління неможливі без органічного включення до її складу підсистеми фінансового менеджменту. Зміни в технології виробництва, об'ємах випуску, асортименті продукції, вихід на нові сегменти ринку, зростаючий ризик та інші проблеми повинні вирішуватись на науково обґрунтованих фінансових розрахунках щодо залучення, розподілу і використання фінансових ресурсів.

Фінансовий менеджер орієнтується на досягнення високого або постійно зростаючого прибутку від реалізації. Одержання бажаного результату залежить від трьох складових – витрат на виробництво і реалізацію продукції, планової ціни одиниці продукції і обсягу реалізації. Досить вагомим інструментом у механізмі управління операційною діяльністю підприємств, який відстежує вплив на прибуток основних факторів виробничої діяльності, а саме затрат (змінних і постійних), обсягів виробництва і цін, є операційний аналіз (cost-volume-profit). Дія операційного важеля проявляється в тому, що будь-яка зміна виручки від реалізації продукції завжди призводить до більшої зміни прибутку. Цей ефект зумовлений різним ступенем впливу постійних і змінних затрат на формування фінансових результатів діяльності підприємств при зміні обсягів виробництва і реалізації продукції. Застосування операційного аналізу дозволяє:

- обґрунтувати мінімальні обсяги реалізації продукції підприємства, за яких воно не матиме збитків;
- визначити внесок кожного виробу у фінансові результати діяльності підприємства;
- оцінити рівень ризику операційної діяльності підприємства та можливий вплив цього ризику на його прибуток;
- з'ясувати міру чутливості прибутку до зміни обсягів реалізації.

Операційний аналіз став уже традиційним в практиці господарювання підприємств з ринковою економікою, але в нашій країні, на жаль, його використання досить обмежене. Причин тут багато: і відсутність фахово-підготовлених спеціалістів і недооцінка з боку власників (менеджерів) нових методів управління, а також суттєві обмеження, які закладені у механізм операційного аналізу. До останніх можна віднести, як вважають зарубіжні та й подекуди вітчизняні вчені, придатність операційного аналізу лише для ситуацій, коли виробляється один вид продукції чи уніфікована номенклатура виробів.

В цілому, в економічній літературі, виділяють ряд обмежень, які досить серйозно лімітують його практичне використання, а саме:

- якщо підприємство виготовляє лише один вид продукції;
- якщо ціна реалізації не змінюється;
- якщо не змінюються ціна на матеріали та комплектуючі;

– якщо підприємство випускає декілька видів продукції, то виручка по кожному виду має зростати пропорційно;

– якщо не забезпечується незмінність постійних затрат.

В результаті цього, в економічній літературі з'явилися думки про неефективність та, навіть, нежиттєздатність традиційного підходу управління затратами на основі операційного аналізу [1]. В той же час, розглядаються та пропонуються нові підходи, в основу яких покладено концепцію стратегічного управління затратами (SCM – Strategic Cost Management), положення якої базуються на поняттях та принципах стратегічного менеджменту. Центральне місце в SCM відіграє концепція стратегічного позиціонування, запропонована Дж. Шанком і В. Говіндараджаном [1]. Автори по-новому розставляють акценти в бухгалтерському і управлінському обліку і використовують інформацію про затрати при розробці стратегії компанії на шляху досягнення конкурентних переваг. Ключовою ідеєю концепції є включення в сферу управлінського обліку і аналізу затрат повної інформації про стратегічний розвиток компанії, галузі і економіки в цілому. В той же час, прибічники концепції стратегічного управління затратами відмічають про неможливість подальшого використання традиційного підходу, який може стати гальмом на шляху розвитку підприємства в силу його застарілості та невідповідності новим умовам функціонування суб'єктів господарювання.

Проте, ми вважаємо такі думки занадто категоричними та необґрунтованими. Так, можна погодитись, що класична методика операційного аналізу має суттєві обмеження щодо використання на практиці. Але, проблема полягає не в обмежених можливостях CVP-аналізу в принципі, а в необхідності його «модернізації» за рахунок розробки нових інструментів та показників, які дозволять врахувати вказані обмеження. Пригадаємо, що показник «сили впливу операційного важеля», який посідає провідне місце в операційному аналізі, дозволяє прогнозувати зміну прибутку при зміні виручки. Таким чином, задача «модернізації» операційного аналізу полягає в розробці таких показників, які дозволяють б прогнозувати зміну прибутку при зміні основних параметрів плану в умовах багатонаменклатурного виробництва: масштабів діяльності, цін на продукцію та затрат.

Слід зазначити, що проблеми застосування операційного аналізу знайшли висвітлення у працях: А. Апчерча, Д. Хана, К. Друрі, У. Раутенштраха С. Голова, О. Ніколаєвої, О. Орлова, В. Савчука, М. Чумаченка та ін. Зокрема, основи операційного аналізу були закладені ще в 1930 р. американським інженером У. Раутенштрахом. Сучасні питання операційного аналізу висвітлюються в роботах [2,3,4,5,6], який розглядається ефективним інструментом сучасного управління, дозволяючи максимізувати прибуток шляхом вибору найвигіднішого поєднання змінних й постійних затрат. У вітчизняній літературі цей метод вперше детально описаний у 1971 р. М. Чумаченком в роботі [7]. У вітчизняних наукових джерелах, питання вдосконалення методики операційного аналізу розглядаються в роботах [8,9].

Відомо, що «слабким місцем» в системі CVP в умовах багатонаменклатурного виробництва є «постійні затрати», а якщо бути більш точнішим, їх величина за окремими групами виробів. Тобто, щоб система працювала, необхідно розподілити за видами продукції накладні затрати. Але відомо, використання традиційних баз розподілу накладних затрат призводить до викривлення інформації. В той же час, дослідження показали, що цей недолік можна ліквідувати, використовуючи в якості бази розподілу маржинальний прибуток [8].

На нашу думку, недоліки операційного аналізу можна усунути за допомогою таких показників як «коефіцієнт беззбитковості» та «коефіцієнт чутливості». Провідне місце в системі операційного аналізу належить коефіцієнту беззбитковості [10], який визначається за формулою (1):

$$Кб = \frac{Накл.З}{МП}, \quad (1)$$

де *Накл.З* – накладні затрати, грн.,

МП – маржинальний прибуток, грн.

Використання в плануванні цього показника дозволяє вирішувати задачі, пов'язані з прогнозуванням, плануванням, розробкою альтернативних варіантів планів. При цьому достатньо дотримуватись однієї вимоги – якомога точніше розподіляти затрати на змінні та постійні. Величина коефіцієнту беззбитковості, яка враховує всі планові зміни сама по собі, свідчить про ступінь ефективності варіанту плану виробництва. Чим менше значення цього коефіцієнта, тим менше продукції потрібно виробити для досягнення беззбиткового рівня. Наближення «коефіцієнта беззбитковості» до одиниці свідчить про низьку ефективність та небезпеку переміщення підприємств в зону збитковості.

Для визначення впливу на прибуток зміни основних параметрів плану пропонується використовувати «коефіцієнт чутливості», який визначається за допомогою формули (2):

$$Кч = \frac{T\Delta y}{T\Delta x}, \quad (2)$$

де $T\Delta y$ – темпи приросту (зниження) операційного прибутку;

$T\Delta x$ – темпи приросту (зниження) фактору-аргументу.

Для того, щоб оцінити як вплине на прибуток (збиток) одночасна зміна ціни, змінних затрат, структури асортименту продукції, пропонується використовувати формулу (3):

$$\Delta' \Pi(x_i) = \sum K_i \cdot \Delta' x_i, \quad (3)$$

де $\Delta' x_i$ - прогнозована зміна фактора-аргумента, %

Зокрема, в табл. 1. наведено план затрат та прибутку виробництва умовного підприємства. З інформації цієї таблиці видно, що підприємство випускає три види продукції та передбачається отримання прибутку в розмірі 766 тис. грн.

Таблиця 1

№	Показник	Найменування виробів та їх кількість, тис. од.						Всього тис. грн.
		А - 4		В - 6,5		С - 1,5		
		на од., грн.	на обсяг тис. грн.	на од., грн.	на обсяг тис. грн.	на од., грн.	на обсяг тис. грн.	
1	Ціна од. та виручка	750	3000000	450	2925000	870	1305000	7230000
2	Змінні затрати всього	446	1784000	260	1690000	660	990000	4464000
3	Сировина та матеріали	300	1200000	150	975000	450	675000	2850000
4	Комплектуючі вироби	120	480000	95	617500	160	240000	1337500
5	Заробітна плата	26	104000	15	97500	50	75000	276500
6	Маржинальний прибуток	304	1216000	190	1235000	210	315000	2766000
7	Накладні затрати	219,8	879248,01	137,4	892986,26	151,8	227765,73	2000000
8	Прибуток	84,2	336751,99	52,6	342013,74	58,2	87234,3	766000
9	Коефіцієнт беззбитковості	0,723						

Проте, відповідно до змін ринкової кон'юнктури, необхідно відкоригувати планові показники, а саме передбачити вплив:

- збільшення обсягу виробництва виробу А на 50 %;
- зниження ціни виробу В на 10 %;
- підвищення затрат на заробітну плату виробу В на 20 %;
- підвищення ціни виробу С на 10 %;
- зростання затрат на сировину виробу С на 30 %.

Використання традиційної методики операційного аналізу, навіть в цьому досить спрощеному прикладі, є некоректним, оскільки виробляється три вироби, причому зростання обсягу виробництва передбачається лише по першому, а зміна цін на продукцію та затрат мають різну динаміку та направленість.

Для оцінки результату впливу існуючих змін необхідно порівняти «коефіцієнти беззбитковості». Розрахунки показують (табл. 2), що після внесених коригувань він зменшився до 0,669, що свідчить про позитивний характер змін. Для визначення ступеня впливу кожного фактору на розмір планового прибутку, пропонується використовувати «коефіцієнти чутливості».

Таблиця 2

План затрат та прибутку виробництва продукції відповідно до нових умов виконання плану

№	Показник	Найменування виробів та їх кількість, тис. од.						Всього тис. грн.
		А - 6		В - 6,5		С - 1,5		
		на од., грн.	на обсяг тис. грн.	на од., грн.	на обсяг тис. грн.	на од., грн.	на обсяг тис. грн.	
1	Ціна од. та виручка	750	4500000	405	2632500	957	1435500	8568000
2	Змінні затрати всього	446	2676000	263	1709500	795	1192500	5578000
3	Сировина та матеріали	300	1800000	150	975000	585	877500	3652500
4	Комплектуючі вироби	120	720000	95	617500	160	240000	1577500
5	Заробітна плата	26	156000	18	117000	50	75000	348000
6	Маржинальний прибуток	304	1824000	142	923000	162	243000	2990000
7	Накладні затрати	203,3	1220066,9	95,0	617391,3	108,4	162541,81	2000000
	Прибуток	100,7	603933,11	47,0	305608,7	53,6	80458,2	990000
	Коефіцієнт беззбитковості	0,669						

«Коефіцієнти чутливості» показують на скільки зміниться плановий прибуток при зміні фактору на 1 %. За допомогою формули (2) визначимо значення «коефіцієнтів чутливості» по кожному фактору в розрізі усіх виробів (табл. 3).

Таблиця 3

Чутливість прибутку до зміни факторів

Виріб	чутливість прибутку до зміни, %				
	кількості виробленої продукції	норм витрат чи цін на сировину	ціни на комплектуючі вироби	зарплати	ціни реалізації продукції
А	1,587467	-1,566580	-0,626632	-0,135770	3,916449
В	1,612272	-1,272846	-0,806136	-0,127285	3,818538
С	0,411227	-0,881201	-0,313316	-0,097911	1,703655

За допомогою формули (3) проаналізуємо вплив факторів на розмір планового прибутку (табл. 4).

Аналіз впливу факторів на прибуток

Фактор-аргумент	зміна фактора-аргументу, %	коефіцієнт чутливості	зміна прибутку, %	зміна прибутку, грн.
обсяг виробництва виробу А	+ 50 %	1,587467	79,37	608000
ціна виробу В	- 10 %	3,818538	-38,19	-292500
затрати на заробітну плату виробу В	+ 20 %	-0,127285	-2,55	-19500
ціна виробу С	+ 10 %	1,703655	17,04	130500
затрати на сировину виробу С	+ 30 %	0,411227	-26,44	-202500
всього	-	-	29,24	224000

Таким чином, результати розрахунків, що наведені в табл. 4 повністю співпадають з даними табл. 2, тобто в результаті врахування змін ринкової кон'юнктури прибуток має зрости на 29,24 %, або 224 тис. грн. Таким чином, використання «коефіцієнтів чутливості» дозволяє усунути недоліки класичного «операційного важеля», дозволяючи спрогнозувати вплив зміни не лише обсягу виробництва, але й цін на продукцію та затрат на сировину.

Висновки На нашу думку, позиції деяких авторів стосовно нежиттєздатності традиційних методів управління затратами на основі операційного аналізу є занадто категоричними та радикальними. Інструменти операційного аналізу не можна перекреслити і займатися лише SCM, ігноруючи традиційні технології CVP-аналізу. В той же час, ми вважаємо, що SCM створює базові стратегічні передумови для системи управління затратами, а традиційні методи доповнюють цю систему. Тобто, концепція стратегічного управління затратами являє собою верхню ланку прийняття управлінського рішення, а традиційний підхід забезпечує деталізовані технології управління затратами.

Запропоновані показники дозволяють усунути існуючі обмеження операційного аналізу та активно використовувати його на вітчизняних підприємствах. До того ж, використання коефіцієнтів чутливості значно розширює можливості операційного аналізу, дозволяючи визначати міру чутливості прибутку не лише до зміни обсягу реалізації, але й цін на продукцію та затрат. В наступних працях планується більш детально дослідити можливість спільного використання вказаних показників, що дозволить забезпечити підприємство більш ефективними інструментами управління в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Література

1. Шанк Дж., Говиндараджан В. Стратегическое управление затратами: Новые методы увеличения конкурентоспособности. — СПб.: Бизнес Микро, 1999. С. 456.
2. Апчёрч А. Управленческий учёт: принципы и практика: пер. с англ./ Под ред. Я.В. Соколова, Н.А. Смирнова – М.: Финансы и статистика, 2002. – 952 с.
3. Артрилл Питер, Мак Лейни Эдди Управленческий учёт для нефинансовых менеджеров / Пер с англ.; Под ред. Каньгина С.Л. – Днепропетровск: Баланс-клуб, 2003, 624 с.
4. Друри К. Управленческий и производственный учёт: пер. с англ.; Учебник. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 1071 с.
5. Управлінський облік / Дон. Р. Хенсен, Меріен М. Моувен У Сенков. Пер з англ.. 5-го канад. вид. Наук. ред.. Н.П. Краснік. – К.: Міленіум, 2002 – 974 с.
6. Хорнгрен Ч., Фостер Дж. Бухгалтерский учёт: управленческий аспект: пер. с англ./под ред. Я.В. Соколова – М.: Финансы и статистика, 2002. – 416 с.
7. Чумаченко Н.Г. Учет и анализ в промышленном производстве США.-М.: Финансы, 1971. - 118 с.
8. Орлов О.О., Рясных Е.Г. Маржинальная прибыль в экономических расчетах на промышленных предприятиях. – К.: Издательский дом «Скарбы», 2003 – 132 с.
9. Стоянова Е. С. Финансовый менеджмент: российская практика. – М.: Перспектива, 1995.
10. О.О. Орлов Все нетрадиционные методы распределения накладных затрат не только бесполезны, но и вредны // Економіст. – 2007. - № 1. – січень. – С. 56-61.

Надійшла 06.04.2008 р.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЦЕСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЯМИ

Систематизовано підходи економістів до визначення базової категорії реінжинірингу - поняття «бізнес-процес», встановлені і систематизовані принципи та ознаки класифікації бізнес-процесів у компанії.

Вибір будь-якого методу управління диктується вимогами часу. Кожна епоха була знаменна своїми методами. Сьогодні, коли більшість українських компаній знаходяться у глибокій кризі, необхідні невідкладні, енергійні перетворення бізнесу, причому не окремих його елементів, а, як правило, системи в цілому. Як ефективно управляти компанією? Рано чи пізно більшість керівників починає використовувати різні інструменти управління, переважно зважаючи на власні уявлення та переконання. Проте, вибір проходить по різному. Більшість керівників починає використовувати ті методи, які вже відомі усім. Передові ж компанії, коли інші впроваджують вже перевірені методи, впроваджують новий інструментарій, який дає максимальний ефект та дозволяє отримати конкурентні переваги. Таку стратегію вибирають керівники та менеджери інноваційного типу. Саме для них один із прогресивніших методів управління – ре інжиніринг, базовою категорією якого є бізнес-процес.

Питання транзиції підприємств висвітлені у науковій літературі. Але переважна більшість робіт стосується питань трансформації різного роду, зокрема численні праці відомих вітчизняних та зарубіжних авторів таких як: Бланк І., Владімірова І., Водачек Л., Гальчинський А., Геєць В., Гофман Л., Зіденберг А., Іванов Ю., Крижанівський В., Саврук., Терещенко О. та інших. Лише незначна кількість робіт присвячена проблемам процесної організації систем управління компаніями, реінжинірингу бізнес-процесів, а саме таких авторів, як Хаммер М, Хесс, Чампі Дж., Шапіро В., Мазур І., Редькін О. та інших. У той же час, окремі питання щодо сутності та класифікації бізнес-процесів, реінжинірингу бізнес-процесів та їх адаптації до існуючих умов є актуальними та потребують подальшого вирішення.

В основі функціонування будь-якого господарського суб'єкта, з точки зору сучасної теорії інформаційних систем, лежить поняття бізнес-процесу. Саме бізнес-процес визначає порядок взаємодії окремих співробітників та окремих структурних підрозділів, а також принципи побудови інтегрованих інформаційних систем. В загальному вигляді, бізнес-процес визначають як сукупність різноманітних видів діяльності, у його межах на вході використовуються ресурси, а в результаті діяльності створюється продукт. Бізнес-процес включає в себе стратегічне управління, контроль за виконанням, інформаційні технології, взаємодію із структурними філіалами та іншими організаціями, маркетинг. Проведення реорганізації також можна інтерпретувати як бізнес-процес, який компанія безперервно реалізує з метою досягнення поставлених завдань (складових глобальної мети).

Існує безліч визначень або інтерпретацій базової категорії реінжинірингу бізнес-процесів (РБП) - поняття бізнес-процес (БП). Наведемо основні з визначень. Бізнес-процес це:

1. Сукупність різних видів діяльності, в рамках якої «на вході» використовуються один або більше видів ресурсів і в результаті цієї діяльності на «виході» створюється продукт, який представляє цінність для споживача [1, 2].

2. Набір логічно взаємопов'язаних дій, які виконуються для досягнення певного виходу бізнес-діяльності [3].

3. Структурована кінцева множина дій, які спроектовані для виробництва специфічної послуги (продукту) для конкретного споживача або ринку. Або – специфічно впорядкована сукупність робіт, завдань в часі і в просторі, з вказівкою початку і кінця, точним визначенням входів і виходів. Або – структурований, вимірюваний набір дій, який створений для того, щоб виробити певний вихід для конкретного клієнта або ринку [4].

4. Сутність, що визначається через точки входу і виходу, інтерфейси і організаційні пристрої, яка частково включає пристрої споживача послуг (товарів), в якій відбувається нарощування вартості послуги (товару), що виробляється [5].

5. Безліч внутрішніх кроків (видів) діяльності, що починаються з одного і більше входів і закінчуються створенням продукції, необхідної клієнтові, яка задовольняє його за вартістю, довговічністю, сервісом і якістю. Або – повний потік подій в системі, яка описує як клієнт починає, веде і закінчує використання бізнесу [6].

6. Логічні серії взаємозалежних дій, які використовують ресурси підприємства для створення або здобуття в передбаченому майбутньому корисного для замовника виходу, такого як продукт або послуга [7].

7. Будь-які види діяльності в роботі організації [8].

8. Систематизоване послідовне виконання функціональних операцій, які приносять специфічний результат [9].

9. Сукупність взаємопов'язаних ресурсів і діяльності, яка перетворює вхідні елементи у вихідні [10].

10. Ряд взаємопов'язаних видів діяльності, що перетворюють входи у виходи [11].

Отже, автори робіт присвячених РБП та організації-розробники стандартів «розфарбовують» різними відтінками багатогранне поняття «бізнес-процес». Залежно від завдань, увага авторів акцентується лише на одному або декількох його властивостях. Наприклад, БП як цільова організаційна діяльність (дії); отримання продукту (послуги/товару) - одна з основних цілей процесу; БП - це система; БП - механізм отримання додаткової вартості. Деякі автори ототожнюють поняття «БП» і «проект» [6]. У той же час багато «ключових» властивостей БП залишаються без належного обґрунтування.

На нашу думку, як властивість БП не можна задавати ознаку «дія над ресурсами», оскільки це властиво будь-якому процесу без виключення. Так само не є відмінними ознаками: формування додаткової вартості, цільова спрямованість і т.д. Найбільш вивіреними можна вважати ті визначення, які пройшли ретельні процедури узгоджень в авторитетних організаціях та яким делегована відповідальність за розробку стандартів (рекомендацій). Це зокрема такі [9-11]. В окремих працях, зокрема [12], для усунення виявлених невідповідностей у визначеннях БП запропоновано використовувати формальні методи теорії визначень. Ми також підтримуємо цю думку та вважаємо за необхідне врахування ще й формальної логіки.

Вважаємо, що в глобальному масштабі, *бізнес-процес компанії – це процес її діяльності як цілісної бізнес-системи, в основі якої лежить сукупність бізнес-процесів, що направлений на вироблення продукту (товару, послуги і т.п.), який задовольняє вимоги споживача.*

Бізнес-процес завжди може бути описаний математичною моделлю, що є важливою умовою для постановки завдання глобальної оптимізації управління різними видами ресурсів компанії. Бізнес-процес відбувається не сам по собі, він організується, планується, контролюється та реалізується конкретним виконавцем, або їх групою. Як правило, у бізнес-процесі задіяна низка учасників чи окремих фахівців (груп). На вході процесу учасником є постачальник процесу, який надає вхідні ресурси. Вхідні ресурси можуть бути результатом попереднього процесу.

Єдиною метою бізнес-процесу є задоволення вимог клієнтів, яких можна розділити на п'ять різних типів: 1 - первинні клієнти, які одержують первинний вихід; 2 - вторинні клієнти, які знаходяться поза процесом і одержують вторинні виходи; 3 - непрямі клієнти, які не одержують первинного виходу, проте вони є наступними в ланцюжку, тому пізніший за часом вихід відображається на них; 4 - зовнішні клієнти, що знаходяться поза межами підприємства та одержують вихід процесу (наприклад, дистриб'ютори, агенти, роздрібні продавці, інші організації тощо); 5 - зовнішні непрямі клієнти (споживачі). Такий поділ є достатньо умовним, бо виділенні категорії необов'язково присутні кожна окремо, а можуть бути випадки, коли вони перетинаються.

В загальному вигляді, бізнес-процес характеризується технологією реалізації бізнес-процесу та засобами автоматизації, устаткуванням, механізмами та т.п., що забезпечують реалізації процесу. Аналіз наукових публікацій та досліджень у сфері процесного управління [1-15] свідчить, що бізнес-процеси ідентифікуються за принципами, які їм притаманні, (рис. 1).

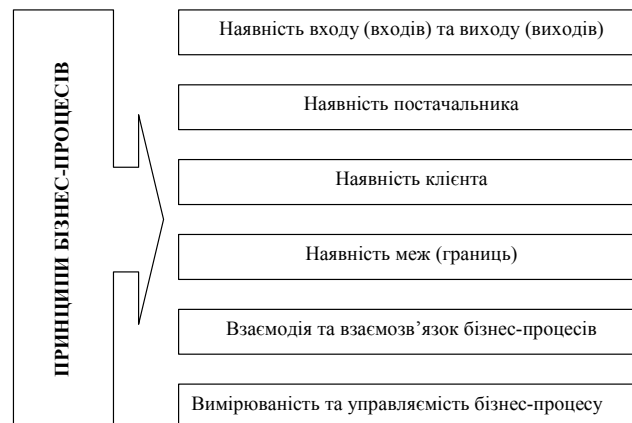


Рис. 1. Принципи бізнес-процесів

Результати досліджень свідчать, що компанії можуть мати до 20 ключових бізнес-процесів, від виконання яких залежить їх успіх на ринку, загальна кількість бізнес-процесів компанії може досягати кількох сотень. Бізнес-процес як поняття може бути класифіковане за певними ознаками, класифікація бізнес-процесів та їх стисла характеристика подана у табл. 1 [1-7; 13-14].

Зараз процесний підхід почав завойовувати певні позиції. Перехід до "символічного управління", тобто до делегування повноважень персоналу компанії, дозволяє залучити співробітників у процеси, кінцевою метою реалізації яких є задоволення потреб споживача. Як свідчить практика, завдяки "символічному управлінню" позитивні результати досягаються швидше за рахунок підвищення мотивації співробітників. В цілому, сьогодні реальна діяльність компанії вже не здійснюється окремими елементами лінійно-функціональної ієрархії, а пронизує її у вигляді сукупності бізнес-процесів. В основі переходу від лінійно-функціональної організації до процесно-орієнтованої, або крапкової трансформації організації лежить реалізація ланцюжка створення споживчої вартості товару/послуг, на початку і в кінці якого знаходиться споживач. Тільки після цього

внаслідок еволюції, а не революції, доцільно вдаватися до реорганізації організаційної структури, яка підтримуватиме функціонування процесів в організації. Ланцюжок створення вартості – це аналітичний метод, створений Майклом Портером, що дозволяє аналізувати й оптимізувати будь-який вид діяльності компанії (побудова його бізнес-процесів), визначати завдання і пріоритети в будь-якій сфері бізнесу і правильно розподіляти зусилля і ресурси для досягнення максимальної конкурентоспроможності. Перехід від функціонально-орієнтованої до процесно-орієнтованої організації діяльності компанії обумовлений тим, що функціональна ефективність системи створює залежність від якості управління персоналом. Суб'єктивна природа такого управління приводить до розсіювання вимог, які ставляться до різних працівників, та вимагає великих витрат на оперативний контроль. Тоді, коли при процесно-орієнтовній організації кожний працівник, як виконавчий ресурс, знаходиться безпосередньо у бізнес-процесі та підвладний його законам та логіці і є рівноправним учасником. Система сама регулює вимоги до всіх учасників бізнес-процесу та вимагає від них якісного виконання робіт на всіх етапах життєвого циклу. Практика свідчить, що при такій організації значно підвищується ефективність системи в цілому та якість управління зокрема, а сам процес управління стає гнучким та налагоджувальним. Ми вважаємо, що в процесі управління компанією доцільно використовувати два підходи: функціональний і процесний. Існує думка, що ці два методи управління взаємовиключать один одного.

Таблиця 1

Класифікація бізнес-процесів у компанії

Ознака класифікації	Вид бізнес-процесу	Характеристика бізнес-процесів
Функціональна	Розробка продуктів	охоплює процеси обробки вимог, потреб і очікувань замовників і розробки продуктів і послуг, що задовольняють цим вимогам.
	Маркетинг і збут	реклама та інші види просування товарів, ціноутворення, пакування і документація. Процеси збуту включають залучення нових і обслуговування наявних замовників, а також усі процеси, пов'язані з продажем товарів.
	Постачання	полягає у придбанні матеріалів і послуг.
	Виробництво	процеси, які перетворюють входи, отримані від процесу постачання, у виходи, які пропонуються для збуту. В обслуговуючих організаціях включає процеси, за допомогою яких замовнику надаються послуги.
	Сервіс	усі післяпродажні види діяльності, які виконуються для обслуговування, ремонту, відновлення і модернізації проданих раніше продуктів.
	Доставка	процеси з перевезення і доставки продуктів до замовника.
	Управління	процеси стратегічного управління, бізнес-планування і фінансового контролю.
Роль у формуванні результатів	Основні	процеси поточної діяльності підприємства, результатом яких є виробництво виходів, необхідних зовнішнім клієнтам (наращення споживчої вартості, яка задовольняє споживача).
	Допоміжні	процеси забезпечують ефективну реалізацію первинних процесів.
Взаємозв'язок з компанією	Зовнішні	процеси, які мають вхід і/або вихід поза компанією.
	Внутрішні	процеси, що реалізується цілком у рамках однієї компанії.
Значення в управлінні компанією	Розвитку бізнес-системи	процеси, метою яких є розвиток існуючої бізнес-системи компанії. Вони направлені на удосконалення продукту (послуги, технології, обладнання) та інноваційні процеси.
	Управління бізнес-системою	процеси, які спрямовані на управління бізнес-системою компанії. Вони охоплюють весь комплекс функцій управління на рівні кожного бізнес-процесу та бізнес-системи в цілому.
	Забезпечення управління	процеси, що забезпечують ефективне управління компанією
Ступінь деталізації	Крос-функціональний	процеси, в основі яких покладено не сукупність деталізованих видів робіт, а сукупність функцій бізнес-процесів
	Підпроцес	частина функцій бізнес-процесу, яка згрупована для виконання конкретної ролі у створенні кінцевого продукту діяльності бізнес-системи

Говорять, що необхідно забути функції і працювати лише із процесами. Проте, ми вважаємо, що природа компанії не змінилась від того, що ми почали її сприймати по-іншому, це є механізм, який виконує визначений набір функцій. В залежності від того, який саме набір ми можемо визначити, такі й процеси лежать в основі системи управління. Саме тому, на нашу думку, недоцільно взаємовиключати ці методи, а необхідно сприймати їх як ті, що взаємодоповнюють один одного. Таке поєднання функціонального і процесного підходів до управління компанією, як правило, буде “золотою серединкою”. Функціональна структура компанії визначає “що робити”, а процесна – “як це робити”. Це дві нерозривні сторони управління компанією. І якщо керівник, менеджер компанії буде її оцінювати з такої точки зору, то бізнес-інжиніринг стане для нього дійсно ефективним інструментом управління.

Висновки. Таким чином, у ході дослідження нами систематизовано підходи економістів до визначення базової категорії реінжинірингу - поняття «бізнес-процес» та дано визначення бізнес-процесу компанії; на підставі здійсненого аналізу, визначені принципи, які дозволяють ідентифікувати бізнес-процес як базу

категорію РБП; встановлені та систематизовані ознаки класифікації бізнес-процесів у компанії. Зазначено, що в управлінні сучасною компанією доцільно поєднувати функціональний та процесний підходи, що є темою подальших наукових досліджень авторів цієї статті.

Література

1. Hammer M., Champy J. Reengineering the corporation: a manifesto for business revolution. – New York, NY: HarperBusiness, 1993. – 223 с.
2. Хаммер М., Чампи Д. Реинжиниринг корпорации: манифест революции в бизнесе. – СПб., 2000. – 332 с.
3. Davenport T.H., Short J.E. The New Industrial Engineering: Information Technology and Business Process Redesign // Sloan Management Review, 1990, (Summer), 11–27.
4. Davenport T. H. Process innovation: reengineering work through information technology. — Boston, Mass.: Harvard Business School Press, 1993. – 337 с.
5. Porter M. E., Millar V. E. How Information Gives You Competitive Advantage//Harvard Business Review, 1985, (July—August), С. 149–160.
6. Ойхман Е.Г., Попов Э.М. Реинжиниринг бизнеса: реинжиниринг организаций и информационные технологии. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 336 с.
7. Зиндер Е.З. Новое системное проектирование: информационные технологии и бизнес-реинжиниринг //Системы управления базами данных. – 1996. – № 1. С. 55 – 67.
8. Deming W. E. Quality, productivity, and competitive position. – Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Engineering Study, 1982. – 373 с.
9. TeleManagement Forum. Telecom Operations Map. Evaluation Version 2.1. – Morristown, NJ: TMForum, 2000. – 82 с.
10. ГОСТ Р ИСО 9001-96. Системы качества. Модель обеспечения качества при проектировании, разработке, производстве, монтаже и обслуживании. – <http://www.vashdom.ru/gost/9001-96>.
11. ISO/IEC. Оценка и аттестация зрелости процессов создания и сопровождения программных средств и информационных систем (ISO/IEC TR 15504-CMM). – М.: Книга и Бизнес, 2001. – 348 с.
12. Витгенштейн Л. Философские идеи Людвига Витгенштейна. – М.: ИФРАН, 1996. – 169 с. http://www.philosophy.ru/iphras/library/koz12_1.html.
13. Курилов А., Рыбченко Н. Реорганизация деятельности промышленных предприятий: процессный подход // Корпоративные системы. – 2001. – № 4. – С. 15.
14. Робсон М., Уллах Ф. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес-процесов: Пер. с англ. Н.Д. Эриашвили. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997. – 234 с.
15. Редькин О.С., Вернер В., Хрущ Н.А. Сучасні стратегії та технології корпоративного управління. – Одеса: “Евен”, 2004. – 224 с.

Надійшла 26.04.2008 р.

УДК 65.01:658.7/.8 (477)

А. Г. ЛІТВІНОВА, В. В. СТАДНИК
Хмельницький національний університет

КЛІЄНТО-ОРІЄНТОВАНІ ТЕХНОЛОГІЇ У РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Глобальні зміни у світі, викликані політичними та економічними причинами, а також стрімким науково-технічним прогресом, потребують нових підходів до визначення джерел соціально-економічного розвитку, серед яких вагоме місце займають технології управління, у яких акценти зміщуються з прагнення обійти конкурента на прагнення його залучити, причому не стільки за рахунок цінкових і якісних переваг, скільки за рахунок особливо унікального обслуговування. Такі клієнто-орієнтовані (Customer Relationship Management – CRM) технології набувають нині поширення в різних сферах діяльності та можуть відіграти найважливішу роль у формуванні конкурентних переваг малих підприємницьких структур як виробничого, так і невиробничого спрямування.

Технологія CRM допомагає споживачу відчути власну значущість для компанії і індивідуальність. За наслідками дослідження McKinsey, в 68% випадків причиною втрати клієнтів стає байдуже ставлення до них і лише в 14% - незадоволення продуктом [1, с. 48]. Таким чином, для багатьох компаній ефективно управління відносинами з клієнтами вже зараз стало найважливішим чинником виживання і розвитку, тому питання про нову постановку завдання бізнесу і про побудову організаційної клієнто-орієнтованої структури, виявилися одними з найактуальніших.

Вивченням питань підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств займається багато вітчизняних учених і науковців, зокрема Т. Щедрина, Д. Лук'яненко, В. Кредисов. Питанням управління

взаємовідносин з клієнтами присвячені роботи Черкашина П., Лосева С.В., Стікала І, Р. Сфіфта. Проте більшість досліджень стосуються інформаційного забезпечення роботи з клієнтами, створення масиву даних про тих клієнтів, з якими фірма працює, а також потенційних, з якими фірма могла б працювати в майбутньому. На жаль, у науковій літературі лише акцентується на важливості залучення нових клієнтів, однак методико-прикладних рекомендацій стосовно формування дієвих методів роботи із потенційними клієнтами, особливо з урахуванням ментальності вітчизняних споживачів, ще недостатньо. Це і визначило мету даного дослідження.

Останнє десятиліття ХХ століття ознаменувалося становленням клієнто-орієнтованого підходу, метою якого стала побудова індивідуальних відносин з кожним з клієнтів компанії. Суть цього підходу можна звести до наступного:

1. *Орієнтація на утримання клієнтів.* Оскільки збільшення частки ринку і залучення нових покупців почали обходитися все дорожче, компаніям вигідніше стало використовувати потенціал наявної клієнтської бази і забезпечувати зростання продажу за рахунок підвищення інтенсивності споживання своєї продукції вже існуючими клієнтами.

2. *Індивідуальні комунікації з клієнтами.* З метою врахування персональних особливостей кожного споживача і пропозиції йому більшої цінності виникла необхідність забезпечення особистої інтерактивної взаємодії між ним і компанією. З розвитком інформаційних технологій вирішення цього завдання стало можливим.

3. *Співпраця, заснована на відносинах, а не продукті.* Оскільки товари і послуги набували все більшої стандартності, основою для збереження і розвитку співпраці між компанією і її клієнтами стали відносини, які забезпечували більшу комфортність споживання благ (сервіс). Споживачі почали сприймати компанію як носія якоїсь ідеї (бренду), що має для них особливу цінність.

Виникнення клієнто-орієнтованого підходу доповнило комплекс функцій організаційного менеджменту ще однією – управлінням взаєминами з клієнтами. Унаслідок загальнодоступності виробничі і маркетингові технології більше не можуть забезпечити компанії довгострокове лідерство, вони є необхідними, але не достатніми. Тепер важливо не просто створити продукт і знайти клієнтів, що його потребують, але і орієнтувати бізнес на зміцнення співпраці з найбільш цінними з них.

Розвиток ринкових відносин в Україні зумовлює ускладнення і прискорення змін зовнішнього середовища, що у свою чергу суттєво впливає на зміну відносин між підприємствами і споживачами. І якщо для великих підприємств втрата кількох клієнтів не дуже відчутно відбивається на загальних обсягах продажу, то для малих підприємств важливо зберегти кожного клієнта, оскільки коло споживачів таких підприємств доволі часто обертається у одному бізнес-просторі і втрата одного може обернутися втратою інших. За цих умов стратегічною метою малого підприємства має стати формування постійного контингенту покупців, що сприятиме забезпеченню стабільності його функціонування. Однак багато малих підприємств цьому питанню не приділяють належної уваги, опираючись здебільшого на традиційну концепцію маркетингу. Розглянемо наслідки такого підходу на прикладі одного із малих підприємств, що працює у м. Хмельницький – ПМП «Хелен-А».

Дане підприємство займається створенням власних колекцій одягу та втілює у життя ідеї молодих дизайнерів, здійснюючи повний цикл підготовчих робіт для запуску швейних виробів в масове виробництво (комп'ютерна розробка лекал, виготовлення технічної документації, еталонного зразка, розробка технології виготовлення). Клієнтами ПМП «Хелен-А» є вітчизняні та закордонні компанії, які виготовляють одяг переважно масового споживання. У своїй діяльності підприємство опирається на глибоке вивчення споживчого попиту, прогнозуванні можливих змін модних тенденцій, дослідженні місткості цільових сегментів ринку з урахуванням зміни сезонів та стійкості уподобань споживачів тощо. Результати таких досліджень служать основою довгострокового прогнозування його розвитку.

Виходячи із своєї місії, яка сформульована як «Створюючи свої колекції одягу, ми прагнемо залучити Вас у світ вишуканого, елегантного і неповторного стилю, який дозволить Вам відчути гармонійну цілісність своєї жіночої вроди в її неподільному прагненні до досконалості» ПМП «Хелен-А» важливим чинником своєї конкурентоспроможності бачить кваліфіковані дії в сфері маркетингу, що дає змогу вирішувати наступні завдання:

- оцінювати рівень попиту (існуючого й потенційного) покупців цільових сегментів ринку через комплексний аналіз його стану й перспектив розвитку;
- планувати і конструювати моделі одягу у відповідь на потреби потенційних споживачів;
- виготовляти нові зразки продукції, які зможуть краще задовольнити різні потреби й вимоги споживачів;
- вдосконалювати системи і методи збуту продукції;
- регулювати внутрішні процеси, здійснювані персоналом підприємства, відповідно до змін ситуації на ринку.

Однак, незважаючи на те, що керівництво докладає зусиль для того, щоб ефективно реалізувати зазначені завдання, ретроспективний аналіз діяльності підприємства показує, що воно має суттєві проблеми зі збутом продукції, що проявляється у перевищенні витрат виробництва над виручкою від реалізації (рис. 1).

Таким чином, удосконалення маркетингової діяльності на ПМП «Хелен-А» є одним з першочергових завдань, оскільки від цього залежить здатність підприємства конкурувати із великою кількістю подібних

підприємств, які працюють на Хмельницький оптово-роздрібний ринок. Оскільки ПМП «Хелен-А» займається не лише виробництвом одягу, а й його реалізацією, отже утримання клієнтів для підприємства є важливим завданням, що актуалізує роботу з вивчення їх потреб та вимог. Зважаючи на те, що клієнтами підприємства є не лише покупці готового одягу, а й виробники його, які зацікавлені у отриманні лекал та технології продукції, попит на яку відповідав би очікуванням виробника, очевидно, що клієнто-орієнтована концепція ведення бізнесу повинна зайняти чільне місце в управлінні підприємством, доповнюючи і розширюючи можливості маркетингу.



Рис. 1. Динаміка обсягів реалізації ПМП «Хелен-А»

Відмінності концепції CRM від концепції інтегрованого маркетингу полягають у виведенні на новий рівень сфери роботи з клієнтами для формування і закріплення в них лояльності до торгової марки підприємства (в даному разі «Хелен-А»). Схематично зміна сфер відповідальності при переході організації до концепції CRM подані на рис.2 [2].

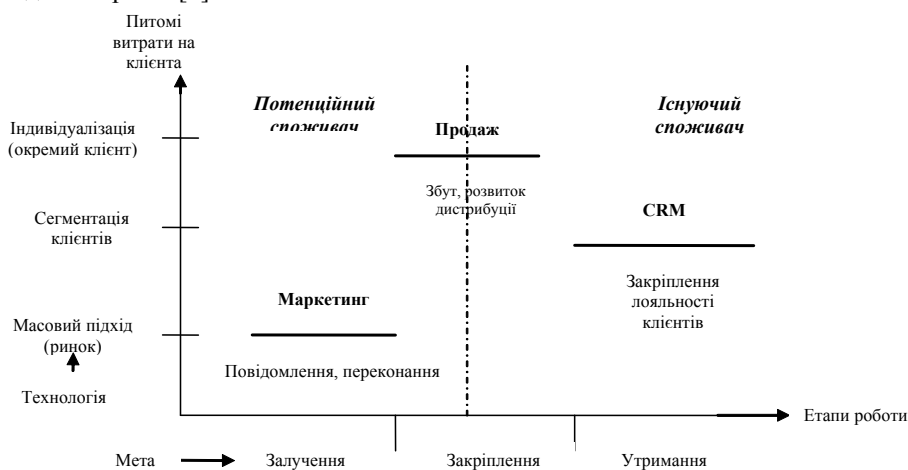


Рис. 2. Сфери відповідальності в клієнто-орієнтованій організації

Якщо аналізувати основні завдання, які ставляться перед маркетингом і управлінням продажами, то їх об'єднує одна загальна мета – залучення нових клієнтів. При цьому маркетингові комунікації мають переважно масовий характер і слабо зважають на специфіку кожного конкретного споживача, а завдання управління продажами полягає в забезпеченні збуту і розвитку дистрибуторської мережі, що також орієнтує на масового споживача. Критерії їх ефективної роботи – збільшення частки ринку і максимізація виручки – забезпечуються, переважно, за рахунок нових клієнтів, що і зумовлює основні акценти в їх роботі. Проте нині, коли основні групи клієнтів вже «поділені» між провідними виробниками, а вибір самих клієнтів визначається не продуктом, а якістю сервісу, мета залучення нових клієнтів часто відходить на другий план порівняно з метою їх утримання. Однак, якщо питання залучення клієнтів традиційно покладалося на підрозділи маркетингу і продажів, то розробленням ефективної сервісної політики і стратегії утримання клієнтів має опікуватися спеціалізована структурна ланка (відділ по роботі з клієнтами), основні акценти роботи якої зміщуються в бік утримання тих клієнтів, які вже скористалися послугами фірми. Це, з одного боку, дає змогу уникнути конфліктів з раніше виконуваними функціями, на які підрозділи маркетингу і продажів були історично орієнтовані, а з іншої – забезпечить оперативніше впровадження нових технологій для утримання клієнтів і зміцнення їх лояльності.

Відділ CRM формує політику роботи зі споживачами, що вже стали клієнтами компанії, але на відміну від відділу продажів, оперує переважно не окремими фізичними або юридичними особами, а цілими сегментами або групами клієнтів. В результаті діяльність відділу CRM сприяє зниженню питомих витрат на збут за рахунок застосування однотипних процесів для учасників одного клієнтського сегменту, до того ж вона забезпечує виконання ще двох ключових функцій: визначення потреб кожного з клієнтів і контроль якості їх обслуговування (сервісу).

Основне завдання процесу CRM полягає в управлінні лояльністю різних клієнтських груп з метою підвищення інтенсивності споживання одних (через розвиток довгострокової співпраці) і відмови від роботи з

іншими. Отже, практичне втілення клієнто-орієнтованого підходу вимагає перегляду всіх основних аспектів організаційної діяльності. Іншими словами, клієнто-орієнтована організація, її завдання, структура і основні процеси розроблені з розрахунком на оптимізацію її взаємодії з клієнтами, тобто визначені за схемою «ззовні - всередину». Отже метою такої організації є «створення задоволеного клієнта» через пропозицію товарів і послуг, що максимально повно відображають його споживчу і ціннісну позиції.

Основою успішної діяльності CRM є наявність технології управління взаєминами з клієнтами, яка забезпечує формування моделі поведінки компанії стосовно різних клієнтських груп. Розглянемо основні етапи програми реалізації CRM-технології: [3]

1. *Впорядкування клієнтської бази.* Відправною точкою технології є моніторинг клієнтської бази і збір інформації, якої бракує. Отримані дані дозволять забезпечити ефективний аналіз за атрибутивними ознаками і особливостями поведінки клієнтів. Основні блоки інформації:

- персональна (контактна) інформація – набір основних атрибутів клієнта, необхідних для його ідентифікації і організації взаємодії;

- комерційна інформація – набір атрибутів клієнта, що відображають особливості його бізнесу, а також результат співпраці з компанією (використовується для сегментації клієнтів і прогнозування їх поведінки);

- історія операцій і продажу – список усіх успішних та невдалих операцій з клієнтом (дає детальне уявлення про потреби клієнта, їх зміну в часі і особливостях умов придбання; служать основою для накопичення комерційної інформації);

- історія взаємодії – список контактів компанії з клієнтом в процесі співпраці (дозволяє оцінити, скільки і яких ресурсів було витрачено на роботу з клієнтом, виявити переважні способи взаємодії, визначити потреби і запити клієнта, спланувати майбутню активність і оцінити прийнятний рівень витрат, який може служити критерієм ефективності у майбутніх операціях).

2. *Сегментація клієнтів.* Дані, отримані в ході впорядкування клієнтської бази, використовуються для проведення сегментації клієнтів. Оскільки, як правило, компанію цікавлять найбільш рентабельні групи клієнтів, доцільно використовувати двовимірну модель сегментації, класифікувавши клієнтів за двома критеріями: прибуток (розмір клієнта або сума укладених операцій) і витрати (у довгостроковому плані - наслідок лояльності). Матриця сегментації клієнтів (табл. 1) дозволяє вибрати для кожного з сегментів найбільш виправдану стратегію подальшої роботи з ним.

Таблиця 1

Матриця сегментації клієнтів (адаптована за [3])

Критерій сегментації		Лояльність клієнта		
		Висока	Середня	Низька
Масштаб діяльності клієнта	Великий	Виявлення основних цінностей, підтримка лояльності	Виявлення основних цінностей, підтримка лояльності	Ліквідація причин незадоволення, підвищення лояльності
	Середній	Виявлення основних цінностей, підтримка лояльності	Пропонування додаткових товарів та послуг, стимулювання збуту	Скорочення витрат
	Малий	Пропонування додаткових товарів та послуг, стимулювання збуту	Скорочення витрат	Скорочення витрат, відмова від клієнтів

Для роботи з різними клієнтськими сегментами можна виділити три основні стратегії: стратегію підвищення лояльності (розвиток довгострокового партнерства, сприяння розвитку бізнесу, пропозиція індивідуального підходу); стратегію стимулювання збуту (підвищення інтенсивності споживання уніфікованої продукції і сервісу) і стратегію скорочення витрат (мінімізація витрат, введення цінових бар'єрів, відмова від подальшої співпраці). При розробці стратегій важливо враховувати особливості поведінки кожного клієнтського сегменту: критерії вибору, чинники задоволеності, причини відмови від співпраці тощо. Ця інформація може бути отримана за результатами вивчення задоволеності клієнтів.

ПМП «Хелен-А» для роботи з клієнтськими сегментами використовує стратегію підвищення лояльності, оскільки пропонує індивідуальний підхід до кожної групи клієнтів та прагне до довгострокового партнерства.

3. *Розробка індивідуальних пропозицій.* Ґрунтуючись на проведеній сегментації і знаючи специфіку поведінки клієнтів, для кожного клієнтського сегменту компанія проектує свої товарні і сервісні пакети.

«Товарна» складова індивідуальних пропозицій стосується як модифікацій вже існуючих товарів, так і розробки нових рішень. Основними критеріями, за якими здійснюється диференціація товарних пропозицій, є:

- специфіка бізнесу клієнтів (орієнтація на розвиток наявного бізнесу клієнтів і надання йому допомоги у виході на нові ринки);

- територіальні відмінності клієнтів (реалізація продуктів відповідно до особливостей і стандартів

споживання у певній місцевості);

– галузеві тенденції і конкурентні розробки (випередження потреб клієнтів і використання кращих практик).

Зважаючи на те, що клієнтами ПМП «Хелен-А» є як крупні фабрики пошивання одягу, які використовують дизайнерсько-технологічні розробки конструкторів, так і малі підприємства, для яких фірма виготовляє невеликі партії одягу для реалізації, менеджмент підприємства для утримання цих клієнтів використовує різні підходи – при роботі з крупними клієнтами виконує замовлення на технологічні розробки за їх вимогами, тоді як для середніх і малих – забезпечує їх якісними товарами власного дизайну і виробництва.

«Сервісна» складова індивідуальних пропозицій припускає диференціацію за наступними принципами:

– рівень якості надання сервісу (засоби взаємодії, оперативність реагування, кваліфікація персоналу, швидкість вирішення проблем);

– різноманіття та індивідуальність пакетів сервісу (асортимент пропонованих варіантів, урахування специфіки клієнтів, персональний підхід);

– ексклюзивність сервісу (наявність особливих послуг для важливих клієнтів, надання знаків уваги).

Важливо відзначити, що якщо «товарна» складова безпосередньо впливає на прибутковість клієнта, то «сервісна» складова є основа формування його лояльності, тому важливо використовувати комплекс різних методів при роботі з різними групами клієнтів.

4. Реінженіринг клієнто-орієнтованих бізнес-процесів. Визначивши найбільш рентабельні пакети товару і сервісу, компанія формує вимоги до бізнес-процесів, які б змогли забезпечити їх реалізацію при гарантованому рівні якості. Фактично відбувається модернізація наявних в компанії процесів («ланцюжки створення вартості») з урахуванням їх дії на різні групи клієнтів, формуються CRM-процедури, що забезпечують взаємодію різних підрозділів компанії і їх орієнтацію на виконання заданого рівня клієнтських вимог. Для кожного сегменту клієнтів CRM-процедури визначають необхідні матеріали, кваліфікацію персоналу, канали розповсюдження, рівень сервісного обслуговування тощо. Також вони дають змогу розподілити області відповідальності різних організаційних підрозділів, визначити критерії оцінки ефективності процесів, орієнтуючи їх на якість роботи з клієнтами і диференціюючи їх залежно від клієнтського сегменту.

Підсумковою метою CRM-процедур є прогнозування ресурсів, необхідних для реалізації кожної з клієнтських стратегій, а згодом – грамотне розподілення виробничих потужностей, фінансових вкладень і персоналу з метою максимізації підсумкового результату роботи компанії, а також контролю якості взаємодії з клієнтами і оперативного реагування на зміну клієнтських переваг.

5. Розробка стратегії контактів. Сформувавши індивідуальні пропозиції і умови для їх якісної реалізації, компанія розробляє систему взаємодії з клієнтами. За наміченим графіком планованих змін в товарній і сервісній політиці компанії розробляється календарний план комунікацій з різними клієнтськими сегментами. Опрацьовується матриця контактів: перелік інформаційних приводів, список контактних осіб, переважні засоби комунікації, їх час і частота, структурна і змістовна частини послань. Стратегія контактів формується з урахуванням специфіки товарних і сервісних пропозицій різних сегментів.

6. Побудова довгострокових відносин з клієнтами і управління ними. Реалізація цього завдання в рамках організації включає опрацьовування двох складових: зовнішньої і внутрішньої. В рамках зовнішньої складової розробляються програми лояльності і стимулювання збуту. Під програмою лояльності розуміється клієнтський проект довгострокової дії, спрямований на підвищення прихильності клієнтів до компанії за рахунок пропозиції їм відчутних цінностей як матеріального, так і емоційного характеру, завдяки чому досягається зростання обсягу продажу і підвищення доходу компанії. Пропонується виділяти чотири групи програм лояльності:

– бонусні програми (винагорода для клієнтів за вигідну для компанії поведінку: інтенсивність споживання, додаткові покупки, рекомендації іншим і тому подібне);

– програми партнерства (співпраця компанії з клієнтами в межах розвитку товарів і сервісу, спільний маркетинг);

– клуби постійних клієнтів (надання клієнтам можливості ефективної взаємодії між собою з метою перейняття стороннього досвіду і розвитку власного бізнесу);

– додаткові послуги (набір послуг, орієнтованих на строго певні сегменти або окремих клієнтів).

ПМП «Хелен-А» для покращення збутової діяльності також використовувала бонусні програми та додаткові послуги, що певною мірою сприяло підвищенню лояльності клієнтів до підприємства.

Описана CRM-технологія дозволяє компаніям, по-перше, сформувати практичний підхід до побудови організації, що орієнтується на клієнта і, по-друге, будувати свою діяльність з акцентом на утримання найпривабливіших груп клієнтів. З метою постійного розвитку і підвищення якості роботи з клієнтами окремі етапи CRM-технології або весь процес цілком можуть бути повторені кілька разів. Зміни можуть бути проведені у ході розробки нової товарної лінії, виході на нові географічні ринки, переорієнтації на якісно нові споживчі сегменти або при ідеологічному перетворенні компанії.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, клієнто-орієнтовані технології дають змогу управляти лояльністю груп споживачів, з якими підприємство уже почало працювати. Це забезпечує гарантований збут продукції чи послуг і зберігає здатність підприємства працювати, незважаючи на

конкурентний тиск. Однак зміни, що повинні здійснитись у процесі реалізації CRM-технології, мають торкнутися всіх основних організаційних елементів: структури підприємства, бізнес-процесів і культури. Оскільки однією з основних конкурентних переваг на ринку стає сервіс, який орієнтований на побудову довгострокових і взаємовигідних відносин з клієнтами, то розробка програми змін та реалізація CRM-технології є одним із завдань вітчизняних підприємств, які прагнуть удосконалити збут продукції та отримати прихильність споживачів, тим самим сформувати довгострокові відносини з ними. Вектор активності компанії повинен зміститися з «товарних» процесів на пошук найбільш вигідних клієнтських сегментів і розробку стратегії їх утримання. Загальна ціннісна позиція клієнтів і компанії, розуміння інтересів один одного забезпечують високий ступінь прихильності і можливість тривалої співпраці.

Література

1. Черкашин П. Готовы ли Вы к войне за клиента? Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). – М.: ООО «ИНТУИТ.ру», 2004.
2. Лосев С.В. Управление отношениями с клиентами // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. - №1. – С.42-47.
3. Лосев С.В. Равнение на клиента: Основные принципы построения клиенто-ориентированной организации // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. - №6. – С.31-41.
4. Р.Сфифт. Управление взаимоотношениями с клиентами. - М.: Добрая книга, 2003.-512 с.

Надійшла 06.04.2008 р.

УДК 330.341.1:338.45

Н. В. МОЗГОВА

Одеський державний економічний університет

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Пріоритетність легкої промисловості для економіки країни визначається значною ємкістю внутрішнього ринку товарів, низькою енергоємністю (1-3% валових витрат) та споживання сировини, хімічних матеріалів та устаткування, що виробляються вітчизняними підприємствами аграрної, хімічної та машинобудівної галузей. За даними офіційної статистики протягом 1991-2005 р.р. частка галузі у загальному обсязі промислового виробництва скоротилася з 12,3% до 1%, зокрема відбулося швидке скорочення більшості видів швейної продукції. Раціональні шляхи розвитку галузі неможливі без активізації інноваційної діяльності. Висновки та рекомендації дослідження сучасного стану інноваційної діяльності підприємств легкої промисловості можуть бути використані у процесі розробки та аналізу ефективності реалізації інноваційної стратегії розвитку легкої промисловості.

Аналіз останніх досліджень та публікацій свідчить, що рішення проблем інноваційного шляху розвитку легкої промисловості потребує насамперед розробки загальної стратегії та політики господарювання [1,с.5-6;2,с.29-32]. Доречним є наголошення, що «аналіз і оцінка інновацій не включено в систему комплексного економічного аналізу» [3,с.50].

Окремі аспекти аналізу діяльності галузі розглядалися у [4,с.5-6;5,с.31-33]. Однак при цьому питання оцінки сучасного стану інноваційного розвитку підприємств галузі залишаються до кінця не вирішеними.

Мета статті - дослідження стану інноваційної діяльності підприємств легкої промисловості та розробка рекомендацій щодо впровадження стратегічного менеджменту як інструменту управління інноваціями.

У 2006 році інноваційною діяльністю у промисловості займалося 1118 підприємств або 11,2% обстежених промислових підприємств (у 2005 році – 1193 підприємства або 11,8%).

На загальному фоні зниження інноваційної активності у промисловості України катастрофічним є виробництво у легкої промисловості: якщо у 2006 році у порівнянні з 2005 роком кількість підприємств в цілому зменшилася на 6,28%, то у легкій промисловості – на 28,38%.

Більш детальна характеристика динамки інноваційно активних підприємств легкої промисловості за напрямками проведення інновацій наведена у табл. 2.

В найбільш значній мірі зменшилася кількість підприємств, що втрачали кошти на дослідження і розробки (у 2006 р. у порівнянні з 2005 р. на 33,3%), виробниче проектування (-38,9%), придбання машин, обладнання, установок (-46,7%), маркетинг та рекламу (-40%).

За даними Держкомстату України факторами, які перш за все перешкоджали здійсненню інноваційної діяльності, були вартісні, а саме, нестача власних коштів (указали 80,1% обстежених підприємств), великі витрати на нововведення (55,5%), недостатня фінансова підтримка держави (53,7%), високий економічний ризик (41%), тривалий термін окупності нововведень (38,7%), відсутність коштів у замовників (33,3%). Також заважала недосконалість законодавчої бази (40,4%), відсутність попиту на продукцію (16%), відсутність

кваліфікованого персоналу (20%), відсутність можливостей для кооперації з іншими підприємствами і науковими організаціями (19,7%), нестача інформації про ринки збуту (17,4%), нестача інформації про нові технології (17,3%). Крім того, 15,5% обстежених підприємств зазначили свою несприйнятливність до нововведень [7,с.191]. Окрім цих факторів для підприємств легкої промисловості актуальним є загострення конкуренції. За даними статистичного відділу ООН щодо експорту товарів з різних країн до України, основними іноземними конкурентами в досліджуваному секторі є: Китай (у сегментах чоловічого та жіночого верхнього одягу, сорочок, трикотажу, постільної та столової білизни); Італія (у сегментах чоловічих та жіночих костюмів, суконь, брюк та спідниць, шкіряного одягу); Туреччина (у сегментах чоловічих брюк, блуз, постільної та столової білизни). Імпорт «секонд-хенду», зокрема з Великобританії та Німеччини, є головною конкурентною загрозою українським виробникам недорогої продукції.

Таблиця 1

Динаміка інноваційно-активних промислових підприємств за 2003-2006 р.р.

Роки	Кількість інноваційно активних підприємств		Абсолютний ланцюговий приріст		Темп приросту	
	промисло-вість в цілому	легка промисловість	промисло-вість в цілому	легка промисловість	промисло-вість в цілому	легка промисловість
2003	1496	116	-----	-----	----	-----
2004	1359	77	-137	-39	-9,15	-33,62
2005	1193	74	-166	-3	-12,21	-3,90
2006	1118	53	-75	-21	-6,29	-28,38

Розраховано з використанням джерела [6,с 317].

Таблиця 2

Динаміка інноваційно активних підприємств легкої промисловості за напрямками проведених інновацій

Напрями проведених інновацій р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2005 р. в % до 2004 р.	2006 р. в % до 2005 р.
Усього підприємств легкої промисловості	736	745	728	101,2	97,7
З них займаються інноваційною діяльністю	77	74	53	96,1	71,6
- в % до загальної кількості	10,46	9,93	7,28	-0,53	-2,65
у тому числі витрачали кошти на:					
- дослідження і розробки	12	9	6	75	66,7
- придбання нових технологій	1	2	2	200	100
- виробниче проектування, інші види підготовки виробництва для випуску нових продуктів	15	18	11	120	61,1
- придбання машин, обладнання, установок	31	30	16	96,8	53,3
- маркетинг та рекламу	19	20	12	105,3	60,0
- інші	17	13	9	76,5	69,2

Розраховано з використанням джерела [7,с.243,245].

Український ринок можна розподілити на чотири цінових сегменти: товари дешеві, середньої вартості, дорогі та ексклюзивний одяг. Найвищий рівень конкуренції спостерігається у сегменті дешевої продукції, де українські виробники відчувають значний тиск з боку «секонд-хенду» та дешевих азійських товарів. У сегменті товарів дорогих та середньої вартості - конкуренція середнього рівня, тоді як у сегменті ексклюзивних товарів існують достатньо високі бар'єри для місцевих виробників. Українські бренд-орієнтовані виробники конкурують з іноземними торговими марками у сегменті дорогої продукції.

До внутрішніх проблем слід віднести незбалансованість виробничих можливостей підприємства та обсягів збуту, виробничо – збутова орієнтації організаційної структури і ослаблена маркетингова складова, помилки у визначенні сегментів та цільових ринків, недостатні знання можливих ринків та потреб своїх потенційних покупців, недостатня ефективність роботи структурних підрозділів.

Як свідчать дані табл. 3, у 2006 році у порівнянні з 2005 роком загальний обсяг витрат на інновації зменшився на 7399 тис. грн. або на 20,52%, зокрема витрати на придбання машин, обладнання, установок та інших основних засобів – на 4875,2 тис. грн. або на 20,95%, витрати на виробниче проектування на 1815,7 тис. грн. або на 21,01%, витрати на дослідження і розробки на 1362,4 тис. грн. або на 71,93%. Проте слід зазначити зростання питомої ваги витрат на придбання нових технологій з 0,12% до 1,48%.

У 2006 році загальний обсяг витрат на технологічні інновації становив 28663,6 тис. грн., 53,8% якого –

на продуктиві і 46,2% - на процесові інновації. Із загального обсягу витрат 75% витратили підприємства текстильного виробництва, виробництва одягу, хутра ат виробів з хутра і 25% підприємства з виробництва шкіри та шкіряних виробів.

Таблиця 3

Динаміка розподілу загального обсягу витрат за напрямками інноваційної діяльності в легкій промисловості

Напрями проведених інновацій	2005 р.		2006 р.		Відхилення (+,-)		
	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	%	процентних пунктів
Усього витрат у тому числі на:	36062,6	100,0	28663,6	100,0	-7399	-20,52	-----
- дослідження і розробки	1894,1	5,25	531,7	1,85	-1362,4	-71,93	-3,40
- придбання нових технологій	42,7	0,12	423,2	1,48	380,5	891,10	1,36
- виробниче проектування, інші види підготовки виробництва для випуску нових продуктів	8641,5	23,96	6825,8	23,81	-1815,7	-21,01	-0,15
- придбання машин, обладнання, установок, інших основних засобів	23288,2	64,58	18409,0	64,22	-4879,2	-20,95	-0,36
- маркетинг та рекламу	690,8	1,92	328,9	1,15	-361,9	-52,39	-0,77
- інші	1505,3	4,17	2145	7,49	639,7	42,50	3,32

Розраховано за використанням джерела [7,с.205-207].

Розподіл загального обсягу фінансування інноваційної діяльності наведений у табл. 4.

Таблиця 4

Динаміка розподілу загального обсягу фінансування інноваційної діяльності підприємств легкої промисловості за джерелами за 2005-2006 р.р.

Джерела фінансування	2005 р.	2006 р.	Відхилення	
			тис. грн.	%
Усього:	36062,6	28663,6	-7399	-2052
в т. ч. за рахунок коштів:				
- власних	28081,6	26713,8	-1367,8	-4,87
- держбюджету	95,4	114	18,6	19,50
- місцевих бюджетів	---	---	---	---
- позабюджетних коштів	---	---	---	---
- вітчизняних інвесторів	97,8	---	-97,8	-100,0
- зарубіжних інвесторів	---	---	---	---
- кредитів	7787,8	1835,8	-5952	-76,43
- інших				

Розраховано з використанням джерела [7,с.209-221].

Найбільш значним у фінансуванні інноваційної діяльності підприємств легкої промисловості є власні кошти, які зменшилися на 1367,8 тис. грн. або на 20,52% і кредити, які зменшилися на 5952 тис. грн. або на 76,43%, тобто держава практично відсторонилася (питома вага коштів держбюджету склала в 2005 році 0,26%, а в 2006 – 0,4%), а вітчизняні інвестори неспроможні забезпечити впровадження сучасних інноваційних проектів. Характерний факт - у 2006 році джерела фінансування за рахунок вітчизняних і зарубіжних інвесторів відсутні.

Ми розділяємо точку зору Оболенцевої О.А., яка відмічає, що оскільки індикатором інноваційної діяльності є виробництво і реалізація інноваційної продукції, то ні кількість суб'єктів господарювання, що приймають участь в інноваційній діяльності, ні кількість найменувань інноваційних видів продукції не мають визначного значення [8, с. 142]. Є значне відставання між розробкою і впровадженням, а також між впровадженням і масовим виробництвом інноваційних видів продукції. Тому оцінка ефективної інноваційної діяльності проводилася за показниками, що наведені у табл. 5.

У 2006 році у порівнянні з 2005 роком витрати на 1 грн. реалізованої інноваційної продукції збільшилися з 33,6 коп. до 34,5 коп., а прибуток на 1 грн. витрат зменшився з 1,98 грн. до 1,90 грн. Негативна динаміка характерна для питомої ваги реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої промислової продукції – зменшення з 2,9% до 2%. Зменшення питомої ваги обсягу реалізованої інноваційної

продукції за межі України у загальному обсязі реалізованої інноваційної продукції з 38,7% до 31,9% свідчить про незатребуваність вітчизняних інноваційних розробок та невідповідності продукції галузі світовим стандартам. Ключовими показниками, що з якісного боку характеризують інноваційний розвиток галузі є рівень прогресивності реалізованої інноваційної продукції та коефіцієнт експортоспроможності, які формують певний ланцюг інноваційної цінності «продукція, що зазнала суттєвих технологічних змін → удосконалена продукція → інша інноваційна продукція → експортоспроможність продукції» [3, с.55]. У 2006 році у порівнянні з 2005 роком простежується форсуюче зменшення питомої ваги реалізованої інноваційної продукції, що зазнала суттєвих технологічних змін з 58% до 25,4%. При цьому коефіцієнт співвідношення частки реалізованої інноваційної продукції, що зазнала суттєвих технологічних змін і удосконаленої становив у 2005 році 1,89, а у 2006 році 0,49, тобто у 2006 році стержнем забезпечення експортоспроможності інноваційної продукції є саме удосконалена її частина. За таких умов важливого значення набуває вибір вірної стратегії: інтенсивне збільшення обсягів продажу; розвиток товару, незважаючи на його поточну ринкову нішу; розвиток ринку; уніфікація інноваційного товару з метою охоплення максимальної кількості сегментів ринку, диверсифікація; інтеграція.

Таблиця 5

Економічна ефективність інноваційної діяльності підприємств легкої промисловості

Показники	2005 р.	2006 р.
Загальний обсяг реалізованої промислової продукції, млн. грн.	3703,6	4161,6
Обсяг реалізованої інноваційної продукції, млн. грн.	107,4	83,2
в тому числі:		
- продукція, що зазнала суттєвих змін, млн. грн.	62,3	21,1
- удосконалена продукція	33,0	43,4
- інша інноваційна продукція	12,1	18,7
Обсяг реалізованої інноваційної продукції за межі України, млн. грн.	41,6	26,5
Загальний обсяг витрат на інноваційну діяльність, млн. грн.	36,1	28,7
Прибуток, млн. грн.	71,3	54,5
Прибуток на 1 грн. витрат, грн.	1,98	1,90
Питома вага реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої промислової продукції, %	2,9	2,0
Питома вага обсягу реалізованої інноваційної продукції за межі України у загальному обсязі реалізованої інноваційної продукції, %	38,7	31,9
Витрати на 1 грн. реалізованої інноваційної продукції, коп.	33,6	34,5

Розраховано з використанням джерела [7, с.205-207,251,253,264,266].

Наші дослідження у легкій промисловості привели до висновку, що більшість підприємств, навіть дуже успішних, просто не готові до роботи на конкурентних ринках. Дається взнаки дефіцит практичних знань, які потрібні для роботи підприємства у конкурентному середовищі й залучення інвестицій. Цей дефіцит стає усе більш явним у міру зростання вимог до менеджерів вищого та середнього рівня внаслідок ускладнення ринкового середовища, зростання конкуренції. На підприємствах не застосовуються нові методи управління через відсутність підготовлених «команд» фахівців, які мають навички й знання, необхідні для проведення перетворень, менеджери підприємств не досить володіють практичним інструментарієм аналізу діяльності підприємства та розробки управлінських рішень [9, с. 82-84].

Добре відпрацьоване в епоху соціалізму виробниче планування є сильною стороною майже усіх підприємств галузі. Проте це не може компенсувати відсутність або слабкість цільового планування і розробки ринкових стратегій, фундаменту стратегічного управління. Тому діяльність багатьох підприємств у довготерміновому, середньотерміновому й короткотерміновому періодах, як правило, виявляється нескоординованою. Це знижує ефективність використання наявних ресурсів, призводить до нерациональних витрат.

Розробка програм маркетингу, маркетингових планів, як і раніше, є слабким місцем підприємств легкої промисловості. Тому орієнтація на споживача, гнучке виробництво, а внаслідок цього й швидкий обіг коштів, не мають належного втілення. Слабка координація виробничої програми з програмою маркетингу (на деяких підприємствах таких програм немає взагалі) призводить до втрати ринків у майбутньому (або вже призвело). Частиною програми маркетингу на підприємстві обов'язковою є розробка концепції збуту. Дана концепція має бути чітко і ясно виписана у основних документах, що рідко спостерігається навіть на найуспішніших українських підприємствах. Концепція збуту, що не має обґрунтованих кількісних та якісних характеристик за групами клієнтів, регіонами, товарними групами, витратами на збут тощо, робить збутову діяльність низькоефективною, не дає змоги реалізувати можливості підприємства. Відсутність формалізації концепції у вигляді документів робить збут залежним від суб'єктивного бачення менеджерів. Це ускладнює здійснення аналізу системи збуту та її вдосконалення, а також здійснення контролю за вирішенням поставлених перед системою збуту завдань.

Для ефективної інноваційної діяльності на товарних ринках підприємства повинні мати зворотний

зв'язок зі споживачами для можливості перевірки концепції нової продукції, у зв'язку з цим особливе значення набуває економічний аналіз [10, с.55-60]. Загальна схема його проведення повинна включати:

- прогнози попиту (співвідношення обсягів збуту і цін; потенційний обсяг короткострокового і довгострокового збуту; сезонність попиту);
- прогнози витрат (загальні і відносні витрати; ефективність використання існуючих потужностей і ресурсів; співвідношення початкових і поточних витрат; оцінка витрат на сировину і комплектуючі, збут);
- оцінка конкуренції (короткострокові і довгострокові показники положення на ринку конкурентів і підприємства, ймовірних стратегій конкурентів у відповідь на інноваційну продукцію підприємства);
- оцінку необхідних інвестицій для виконання НДДКР (науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт), випробувань, підготовки виробника, дохідності інвестиційних вкладень.

Отже, по-перше, задля збереження галузі та її розвитку існує нагальна потреба у подальшому всебічному розгортанні досліджень у сфері інноваційної діяльності галузі, по-друге, впровадження стратегічного менеджменту як інструмента інновацій для підприємств легкої промисловості є нині обов'язковою умовою розвитку і дає найбільший ефект як у підвищенні продуктивності, так у формуванні конкурентоспроможного інноваційно активного підприємства.

Література

1. Концепція Державної цільової програми розвитку легкої промисловості на період до 2011 року // Легка промисловість. – 2006. - №3. – С.5-6.
2. Ромусік Я. Легка промисловість України: стан розвитку виробництва і торгівлі // Економіст. – 2006. - №9. – С.28-32.
3. Петрука С., Колотуша М. Методологія комплексного аналізу інноваційної активності вітчизняної харчової індустрії // Економіст. – 2007. - №4. – С. 50-56.
4. Черній Ю. Аналіз роботи легкої промисловості в 2005 році // Легка промисловість. – 2006. - №2. – С.5-6.
5. Моргулець О. Швейна промисловість України: аналіз фінансово-господарської діяльності // Економіст. -2007.- № 5. – С.31-33.
6. Статистичний щорічник України за 2006 рік // Держкомітет України; за ред. О.Г. Осауленко. – К.: Консультант, 2007.
7. Наукова та інноваційна діяльність України у 2006 році. Статистичний збірник // Держкомітет України. – К., 2007.
8. Оболенцева Е.А. Оценка современного состояния инновационно-инвестиционной деятельности предприятий рыбоперерабатывающей отрасли // Актуальні проблеми економіки. – 2008. - №1. – С.133-146.
9. Бойко О. Проблеми інноваційного розвитку в промисловості України // Економіст. – 2004. - №5. – С.82-84.
10. Денисюк В. Щодо вдосконалення системи індикаторів для управління інноваційним розвитком // Економіст. – 2004. -№6. –С.55-60.

Надійшла 13.04.2008 р.

УДК 330.341.1

М. П. ДЕНИСЕНКО, Д. М. ЛОЙКО
Київський національний університет технологій та дизайну

ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Технологічний розвиток вітчизняної промисловості дедалі більшою мірою починає залежати від інтелектуальної продукції інших країн. Обладнання, машини, технологічний досвід, «ноу-хау» частіше купують у більш розвинених країн. Країна, концепція управління якою, спирається на імпорт техніки та технологій, незмінно опиниться в залежному становищі від промислово розвинених країн. Уникнути залежності Україна може лише відновлюючи самостійний активний науково-технічний розвиток через використання новаторської розумової праці, що створює нові знання й нові технології, та підтримуючи підприємництво у промисловій сфері. Тому важливої ролі набуває глибоке вивчення можливостей використання інновацій як способу економічного розвитку, розроблення та прийняття правильної стратегії досягнення поставленої мети, способів її реалізації та шляхів фінансового забезпечення.

Літературні джерела все частіше акцентують увагу на теоретичних та методологічних проблемах інноваційного розвитку легкої промисловості як галузі [1,2].

Проте залишаються поза увагою окремі аспекти інноваційної діяльності підприємств легкої промисловості. Не розроблено дієвого механізму впровадження інновацій в легкій промисловості. Потребують подальшої розробки окремі аспекти державної підтримки інновацій. Потребує подальшого обґрунтування положення щодо значущості для населення країни впровадження інновацій в легкій промисловості, яка

задовольняє потреби населення у товарах першої необхідності.

Аналіз статистичних даних розвитку легкої промисловості свідчить про втрату виробничих потужностей галузі за останні 17 років, та наявність великих резервів у задоволенні потреб внутрішнього ринку товарами легкої промисловості.

Динаміку виробництва основних товарів легкої промисловості України за 1990 - 2006 роки наведено у табл.1. Виробництво тканин в Україні за 2000 - 2006 роки збільшилось на 48,7%, трикотажних виробів – на 85,5 %, панчішно-шкарпеткових виробів – на 34,5 %, взуття – на 56,3 %. Але якщо аналізувати виробництво товарів легкої промисловості на одну особу, то на кожного жителя України не припадає навіть по одній парі шкарпеток та взуття, хоча ще у 1990р. на кожного жителя України вироблялось по 23,3 м2 тканин, 8,53 пар шкарпеток та 3,77 пар взуття.

Таблиця 1

Виробництво товарів легкої промисловості

Показник	1990	2000	2004	2005	2006	2006 до 2000, %
Тканини, млн. м2	1210	67	107,5	113,5	99,6	148,7
Трикотажні вироби, млн. шт.	351	16,5	25,6	26,9	30,6	185,5
Панчішно-шкарпеткові вироби, млн. пар	443	40,0	51,4	55,5	53,8	134,5
Взуття, млн. пар	196	13,5	21,7	20,5	21,1	156,3
Кількість наявного населення, млн. осіб	51,9	48,9	47,6	47,3	46,9	96,9
На одну особу: - тканини, м2	23,3	1,37	2,25	2,39	2,12	154,7
- трикотажні вироби, шт.	6,76	0,33	0,54	0,57	0,65	196,6
-панчішно-шкарпеткові вироби, пар	8,53	0,81	1,07	1,17	1,15	141,9
- взуття, пар	3,77	0,27	0,46	0,43	0,45	166,7

Складено за даними [3, табл. 7.57, с. 144, табл. 7.58, с.145; 6 табл.7,19, с.117, табл. 16.1, с. 327]

Обсяг реалізованої промислової продукції (у діючих цінах відповідного року) за 2004 -2007 р.р. зростав (табл. 2.). В 2007 р. обсяг реалізованої продукції по промисловості України склав 15026,9 млн. грн., що в 1,5 рази перевищує обсяг реалізації 2004 р. Необхідно зауважити, що ціни на промислову продукцію за ці роки також зростали. За досліджуваний період спостерігалось зменшення обсягів реалізації продукції переробної промисловості (з 85,1 % до 70,4 %), та значне зменшення обсягів реалізації продукції легкої промисловості (з 2,1 % до 0,25%).

Таблиця 2

Обсяг реалізованої промислової продукції в Україні (у діючих цінах відповідного року)

Показник	2004		2005		2006		2007	
	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%
Промисловість	9468,8	100	14624,5	100	14231,6	100	15026,9	100
Переробна промисловість	8057,1	85,1	13126,6	89,8	12261,4	86,2	10586,5	70,4
з неї легка промисловість	199,76	2,1	76,92	0,53	70,99	0,50	38,1	0,25

Легка промисловість не тільки забезпечує населення життєво необхідною продукцією, а й за наявності відповідних можливостей може формувати потужний експортний потенціал країни. Проте доля експортної продукції підприємств легкої промисловості за українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності склала у 2006 р.: текстиль та вироби з текстилю – 915,3 млн. дол. США (або 2,4 % у загальному обсязі експорту країни); взуття, головні убори, парасольки – 103,2 млн. дол. США (або 0,3 % від загального обсягу експорту). Доля імпортової продукції підприємств легкої промисловості у 2006 р. дорівнювала: текстиль та вироби з текстилю – 1365,5 млн. дол. США (або 3,0 % у загальному обсязі імпорту країни); взуття, головні убори, парасольки – 269,6 млн. дол. США (або 0,6 % від загального обсягу експорту). Перевищення імпорту над експортом є негативною тенденцією.

Для легкої промисловості у 1995 р. було вироблено в Україні устаткування на суму 36,6 тис. грн., з яких 14,1 тис. грн. – вартість принципово нового обладнання. У 2006 р. машинобудівні підприємства України виробництвом такої продукції не займались. Загальний знос обладнання на підприємствах галузі досягає 57,6

5%.

За останні роки на підприємствах легкої промисловості значно зменшилась кількість використаних промислових зразків, винаходів, корисних моделей і раціоналізаторських пропозицій. За даними Держкомстату України за 2006 р. в легкій промисловості було отримано охоронних документів (патентів) на винахід – 1, на корисну модель – 1, на промисловий зразок – 1, кількість використаних раціоналізаторських пропозицій – 26 [3, с. 322, 323]

Інвестиції в основний капітал легкої промисловості за останні 7 років зросли в 2,5 рази та дорівнювали в 2006 р. 409 млн. грн., але від загальної суми інвестицій в промисловість України інвестиції в підприємства легкої промисловості склали усього 0,9 %.

Інноваційний розвиток підприємств легкої промисловості, як і інших промислових підприємств України, пов'язаний сьогодні зі значними складнощами, які викликані дефіцитом джерел фінансування розробки та впровадження інновацій та різними видами ризиків, які супроводжують впровадження інновацій. За останні 4 роки кількість підприємств легкої промисловості, що реалізували промислову продукцію, знизилось на 12,9 % (табл.3).

Таблиця 3

Характеристика інноваційної діяльності підприємств легкої промисловості

Показники	2003	2004	2005	2006	2006 до 2003,%
Кількість підприємств, що реалізували промислову продукцію, одиниць	836	736	745	728	87,08
З них:					
- займалися інноваційною діяльністю, %	13,9	10,5	9,9	7,3	52,52
- впроваджували інновації, %	12,6	7,1	7,4	6,6	52,38
в т.ч. освоювали виробництво інноваційних видів продукції, %	11,2	6,5	6,4	2,9	25,89
- реалізували інноваційну продукцію, %	11,6	9,4	9,3	6,5	56,03
Обсяг реалізованої інноваційної продукції, млн. грн.	125,983	121,745	107,405	83,231	66,06
- у % до загального обсягу реалізованої продукції	5,0	3,8	2,9	2,0	40,0
- в середньому на 1 підприємство, що реалізувало інноваційну продукцію, млн. грн.	1,299	1,764	1,557	1,771	136,34

Підвищення попиту та конкурентоспроможності вітчизняної інноваційної продукції за кордоном сприяло збільшенню обсягів експортованої інноваційної продукції в останні роки. Високу частку реалізації інноваційної продукції підприємств легкої промисловості за межами України можна пояснити існуванням давальницьких схем роботи цих підприємств. За цими схемами інноваційна продукція, яка вироблена на інноваційному обладнанні або за інноваційними технологіями вивозиться за кордон як плата за участь іноземного інвестора.

Аналіз тенденцій функціонування інноваційної діяльності промислових підприємств свідчить, що її переважними напрямками в Україні є: розробка і впровадження нових технологічних процесів та здійснення механізації й автоматизації виробництва. Наприклад, Київське виробниче швейне орендне об'єднання «Юність» здійснювало в 2005 р. витрати на технологічні інновації за рахунок власних коштів. На придбання машин та обладнання об'єднання витратило 94% коштів, на маркетинг та рекламу – 6 %. Збільшення обсягів витрат промислових підприємств на придбання засобів виробництва, відсутність маркетингових досліджень та реклами інноваційної продукції гальмує механізм регулювання інноваційної діяльності в напрямі освоєння виробництва нових видів продукції та розширення ринків її збуту. Проведений аналіз засвідчив збільшення обсягів витрат, спрямованих на придбання засобів виробництва, тобто на процесові інновації, що зайвий раз підтверджує відсутність в Україні ефективного механізму стимулювання інноваційної діяльності в напрямі освоєння виробництва нових видів продукції (продуктових інновацій).

В умовах конкурентного середовища підприємства легкої промисловості повинні формувати свої стратегічні цілі таким чином, щоб створити надійні конкурентні переваги. Інноваційна стратегія підприємства відноситься до функціональних стратегій, які розробляються, як правило, за ключовими функціональними напрямками діяльності. Як показало експертне опитування, сучасні стратегії підприємств легкої промисловості пов'язані з пошуком нової конкурентоспроможної продукції та впровадженням нових технологій.

Розробка стратегій базується не тільки на виборі цілей діяльності підприємства та аналізу його потенціалу, а й аналізу впливу зовнішнього середовища та розробки стратегічних планів виживання в цьому середовищі. За проведеним аналізом чинники впливу на інноваційну активність промислових підприємств було поділено на зовнішні та внутрішні.

До внутрішніх чинників належать: ліквідація можливостей нечесної конкуренції; вибір промисловими підприємствами прогресивної орієнтації на підтримку інноваційної стратегії розвитку підприємства; наявність

достатніх фінансових ресурсів на НДДКР і придбання нових технологій за рахунок власних коштів; наявність достатнього вітчизняного наукового потенціалу для розробки й освоєння нових інноваційних вітчизняних технологій та модернізацію діючих.

До зовнішніх чинників належать: стійка державна підтримка національної науки; державна інформаційна й правова підтримка інноваційних стратегій розвитку підприємств; орієнтація підприємств легкої промисловості на відновлення внутрішнього ринку; підвищення платоспроможності вітчизняного споживача; стійкий потік інвестицій для розвитку підприємств на основі нових технологій і інновацій; стабільна орієнтація споживачів і виробників на підвищені стандарти споживання; можливість придбання нових зарубіжних технологій, ліцензій і комплектуючих; створення кращих митних умов для імпорту технологій, ліцензій і комплектуючих порівняно з імпортом готової продукції; створення умов для розвитку експорту вітчизняних інноваційних технологій; створення ефективного механізму страхування інвестицій.

Створення сприятливих зовнішніх і внутрішніх умов для активізації інноваційного розвитку вітчизняних підприємств значною мірою залежить від стратегічного напрямку розвитку держави.

В процесі дослідження встановлено, що факторами низької підприємницької зацікавленості у розвитку інноваційної діяльності є: тривалі та складні адміністративні процедури реєстрації інноваційних проєктів та продуктів; централізація прийняття рішень; недостатня поінформованість керівників підприємств про технологічні інновації та низький рівень інноваційного менеджменту. До факторів, які сприяють здійсненню інновацій на підприємствах легкої промисловості віднесені: заміна застарілою продукцією на нову; розширення асортименту продукції; збереження і розширення ринків збуту продукції; забезпечення відповідності продукції сучасним вимогам та стандартам; підвищення конкурентоспроможності продукції та попиту на неї; отримання більшого прибутку при реалізації інноваційної продукції. До факторів, що стримують інновації на підприємствах галузі віднесені: недостатня фінансова підтримка держави; нестача власних коштів; відсутність фінансових коштів у замовника; великі витрати на інновації; високий економічний ризик; низький платоспроможний попит населення; недосконалість законодавчої бази.

Розробка інноваційної стратегії підприємства неможлива без вирішення питання які саме інновації потрібно придбати підприємству та за які кошти. Питання походження інновацій на підприємстві тісно зв'язано з питанням набуття майнових прав (рис. 1). В сучасних умовах господарювання для підприємств легкої промисловості найбільш доцільним є шлях запозичення інновації як у власної держави так і у іншої держави.



Рис. 1. Схема походження інновацій на рівні підприємства та набуття підприємством майнових прав на інновацію

Висновки. На підставі проведеного дослідження щодо економічного стану легкої промисловості як галузі та інноваційної активності її підприємств можна дійти висновку, що сучасний стан легкої промисловості не надає можливості найближчим часом кардинально змінити ситуацію та підвищити рівень інноваційного виробництва.

Типовою проблемою українських підприємств легкої промисловості є відсутність системної стратегічної інформації про споживачів, ринок, канали збуту; не проводиться аналіз можливої кооперації підприємств як в межах країни так і за її межами; низька гнучкість організації виробництва, відсутність системи, яка б пов'язувала б усі підсистеми підприємства.

Аналіз показав, що триває спад інноваційної активності підприємств легкої промисловості. Частково це пояснюється, що інноваційні продукти та технології пов'язані з більшими витратами та більшими ризиками в зрівнянні з традиційними. Не кожне підприємство має фінансову можливість впроваджувати або розробляти нові продукти та технології. Треба зауважити щодо відсутності мотивації з боку держави інноваційної активності підприємств.

Інноваційно активні підприємства легкої промисловості витрачають кошти (переважно власні) на придбання засобів виробництва. На маркетинг та рекламу кошти майже не витрачаються. Це пояснюється існуванням давальницьких схем роботи підприємств легкої промисловості та значною часткою імпортих

товарів на споживчому ринку.

Для стійкого інноваційного розвитку підприємств легкої промисловості необхідно застосовувати фінансово-кредитні засоби сприяння інноваційної діяльності підприємств. Кредитування інноваційних проектів дасть змогу забезпечити потреби населення у нових та конкурентоспроможних товарах споживчого сектору економіки країни та можливість збільшення обсягів експорту.

На підприємствах легкої промисловості впроваджують дрібні, не капіталомісткі інноваційні проекти, що на практиці призводять до занепаду підприємств легкої промисловості і втратою галузі своєї потужності.

Необхідно створити на Україні дієву систему підтримки розробки та впровадження інновацій.

Література

1. Гречан А.П. Теоретико-методологічні основи розвитку підприємств легкої промисловості на інноваційних засадах: Монографія. – К.: КНУТД., 2005. – 208 с.
2. Шляхи активізації інноваційної діяльності підприємств: Монографія / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін. – К.: КНУТД, 2005. – 775 с.
3. Статистичний щорічник України за 2006 р. – К.: Консультант, 2007.

Надійшла 20.04.2008 р.

УДК 339.138: 005.42

С. В. ЧЕРНИШЕВА

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

ОЦІНКА ЯКОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ БАНКІВ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ МАРКЕТИНГУ ВІДНОСИН

Тенденції, які відбуваються у всіх сферах діяльності підприємства, в особливості в управлінні відносинами із суб'єктами взаємодії в сучасних ринкових умовах характеризуються мінливістю зовнішнього оточення, всеохоплюючою інтерактивністю, насиченістю ринку товарів і послуг, високою швидкістю обміну та старіння інформації, підсиленням соціально-етичних вимог суспільства до суб'єктів торговельно-виробничого процесу. Тому діагностика інформаційного забезпечення маркетингу відносин підприємств, як напрямок маркетингових досліджень, набуває актуальності і об'єктивної необхідності для ефективного функціонування підприємств.

В діяльності підприємств відбуваються суттєві зміни; постійний розвиток комп'ютерних технологій, інтерактивних телекомунікаційних мереж останнім часом надає підґрунтя для появи революційних змін у встановленні, підтримці і розвитку відносин підприємства із суб'єктами взаємодії. Отже, володіння і ефективне використання інформаційних ресурсів підприємства забезпечує йому довгострокові конкурентні переваги.

Інформатизація процесу управління маркетингом відносин – одне із найбільш вагомих завдань, яке потребує постійного розвитку для досягнення встановлених цілей створення, підтримки і розвитку відносин із суб'єктами взаємодії.

Вивченням проблеми організації інформаційного забезпечення і його оптимізації, розробки його інструментальних засобів знайшло відображення в дослідженнях Е.П. Голенищева [1], Я.Х. Гордона [2], А.А. Єжова [3], Л. Мельника [4], Д. Саттона і Т. Кляйна [5], К. Скрипніка [6].

Однак у теперішній час, як в економічній літературі вітчизняних і іноземних науковців, так і в практичній діяльності торговельних підприємств відсутня методологія оцінки інформаційного забезпечення маркетингу відносин.

Метою статті є визначення сутності поняття інформаційних банків підприємств у сфері маркетингу відносин, а також розробка і апробація методики оцінки якості їх функціонування на прикладі торговельних підприємств м. Донецька.

Інформаційним банком підприємства у сфері маркетингу відносин доцільно вважати сукупність даних про суб'єкти взаємодії підприємства, отриманих шляхом зовнішнього і внутрішнього моніторингу маркетингового середовища підприємства, необхідних для прийняття обґрунтованих управлінських рішень з маркетингу відносин.

Результати безперервного інформаційного моніторингу підприємства є основою формування інформаційного портфелю підприємства з маркетингу відносин, тому паралельно непрямого зовнішнього моніторингу підприємство повинно проводити безпосередній внутрішній моніторинг.

Дослідження якості функціонування інформаційних банків підприємств в області маркетингу відносин доцільно розпочати з моніторингу корпоративної, клієнтської, партнерської й громадської інформаційних баз підприємства за такими напрямками: ступінь повноти, новизни та використання інформації.

Обрані для дослідження 14 торговельних підприємств м. Донецька, були згруповані у 4 кластери в залежності від стратегічної взаємоорієнтації намірів торговельних підприємств і покупців/партнерів.

За результатами анкетування керівників і спеціалістів досліджуваних підприємств (ТОВ „Інформаційні технології” – кластер А, ЗАТ „Донецький ЦУМ” – кластер В, ДФ ДП «Прогрес-Треїдінг» ВАТ «Прогрес» – кластер С, ВАТ „Універмаг „Дитячий світ” – кластер D) розроблено профіль корпоративної інформаційної бази за основними напрямками який свідчить, що найбільш повною є корпоративна база ТОВ „Інформаційні технології” і ДФ ДП «Прогрес-Треїдінг» ВАТ «Прогрес», але недостатньо уваги з боку керівництва підприємств приділяється збору інформації за такими аспектами як причини незадоволеності працею, система цінностей працівників; однак ступінь використання наявної інформації серед досліджуваних досить низький: лідером є підприємство кластеру А, далі йде ДФ ДП «Прогрес-Треїдінг» ВАТ «Прогрес», останнє місце займає представник кластеру D ВАТ „Універмаг „Дитячий світ”.

Аналіз клієнтської інформаційної бази за результатами спостережень, опитувань керівників і спеціалістів, кабінетних досліджень відносно її якості свідчить, що підприємства мають інформаційно обмежені, повільно обновлювані бази, недостатньо уваги приділяють використанню наявних даних і, як наслідок, низьку інформаційну забезпеченість з маркетингу відносин. З іншого боку, постійно підвищується інформованість споживачів про товари, що пропонуються торговельними підприємствами, про можливі дії споживачів, які виявили будь-які порушення, таким чином у зв'язку зі зміцненням конкурентної боротьби, вдосконаленням правової бази України в сфері захисту прав споживачів, активізацією консьюмеризму – руху споживачів у захист своїх прав, - у майбутньому підвищується персоналізована корпоративна відповідальність підприємств, що вимагає побудови якісної, корисної, актуальної і систематично поновлюваної клієнтської інформаційної бази.

При дослідженні торговельних підприємств відносно якості наявної ділової й громадської інформаційних баз використані методи збору первинних даних: спостереження, опитування керівників і спеціалістів підприємств у формі анкетування та інтерв'ювання. Результати аналізу свідчать, що жодне з досліджуваних підприємств не має достатньо повної інформаційної бази. Підприємства „Донецький ЦУМ” і ВАТ „Універмаг „Дитячий світ” майже не оновлювали свої дані відносно партнерів і громадськості; найбільший ступінь використання наявної інформації спостерігається на ТОВ „Інформаційні технології”; найбільше використання інформації на досліджуваних підприємствах здійснюється відносно інформації щодо товарної номенклатури підприємств та інформації про внутрішній персонал, що безпосередньо контактує із окремими співробітниками.

Інформаційний пошук – це процес, що використовує інформаційну технологію, програмне забезпечення – для відкриття раніше невідомих моделей поведінки, тенденцій і запитань, що виникають при оцінці даних, що зберігаються [2, с. 244].

Для проведення діагностики застосування інструментів інформаційного пошуку керівництву і спеціалістам досліджуваних підприємств пропонувалося для використання такі альтернативні варіанти інструментів інформаційного пошуку, як: нейтронні мережі, дерева прийняття рішень, вивід правил методом індукції та програмне забезпечення для візуалізації даних – найбільш значущі в рамках орієнтації підприємств на маркетинг відносин.

Отже, результати оцінки альтернатив застосування інструментів інформаційного пошуку досліджуваних підприємств (табл. 1), що обчислені методом „Дельфі” свідчать, що при здійсненні інформаційного пошуку даних корпоративної інформаційної бази найбільш значущим для більшості з них є такий інструмент як вивід правил методом індукції, на останньому місці опинилися нейтронні мережі; тільки експерти підприємств кластеру А поставили на перше місце дерева прийняття рішень.

Аналізуючи результати опитування керівників і спеціалістів щодо застосування інструментів пошуку інформації відносно покупців, думки експертів досліджуваних торговельних підприємств розділилися таким чином: для підприємств кластеру А пріоритетним є застосування програмного забезпечення для візуалізації даних, друге місце віддано нейронним мережам, а для підприємств кластерів В, С і D - вивід правил методом індукції.

Найбільше відмінностей в результатах спостерігається відносно важливості застосування інформаційного пошуку даних ділової і громадської бази: експерти підприємств кластерів В і D першорядне значення віддають вивіду правил методом індукції, кластеру С і А - деревам прийняття рішень.

Слід зазначити, що інформаційні технології досить швидко прогресують в наданні маркетологам необхідної якісної допомоги при видобутку корисної інформації, що є в інформаційних банках, тому підприємства, що постійно, не зупиняючись, опановують новітні інформаційні технології, нівелюють негативні сторони суб'єктивізму серед членів вищого керівництва при визначенні інформаційної підтримки маркетингу відносин, враховують всі аспекти інформаційних інновацій в атмосфері підсилення конкурентного тиску, підвищення нестабільності зовнішнього середовища, збільшення влади споживачів заслужено отримують найвищі стратегічні конкурентні переваги.

Аналіз якості функціонування інформаційних банків підприємств на основі анкетного дослідження дозволяє у загальному вигляді визначити рівень якості функціонування інформаційних банків, базуючись на результатах опитування керівників і спеціалістів відповідних підприємств за визначеним переліком питань, на базі рекомендованого показника якості функціонування інформаційних банків (табл. 2), який інтегрує результати оцінки основних аспектів: якість організації функціонування інформаційних банків на підприємстві та рівень конкурентоспроможності інформаційних банків.

Оцінка альтернатив застосування інструментів інформаційного пошуку, що одержані методом „Дельфі”

Кластери	Підприємства	Суб'єкти взаємодії											
		Корпоративна база				Клієнтська база				Ділова і громадська база			
		Неронні мережі	Перша прийнятність рішення	Вивід праці методом індукації	Програмне забезпечення для візуалізації даних	Неронні мережі	Перша прийнятність рішення	Вивід праці методом індукації	Програмне забезпечення для візуалізації даних	Неронні мережі	Перша прийнятність рішення	Вивід праці методом індукації	Програмне забезпечення для візуалізації даних
A	Середня величина	0,113	0,320	0,413	0,155	0,265	0,163	0,178	0,395	0,113	0,475	0,210	0,203
	Місце в загальному ряді	4	1	2	3	2	4	3	1	4	1	3	2
B	Середня величина	0,100	0,218	0,533	0,150	0,110	0,150	0,543	0,198	0,100	0,280	0,505	0,115
	Місце в загальному ряді	4	2	1	3	4	3	1	2	4	2	1	3
C	Середня величина	0,100	0,180	0,393	0,328	0,153	0,173	0,395	0,280	0,120	0,428	0,183	0,270
	Місце в загальному ряді	4	3	1	2	3	4	1	2	4	1	3	2
D	Середня величина	0,100	0,323	0,478	0,100	0,100	0,235	0,570	0,095	0,100	0,313	0,480	0,108
	Місце в загальному ряді	3	2	1	4	4	2	1	3	4	2	1	3

Рекомендований комплексний метод оцінки якості функціонування інформаційних банків підприємств

Формула розрахунку:	$K_{IC} = \sqrt{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \alpha_j \gamma_{ij} * \sum_{i=1}^n \sum_{k=1}^h \beta_k \omega_{ik}} \quad (1)$
Умовні позначення:	<p>K_{IC} - комплексний показник якості функціонування інформаційних банків підприємств підприємства;</p> <p>$i - 1, 2, \dots, n$ - кількість експертів;</p> <p>$j - 1, 2, \dots, m$ - кількість напрямків аналізу якості організації функціонування інформаційних банків на підприємстві;</p> <p>$k - 1, 2, \dots, h$ - кількість напрямків аналізу конкурентоспроможності інформаційних банків підприємства;</p> <p>γ_{ij} - оцінка i-тим експертом j-ої напрямку аналізу якості організації функціонування інформаційних банків у підприємстві, що досліджується;</p> <p>ω_{ik} - оцінка i-тим експертом k-ої напрямку аналізу конкурентоспроможності інформаційних банків у підприємстві, що досліджується;</p> <p>α_j, β_k - вагомість j-ої напрямку аналізу якості організації функціонування інформаційних банків і k-того напрямку аналізу конкурентоспроможності інформаційних банків підприємства.</p>
Інтерпретація результатів:	<p>1,00? $K_{IC} < 2,33$ - низька незадовільна якість функціонування інформаційних банків;</p> <p>2,33? $K_{IC} < 3,67$ - середня незадовільна якість функціонування інформаційних банків;</p> <p>5,00? $K_{IC} ? 3,67$ - висока задовільна якість функціонування інформаційних банків.</p>

Результати проведеного аналізу свідчать (табл. 3), що низька незадовільна якість функціонування інформаційних банків (додаток А 7.3) спостерігається на підприємствах кластерів В (ВТК „Шахтар” – 1,49, ЗАТ „Донецький ЦУМ” – 1,78, ЗАТ „ЮГ-ТОРІ” – 1,43, ТОВ «Ефект», – 2,30) і D (ВАТ „Макіївський Універмаг” – 1,14, ВАТ „Універмаг „Дитячий світ” – 1,00, ТОВ «Кольрабі» - 1,25, ПП ТКФ „Маяк-Дон” -1,29).

Підприємства кластерів А і С отримали оцінку якості функціонування інформаційних банків у середньому за кластером 2,88 і 3,55 відповідно, що характеризує якість функціонування інформаційних сховищ як середню незадовільну.

Отже, можливість використання інформації про суб'єктів взаємодії як стратегічного ресурсу управління відносинами з покупцями, партнерами, громадськістю та внутрішніми контактними аудиторіями підприємства стає більш якісним при ефективному функціонуванні системи інформаційного забезпечення маркетингу відносин.

Отже, впровадження у практику діяльності підприємств системи інформаційного забезпечення маркетингу відносин, реалізація всіх елементів, що входять до її складу, забезпечить якісний підхід до

управління маркетингом відносин в умовах ринкової економіки, буде сприяти ефективній реалізації заходів з маркетингу відносин, сприятиме зміцненню стратегічної позиції підприємства.

Таблиця 3

Зведена оцінка якості функціонування інформаційних банків підприємств у розрізі кластерів

Кластери	Підприємства	Напрямки і результати аналізу			Оцінка якості функціонування інформаційних банків за підприємством	Оцінка якості функціонування інформаційних банків у середньому за кластером
		Якість організації функціонування інформаційних банків на підприємстві	Рівень конкурентоспроможності інформаційних банків на підприємстві			
1	2	3	4	5	6	
A	ЗАТ „Фірма Меблі”	3,39	3,60	3,49	3,55	
	ТОВ ТБ „Амстор”	3,52	3,40	3,46		
	ТОВ „Інформаційні технології”	3,76	3,61	3,68		
	ТОВ ”Стандарт”	3,57	3,55	3,56		
B	ВТК „Шахтар”	1,43	1,56	1,49	1,7	
	ЗАТ „Донецький ЦУМ”	1,84	1,73	1,78		
	ЗАТ „ЮГ-ТОРГ”	1,47	1,39	1,43		
	ТОВ ”Ефект.”	2,34	2,27	2,30		
C	ТОВ “ТЕС-Маркет”	2,72	3,06	2,88	2,80	
	ТОВ ТК „Обжора”	3,33	3,26	3,29		
	ДФ ДП «Прогрес-Трейдінг» ВАТ «Прогрес»	3,21	3,22	3,21		
	ТОВ „Гостиний двір”	1,78	1,82	1,80		
D	ВАТ „Макіївський Універмаг”	1,18	1,10	1,14	1,17	
	ВАТ „Універмаг „Дитячий світ”	1,00	1,00	1,00		
	ТОВ «Кольрабі»	1,21	1,30	1,25		
	ПП ТКФ „Маяк-Дон”	1,24	1,34	1,29		

Таким чином, можна зробити наступні висновки:

- моніторинг інформаційних баз досліджуваних підприємств в області маркетингу відносин показав, що підприємства мають інформаційно обмежені, повільно обновлювані бази, недостатньо уваги приділяють використанню наявних даних і, як наслідок, низьку інформаційну забезпеченість з маркетингу відносин;

- оцінка альтернатив застосування інструментів інформаційного пошуку показала, що для підприємств кластеру А пріоритетним є застосування програмного забезпечення для візуалізації даних, друге місце віддано нейронним мережам, а для підприємств кластерів В, С і D - вивід правил методом індукції.

- проранговані результати дослідження якості функціонування інформаційних банків підприємств у розрізі кластерів дозволяють зробити такі рейтингові оцінки: 1 місце – кластер А (3,55), 2 – кластер С (2,08), 3 і 4 - В і D (1,75, 1,17 відповідно).

Перспективами подальших досліджень у цьому напрямі є органічна інтеграція рекомендованої методики оцінки якості функціонування інформаційних банків підприємств до комплексної оцінки інформаційного забезпечення маркетингу відносин підприємств, а також виявлення можливостей застосування результатів діагностики під час прийняття управлінських рішень з маркетингу відносин.

Література

1. Голенищев Э.П. Информационное обеспечение систем управления / Э.П. Голенищев, И.В. Клименко. – Ростов на Дону: Феникс, 2003. – 352 с.
2. Гордон Я. Х. Маркетинг партнерских отношений / Ян Х. Гордон.- Пер. с англ. О.Н. Нестеровой.- СПб.: Питер, 2001.- 379 с.
3. Ежов А.А. Информационное обеспечение управления предприятием. – М.: МИУ, 2004. – 214 с.
4. Мельник Л.Г. Информационная экономика. – Сумы.: Унив. Кн., 2003. -288 с.
5. Саттон Д., Кляйн Т. Новая наука маркетинга. Маркетинговое управление предприятием/ Пер. с англ.- СПб.: Питер, 2004.-240 с.
6. Скрипник К.Г. Экономическая эффективность информационных систем. – М.: ДМК Пресс, 2002.- 256 с.

Надійшла 26.04.2008 р.

РЕКЛАМА В ПРОЦЕСІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТУВАННЯМ ПІДПРИЄМСТВ

У зв'язку з світовою тенденцією глобалізації ринків, суб'єкти господарювання в Україні повинні приділяти значну увагу розробці й впровадженню дієвих заходів інформування споживачів і партнерів про свої здобутки і можливості для укладання вигідних контрактів, розширення ринків збуту, залучення необхідних обсягів фінансових ресурсів, що є важливим завданням практичного спрямування для діючих підприємств і нагальною проблемою теоретичного значення щодо її вирішення та подальшої розробки для вчених.

Дослідженню і вирішенню питань активізації рекламної роботи промислових підприємств приділяли увагу багато видатних вчених-економістів і практиків Россітер Дж. Р., Перси Л [1], Королько В.Г. [2], Gruing James E., Reppeг Fred C. [3], Котлер Ф. [4], та ін. [5 - 7]. Але в їх роботах недостатньо уваги було приділено особливостям використання реклами в процесі інвестування для стимулювання підприємницької активності щодо участі в інвестиційних проектах та формування й підтримки позитивного іміджу підприємства.

Розгляду і вирішенню саме цих питань і присвячена дана стаття, метою якої є визначення сукупності дієвих стратегій реклами в інвестиційній діяльності промислового підприємства. Її основні положення полягають у наступному.

На протязі всього життєвого циклу підприємство проводить рекламні заходи для ознайомлення споживачів з новими видами продукції та їх просування, стимулювання попиту на традиційні види товарів та виходу на нові ринки, для створення загального позитивного уявлення у суб'єктів ринкового простору та суспільства в цілому про свої можливості та надбання. Тобто двома основними цілями реклами підприємства є стимулювання суб'єктів ринку до позитивної активізації по відношенню до своєї діяльності та нагадування їм про свої можливості і здобутки. Таким чином, можна зробити висновок проте, що ці цілі є діяльними, тобто спонукальними та іміджевими, тобто інформаційно-комунікаційними. Оскільки інвестиційна діяльність є невід'ємною складовою бізнес-процесу і супроводжує його постійно, змінюючи тільки інтенсивність своїх заходів, реклама повинна стати її обов'язковою частиною і використовуватися як комплекс заходів, завдяки якому підприємство матиме можливість:

- по-перше, формувати стійкий інтерес до результатів своєї інвестиційної діяльності (дійсних і майбутніх), зацікавлювати і надавати можливість участі в ній, залучаючи тим самим додаткові інвестиційні ресурси, тобто досягаючи стимулюючих цілей;

- по-друге, інформувати зовнішнє середовище про свої наміри, реальні досягнення, підтримуючи прогресивне ставлення до діяльності у напрямку капіталовкладень і створюючи стійке позитивне уявлення про себе як про надійного партнера, члена галузевого утворення, регіональної спільноти, що дбає про загальний добробут і збільшення колективного і суспільного блага, тобто досягаючи нагадувальних цілей.

Таким чином, рекламу в процесі інвестування необхідно розглядати як одну з важливих складових взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем, що повинна проводитися у двох напрямках: рекламування інвестиційних проектів і програм, які передбачаються до реалізації і формування та підтримки інвестиційно привабливого іміджу суб'єкта господарювання. Перший напрямок передбачає впровадження конкретних дій – прийняття участі в процесі інвестування, тобто має діяльну, активну спрямованість, а другий – пасивну, що створює передумови для першого завдяки формуванню стійкого позитивного уявлення про підприємство з позицій надійності, прибутковості, соціальної справедливості і суспільного благополуччя. Обидва напрямки доцільно передбачити в комплексній програмі заходів інформаційної взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем, оскільки їх проведення дозволить зменшити трансакційні витрати інвестиційної діяльності: постійна підтримка інвестиційно привабливого іміджу підприємства створить підґрунтя для впровадження інвестиційних проектів, а їх імпульсне або крапкове рекламування відтворить або сформує більш активну зацікавленість з боку потенційних інвесторів, що сприятиме зменшенню витрат в процесі залучення зовнішніх інвестиційних ресурсів. З огляду на приведену аргументацію, сукупність глобальних стратегій реклами в процесі інвестування достатньо представити двома основними: стимулюючо-інвестиційною та інформаційно-іміджевою. Обидві наведені стратегії повинні стати невід'ємними складовими концепції інформаційної взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем.

Дослідженню проблеми ефективного використання рекламних заходів приділяли увагу вітчизняні й зарубіжні вчені й практики [1-5], але в їх дослідженнях розглядаються питання рекламних комунікацій з впізнання образу, загального іміджу фірми і стимулювання збуту продукції, в той час як специфічні рекламні заходи з підтримки інвенстиційно привабливого іміджу підприємства, просування інвестиційних проектів лишаються невирішеними. Тому виникає об'єктивна необхідність у їх подальшому дослідженні і розробці методичного забезпечення з їх проведення.

Інформаційно-іміджева стратегія реклами має певну близькість з рекламними комунікаціями у традиційному розумінні. Вона являє собою непряму форму переконання зовнішнього середовища у вигідності співпраці з підприємством, що базується на інформаційному раціональному або емоціональному описі його

переваг. Її метою є створення у суб'єктів зовнішнього оточення прихильного ставлення до результатів діяльності підприємства і спрямування їх мислення на співпрацю з ним щодо інвестування. Відповідно до використання у майбутньому переважних методів інвестування за ознакою масовості (акціонування, кредитування, лізинг та інші), підприємство повинно обирати відповідні засоби і заходи для передачі інформаційних повідомлень, які були б здатні охопити необхідну аудиторію. Але варто зауважити, що суб'єкт господарювання повинен постійно підтримувати мінімально необхідний рівень інформованості про свої здобутки кола професіоналів інвестиційного ринку незалежно від особливостей інвестиційних проєктів, що передбачені до реалізації згідно з обраною інвестиційною стратегією.

Стимулюючо-інвестиційна стратегія реклами за своєю суттю наближається до стимулювання збуту або просування продукції. Її метою є спонукання органів управління, потенційних інвесторів або партнерів в процесі підготовки та реалізації інвестиційного проєкту до конкретних дій для його затвердження, вкладання коштів, укладання контрактів на взаємовигідних умовах. Стимулювання доцільно розглядати як безпосередній засіб переконання. Якщо в процесі просування продукції переконання будуються як правило тільки на зовнішніх стимулах і не враховують переваги продукції [1, с.16], при стимулюванні участі в інвестиційному процесі необхідною умовою його успіху є симбіоз зовнішніх стимулів і переваг як підприємства, що криється у його інвестиційній привабливості й сприйнятливості до пропозицій інвестиційного проєкту, так і безпосередньо проєкту, переваги якого акумулюються і відображуються у показниках внутрішньої і зовнішньої економічної ефективності. Саме вони у змозі довести переваги проєкту для інвесторів з позицій прибутковості і ризику, для партнерів з позицій якості продукції, організації виробництва та ринкових переваг співпраці, для органів управління з позицій соціально-екологічних та бюджетних надбань. Таким чином, активність стимулюючо-інвестиційної стратегії реклами залежить від характеристик підприємства й інвестиційного проєкту, які повинні бути використані в якості основи інформаційного рекламного повідомлення. Цей вид рекламної стратегії є каталізатором прискорення інвестиційної діяльності й забезпечення її ефективності від початку створення інвестиційного проєкту на передінвестиційній фазі інвестиційного проєктування до його реалізації на фазі експлуатації з урахуванням інтересів усіх сторін ринкового і соціально-економічного простору.

Варто зауважити, що схожість між обома наведеними видами стратегій реклами полягає в тому, що вони виконують комунікативну функцію і можуть використовуватися для досягнення одних і тих же цілей. Для досягнення обізнаності суб'єктів зовнішнього середовища щодо можливостей і результатів діяльності підприємства взагалі й відповідно до інвестиційних процесів, створення або зміни відношення до бренду, спонукання до вкладень можуть бути використані обидва види стратегій: стимулюючо-інвестиційна й інформаційно-іміджева. Вони мають можливість створювати додаткову цінність бренду (загального й інвестиційного проєкту) за рахунок залучення пріоритетних інвесторів, партнерів, лояльного ставлення органів управління. Тобто комунікативність рекламних повідомлень дозволяє використовувати одні й ті ж методи й засоби передачі інформації, одну й ту ж інформацію про інвестиційну привабливість підприємства з позиції використання ресурсного потенціалу, про його сприйнятливості до пропозицій інвестиційного проєкту з позицій власної можливості до адаптації, реорганізації для їх впровадження, про економічну ефективність проєкту з позицій задоволення суспільних зовнішніх і підприємницьких внутрішніх потреб. Така інформаційна можливість обумовлює використання інтегрованих рекламних комунікацій в інвестиційній діяльності, здійснення повинно бути передбачено в комплексній програмі інформаційної взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем.

Використовуючи та адаптуючи пропозиції Дж.Р.Росситера і Л.Перси [1, с.19], можливо означити особливості організації інтегрованих комунікацій в інвестиційній діяльності. Вони полягають у наступному.

1. За організацію комунікацій повинні нести відповідальність відділ реклами та інвестиційний відділ, який з метою стимулювання активності готує інформацію про критеріальні показники інвестиційного проєкту і (або) процесу. Щодо формування та підтримки інвестиційно привабливого іміджу, інвестиційному відділу доцільно зосередити і опрацювати інформацію: з фінансового відділу про фінансовий і майновий стан підприємства; з відділу реалізації і збуту – про його комерційні здобутки щодо обсягів реалізації продукції на певних ринках та кількості укладених контрактів з відомими партнерами; з відділу технічного контролю – про якість продукції; з відділу кадрів – про рівень професіоналізму стратегічних менеджерів (вищого керівництва). Самостійно інвестиційний відділ повинен проаналізувати дані щодо темпів власної внутрішньої та зовнішньої інвестиційної діяльності та кількісні значення критеріальних показників інвестиційних проєктів. Об'єднавши всі наведені види даних, відділу доцільно передати їх у підрозділ реклами або у зовнішнє рекламне агентство для розробки конкретних комунікаційних заходів. Моніторинг за показниками ефективності комунікативної взаємодії в процесі інвестування, а саме за рівнем інвестиційно привабливого іміджу, параметрами ефективності брендових стратегій також доцільно залишити за інвестиційним (або інформаційно-аналітичним) відділом підприємства, оскільки за своєю суттю вони наближені більше до предметної області, якою управляє даний підрозділ.

2. Стратегії інтегрованих комунікацій необхідно будувати на поведінковій моделі осіб, тобто менеджерів середнього та вищого рівнів управління, власників, що готують та приймають рішення про участь в інвестуванні з урахуванням тих ролей, які вони при цьому виконують. Основними ролями відповідно до роботи з інформацією є: охоронець, в функції якого входить відбір інформації за критеріями корисності (прибутковості, соціальної значущості, ризикованості та ін.) та її перевірка на достовірність; консультант, що

повинен надавати кваліфіковані консультації особам, що мають прийняти рішення; скептик, функцією якого є піддавати сумніву отриману інформацію і прийняті рішення; ініціатор або мотиватор, що сприймає інформацію і впливає на особу, яка має прийняти рішення; керівник, тобто особа, що безпосередньо приймає управлінське рішення щодо інвестування або неінвестування у проект, несе за нього відповідальність і представляє споживача інвестицій, тобто підприємство. Не завжди всі наведені ролі в організації виконуються різними особами, вони можуть бути частково або повністю об'єднані, що і відбувається в разі роботи не з юридичними, а з фізичними особами – потенційними інвесторами. Тому важливою умовою успіху реклами в інвестуванні є орієнтація на певну роль тієї особи, на яку вона збирається впливати. В залежності від обраної ролі доцільно змінити і вид рекламних засобів впливу, навіть в тому разі, коли він спрямований на одну й ту ж особу. Підприємство-рекламодавець повинен обрати найбільш важливі ролі для отримання позитивного результату взаємодії і прагнути до вироблення такої рольової поведінки, яка б сприяла позитивним зрушенням в інвестиційній діяльності.

Крім того, стратегії комунікацій не завжди доцільно починати з рекламних заходів. В тому разі, коли інвестиційно привабливий імідж підприємства ще не створено, необхідно провести PR-акції, які здатні позитивно вплинути на уявлення громадськості, професіоналів інвестиційного ринку, органи державного управління та місцевого самоврядування про підприємство і підготувати їх до сприйняття інформаційно-іміджевої та стимулюючо-інвестиційної реклами.

3. Визначення аудиторії впливу і широка координація засобів комунікації є важливими факторами успіху комунікаційної взаємодії, тому що кожна аудиторія вимагає застосування певних засобів, суті інформаційних повідомлень, часу і місця їх подання. Комунікаційні заходи набувають дійсного сенсу в тому разі, коли вони спрямовані відразу на декілька цільових аудиторій, для взаємодії з якими підприємство може ставити різні функціональні та комунікативні цілі. Так, для взаємодії з органами державного управління і місцевого самоврядування основною метою є отримання інвестиційних податкових пільг, додаткової інформації про адміністративні заходи контролю, потенційних надійних партнерів; для взаємодії з інвесторами і партнерами – залучення коштів і укладання контрактів з мінімальними трансакційними витратами та за низькою вартістю.

В процесі інтегрованої комунікативної взаємодії підприємство повинно працювати з цільовим ринком – сукупністю юридичних і фізичних осіб, на які будуть спрямовані інформаційні повідомлення всіх складових рекламних заходів, тобто стимулюючо-інвестиційної та інформаційно-іміджевої стратегії. Якщо підприємство буде проводити конкретні рекламні заходи, націлені на певну групу юридичних або фізичних осіб, в службові обов'язки яких входить підготовка та прийняття інвестиційних рішень, їх доцільно сприймати як цільову аудиторію. Сукупність цільових аудиторій створює цільовий ринок. З метою визначення дієвої рекламної стратегії, виникає необхідність в уточненні існуючих класифікацій цільових аудиторій, ознаками яких в основному є кількість осіб, лояльність до торгової марки продукції [1, с.458,552], значення для підприємства, психографічні характеристики, географічне розташування, орієнтованість на певний критерій (принципи, статус, дії) [2, с139-154], активне ставлення до вирішення проблеми [3, с.136]. Щодо інвестування, достатніми класифікаційними ознаками цільової аудиторії є:

- лояльність до бренду підприємства або інвестиційного проекту (лояльні, нелояльні);
- професіоналізм (професіонали, тобто ті, що мають ліцензію для роботи на інвестиційному ринку і непрофесіонали);
- досвід інвестування (досвідчені, тобто ті, що вже брали участь в інвестиційних процесах, недосвідчені, ті, що не брали участі);
- пріоритетність (пріоритетні, тобто ті, що здатні здійснити інформаційний (наприклад, адміністративний) вплив на успішність протікання інвестиційного процесу або можуть вкласти значну для підприємства суму інвестицій та непріоритетні або звичайні);
- вид активних потреб (раціональні, тобто ті, що керуються у своїй поведінці первинними або вторинними і вторинними потребами, та емоціональні, які керуються вторинними і первинними або тільки вторинними потребами);
- кількість осіб (малі – до 100 осіб, середні – до 1000 осіб, великі – більше 1000 осіб);
- однорідність складу за інтересами та рівнем підготовки (гомогенна і гетерогенна);
- обґрунтованість прийняття інвестиційних рішень (зважені, тобто послідовні в прийнятті рішень щодо інвестування, та імпульсивні, тобто емпіричні).

Використання запропонованої класифікації цільових аудиторій дозволить обґрунтовано обрати засоби комунікативної взаємодії та суть інформаційних повідомлень, які здатні забезпечити отримання очікуваного ефекту рекламних стратегій.

Засоби розміщення комунікативного повідомлення можуть бути окреслені наступним переліком: засоби масової інформації, ділові професійні видання, спеціальні брошури, зовнішня та внутрішня реклама, телебачення, Internet, Extranet, безпосереднє спілкування. Доцільно зауважити, що всі рекламні комунікації щодо інвестиційної діяльності повинні бути спрямовані на загальний бренд підприємства або його продукції в разі інформаційно-іміджевої реклами. Якщо підприємству потрібно здійснювати стимулюючо-інвестиційні заходи, в разі просування певного інвестиційного проекту, рекламні повідомлення доцільно спрямовувати в першу чергу на бренд інвестиційного проекту, а потім на загальний бренд підприємства, які у сукупності

стимулюватимуть інвестиційну активність зовнішнього середовища.

Важливою проблемою, яка вимагає вирішення, є визначення кошторису проведення рекламних комунікаційних заходів. Загальними рекомендаціями є наступними: необхідно використовувати кілька методів для проведення розрахунків і підходити до складання кошторису гнучко, тобто з позицій бюджетування, коли його основою стає сума постійних витрат, а величина змінних залежить від кількості і періодичності комунікаційних повідомлень, які можуть виріюватися в залежності від результатів моніторингу щодо інвестиційно привабливого іміджу та результатів ефективності застосування брендів стратегій. Таким чином, брендів стратегії повинні визначати основу сутності повідомлень про підприємство й інвестиційний проект, а рекламні – цільову аудиторію, засіб і час їх розміщення.

Як довели результати практичних досліджень, в процесі визначення обсягу загального рекламного бюджету або бюджету окремих кампаній, підприємства не часто мають змогу точно визначити достовірну суму, оскільки дуже важко і витратно встановлювати постійні зворотні контакти між швидко мінливим сучасним зовнішнім середовищем і об'єктом господарювання. Найбільш розповсюдженими методами складання бюджету є метод цілей і задач, експертний [4, с.255-264, 702-703], Дж.О.Пекхема [5], Дж.С. Шроера [6] та інші. Метод цілей і задач використовується найчастіше, але він вимагає чіткого визначення кількості контактів і застосування коефіцієнтів переходу від однієї задачі до іншої, точно визначити які практично неможливо. Експертні методи є достатньо дешевими, але неточними. З їх складу доцільно виділити методи незалежного усередненого прогнозу та "п'яти питань". Метод Дж.О.Пекхема передбачає знаходження кореляційної залежності між витратами на рекламу і обсягами продажу і є доцільним для застосування до нових брендів, а метод Дж. Шроера – для усталених. Але розраховуючи суму бюджету на рекламні заходи, необхідно пам'ятати про їх якість, яка в меншій мірі залежить від фінансових параметрів, а в більшій від врахування потреб цільової аудиторії, якості контактів, коректності обробки отриманої в процесі зворотного зв'язку інформації, застосованих комунікаційних ефектів, позиціонування брендів, концентрації на потрібних діях цільової аудиторії [1, с.60].

Таким чином, проведені дослідження дозволяють зробити наступні висновки щодо використання стратегій реклами в процесі інвестування. Згідно з дуальною метою реклами, її основними стратегіями є інформаційно-іміджева, яку необхідно проводити з метою формування і підкріплення інвестиційно привабливого іміджу підприємства, синхронізуючи з PR-акціями, та стимулюючо-інвестиційна, що є доцільною для спонукання суб'єктів зовнішнього середовища до конкретних дій відносно участі в інвестиційних процесах. Подібність обох видів стратегій реклами полягає в тому, що вони виконують комунікативну функцію для забезпечення обізнаності суб'єктів зовнішнього середовища щодо можливостей і результатів бізнес-процесів підприємства взагалі й інвестування зокрема, для позитивної зміни відношення до його загального бренду, для спонукання до вкладень. Впровадження підприємствами запропонованих стратегій створить додаткову цінність бренду (загального й інвестиційного проекту) за рахунок залучення пріоритетних інвесторів, партнерів, лояльного ставлення до підприємства органів управління. Стратегії рекламних комунікацій доцільно генерувати згідно з особливостями цільової аудиторії, видами комунікаційної взаємодії і характеристиками інформаційних повідомлень, а саме, їх мінливістю, складністю, темпом, тривалістю і часом подання.

Перспективами подальших розвідок у даному напрямку є розробка методичного забезпечення з визначення бюджету рекламних заходів та тривалості передачі повідомлень згідно з очікуваннями суб'єктів зовнішнього середовища.

Література

1. Росситер Дж. Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров : пер. с англ. / Под ред. Л.А.Волковой – СПб.: Издательство "Питер", 2000. – 656с.
2. Королько В.Г. Основы публичных отношений. М.: Рефл-бук; К.: Ваклер. – 2001. – 528с.
3. Gruing James E., Repper Fred C. Strategic Management, Publics and Issues // Excellence in Public Relations and Communication Management / Ed. by James E. Gruing - N.J., 1992. – P.135 – 139
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент – СПб.: Питер Ком, 1998. – 750с.
5. Peckham J.O. The Wheel of Marketing, Scarsdale. – N.J.: Self-Published, 1981. – 340р.
6. Schroer J.C. Ad spending: Growing market Share. – Harvard Business Review, 1990, 68(1), p.44-48
7. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Пер. с англ. под ред. С.Г.Божук. – СПб: Питер, 2001. – 864с.

Надійшла 13.04.2008 р.

ПРОЕКТНЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ТЕХНИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ЖИЛЫХ ЗДАНИЙ

Новые социально-экономические отношения, сложившиеся в Украине за последнее десятилетие, привели к появлению значительного количества собственников объектов недвижимости, а также инвесторов, осуществляющих и новое строительство, и работы по ремонту и реконструкции.

Возможность передачи прав собственности привела к формированию рынка недвижимости, а следовательно, и к необходимости предоставления услуг по объективной оценке имущества в соответствии с требующимся клиенту видом стоимости.

Оценка стоимости всегда преследует конкретную цель, а, именно: получение кредита, страхование, определение цен купли-продажи, восстановления и т.п. Таким образом, одно и то же имущество в зависимости от цели оценки будет иметь разную стоимость.

Проблеме оценки недвижимости посвящено много работ отечественных и зарубежных ученых, а именно Е.А.Гриценко, Н. П. Лебеда, Е.И. Тарасевича, Генри С.Харрисона, Дж.Фридмана, М.А.Федотовой, однако вопросы определения технического состояния недвижимости остаются не до конца раскрытыми.

Независимо от побудительного мотива, работа оценщика невозможна без наличия сведений о фактическом техническом состоянии объекта, в том числе его конструктивных элементов, узлов и инженерных систем, составляющих содержание материалов натурного обследования, выполняемого в соответствии с требованиями действующих на момент обследования нормативных и методических документов.

Помимо функционирования рынка недвижимости, существует ряд факторов, также вызывающих необходимость проведения работ по обследованию и оценке технического состояния зданий и сооружений.

Структурная схема причин формирования спроса на услуги технической экспертизы приведена на рис.1.

Традиционно техническое состояние здания принято определять степенью износа (физический, функциональный, внешний) [1].

При этом следует учитывать, что на уровень технического состояния оказывают влияние изменение условий эксплуатации, функционального назначения сооружения, нормативных требований.

Работы по техническому обследованию принято подразделять на обмерно-обследовательские и инженерно-конструкторские.

Обмерно-обследовательские работы включают: обмеры; обследование частей сооружения, узлов и деталей конструкций; определение фактической прочности материалов строительных конструкций разрушающими или неразрушающими методами контроля; составление требуемой технической документации (обморочные чертежи планов помещений, разрезов, сечений конструктивных элементов, и т.п.).

К инженерно-конструкторским работам относят: детальный осмотр конструкций с фиксированием дефектов и повреждений, их характера, величины и месторасположения; указание мест отбора материалов строительных конструкций и грунтов основания; графическое оформление материалов (фотоматериалы) выявленных дефектов и повреждений; выполнение поверочных расчетов с разработкой, при необходимости, рекомендаций по дальнейшей безаварийной эксплуатации объекта.

Натурные обследования выполняют эксперты - сотрудники специализированных научно-исследовательских или проектных организаций в соответствии с положениями, изложенными в действующих нормативно-методических документах.

Сегодня степень изношенности недвижимости, а именно жилого фонда Харькова, как и других городов Украины, представляет немалую проблему. По некоторым данным около 60% жилых зданий нуждается в капитальном ремонте [2]. Однако на своевременный ремонт необходимы немалые средства. Прежде сохранность здания обеспечивал принцип плано-предупредительных ремонтов. В каждом доме регулярно проводили текущий или капитальный ремонт. Теперь же по причине отсутствия необходимых на это финансовых средств в условиях рыночной экономики эти мероприятия практически не проводятся.

Однако как выход из сложившейся непростой ситуации можно предложить следующее: ремонт отдельных конструктивных элементов, основанный на методе мониторинга, можно осуществлять в соответствии с истинным техническим состоянием (степенью физического износа) дома. Данная система заключается в том, что, каждый жилищный блок проходит тщательное обследование, его результаты заносят в единую базу. Далее в соответствии с полученной и проанализированной информацией жилые дома классифицируют по техническому состоянию, которое оценивают как удовлетворительное, частично неудовлетворительное, неудовлетворительное и частично аварийное.

Физический износ жилой недвижимости предлагается оценивать по следующей методике [3]:

$$Q = 212,2 \cdot \left(\frac{t}{T \cdot k}\right)^3 - 328,3 \cdot \left(\frac{t}{T \cdot k}\right)^2 + 188,4 \cdot \left(\frac{t}{T \cdot k}\right) + 3, \quad (1)$$

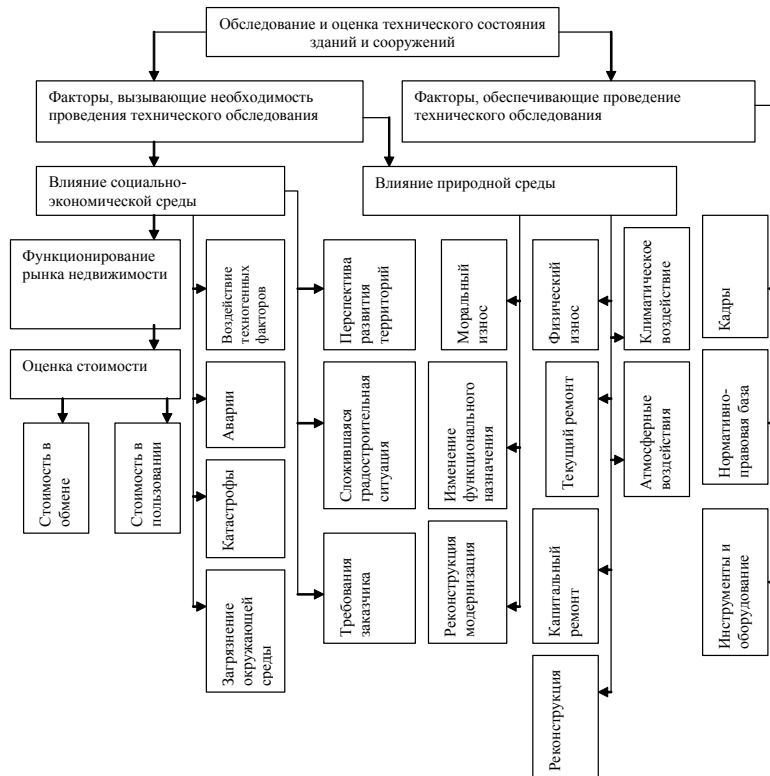


Рис. 1. Структурная схема причин формирования спроса на услуги по обследованию и оценке технического состояния объекта

где Q – физический износ здания или конструктивного элемента, %;

t – период эксплуатации объекта жилой недвижимости, лет;

T – нормативный срок службы здания или конструктивного элемента, лет;

k – эксплуатационный коэффициент, определяющий условия эксплуатации здания или конструктивного элемента (плохие - <1, нормальные – 1, хорошие - >1).

В свою очередь эксплуатационный коэффициент зависит от термина проведения текущих и капитальных ремонтов.

Для каждого из существующих видов ремонтов существует своя нормативная периодичность проведения. В рассматриваемом случае можно принять средневзвешенную периодичность всех видов ремонтных работ, предусмотренных нормами.

Зависимость эксплуатационного коэффициента от фактической периодичности проведения планово-предупредительных, текущих и капитальных ремонтов можно представить в виде гиперболической функции. Таким образом, зависимость эксплуатационного коэффициента от сроков проведения ремонтных работ выглядит следующим образом:

$$k = a \times T_n^m + b \quad (2)$$

где k – эксплуатационный коэффициент;

T_n – средний межремонтный период за фактический период эксплуатации здания;

a – коэффициент смещения ($a = 0,61$);

b – константа ($b = 0,731$);

m – коэффициент кривизны ($m = -0,5$).

Зависимость значения эксплуатационного коэффициента от межремонтного периода $T_n=5$ лет показана на рис 2.

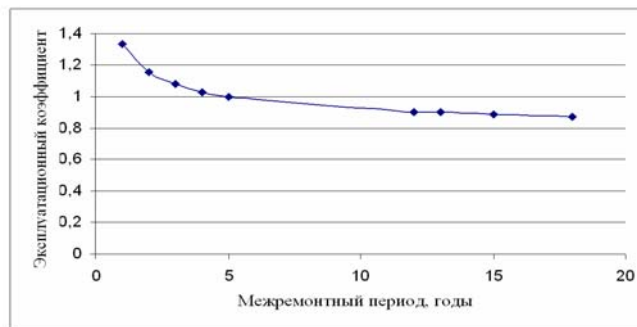


Рис. 2. Зависимость значения эксплуатационного коэффициента от количества ремонтов проведенных за время фактической жизни здания

Таким образом, при выполнении ремонтных работ согласно требованиям нормативных документам эксплуатационный коэффициент будет равен 1. При фактическом превышении нормативной периодизации ремонтных работ условия эксплуатации будут ухудшаться и коэффициент уменьшаться, что приведет к ускоренному износу и наоборот. Поэтому необходимо стремиться к повышению качества эксплуатации жилых зданий, что позволит значительно снизить уровень износа.

Приведем определения терминов:

- Удовлетворительное состояние: несущие конструкции пригодны к эксплуатации, при этом отдельные элементы, не влияющие на безопасность проживания, могут требовать текущего или капитального ремонта.
- Частично неудовлетворительное состояние: конструктивные элементы могут требовать капитального ремонта нескольких конструкций или систем.
- Неудовлетворительное состояние: значительное число несущих элементов может требовать капитального ремонта или замены.
- Аварийное состояние: несущие конструкции достигли износа, при котором их характеристики, определенные инструментальным методом, превысили предельно допустимые и требуют капитального ремонта.

Кроме того, отмечают такое состояние здания, когда его износ превышает 75 %.

Информационная система с результатами мониторинга домов может быть использована управляющими компаниями для планирования капитального ремонта, предотвращения аварийных ситуаций, минимизации вероятности наступления страховых случаев при эксплуатации жилого фонда. Данные обследования жилья рекомендуется проводить каждые пять лет, а в центре города — каждые три года в зависимости от технического состояния.

Література

1. Оценка имущества и имущественных прав в Украине / Н. П. Лебедь, А. Г. Мендрул, В. С. Ларцев и др. – К.: Принт Экспрес, 2002, - 688 с.
2. Харьков инвестиционный: рынок недвижимости в 2005 г. // Справочное пособие. – Х.: Проконсул, 2006. – 153с.
3. Молодченко-Серебрякова Т. Г. Зависимость физического износа жилых зданий как фактора, влияющего на стоимость, от периодичности проведения предупредительных ремонтов //Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. - Донецьк: ДонДУУ, 2004. - Т. 5. Вип. 41 - С. 191 – 196.

Надійшла 28.03.2008 р.

УДК 339.187.6: 330.341.1

Н. В. ФАТЕЕВ, И. М. ЗАПОРОЖЕЦ

Национальный университет кораблестроения имени адмирала Макарова

ФИНАНСОВЫЙ ЛИЗИНГ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СУДОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Постановка проблемы

Уровень развития судостроения, интегрирующего в своей продукции результаты деятельности большого числа смежных отраслей национальной экономики, является для любой страны показателем её научно-технического развития и промышленного потенциала. Положение дел в судостроении всегда оказывает существенное влияние на социально-экономическую обстановку в стране.

Состояние основных фондов на судостроительных предприятиях Украины, особенно их активной части, не соответствует современным требованиям по производительности, надежности, способности функционировать в современной информационной среде. Производственное оборудование требует немедленной модернизации и вывода из хозяйственного оборота предприятий физически изношенного и морально устаревшего оборудования и внедрения новейших технологий, носителями которых являются современные основные средства.

Основной проблемой при реализации инновационных проектов реструктуризации и реконструкции судостроительных предприятий Украины является дефицит финансовых ресурсов. Поэтому разработка эффективной структуры финансовых ресурсов для модернизации основных фондов с учетом особенностей судостроительного производства является актуальной.

Анализ исследований и публикаций, в которых начаты решения данной проблемы.

Методы подготовки, планирования и реализации инновационных проектов в процессах модернизации основных фондов предприятий изложены в [2, 4]. В отечественной и зарубежной литературе раскрыты подходы к управлению инвестиционными ресурсами в проектах инновационного развития предприятий, включая

относительно новый источник финансирования в проектах - лизинг [3, 5].

Целью статьи является обоснование целесообразности использования механизмов финансового лизинга в структуре финансовых ресурсов проектов инновационного развития судостроительных предприятий.

Основной материал исследований.

На начало 2008 г. судостроение Украины включало 10 крупных судостроительных предприятий, семь из которых приватизированы, а три остаются в государственной собственности (судостроительный завод им. 61 Коммунара в г. Николаеве, производственное объединение «Море» в г. Феодосия, судостроительный завод «Паллада» в г. Херсоне). Сохранился интеллектуальный потенциал судостроения, который сосредоточен в проектных организациях и научных центрах, обеспечивающих комплексное решение научно-технических и проектных вопросов создания различной судостроительной продукции и ее составных частей.

Судостроительные предприятия Украины остаются неотъемлемой частью Мирового судостроения, необходимо искать пути выхода из кризисных явлений на основе опыта стран с развитым судостроением и глубокого анализа состояния отдельных отечественных предприятий и отрасли в целом.

Одна из первостепенных задач по решению проблем судостроения Украины – это создание финансовой инфраструктуры для обеспечения модернизации производства и обновления основных производственных фондов, финансирования строительства судов, конкурентоспособных на внутреннем и внешних рынках.

Механизм лизинга наиболее эффективен в капиталоемких областях экономики [2, 4]. К тому же лизинг в судостроении может использоваться и как вид финансирования покупки судов (соответственно для верфи продажи продукции), и как способ приобретения оборудования, предназначенного для развития и поддержки действующего судостроительного производства, т.е. обновления изношенных основных фондов судостроительных предприятий, повышения их конкурентоспособности. Эти два вида лизинга взаимосвязаны, т.к. при устойчивом финансировании строительства судов обеспечивается возможность приобретения оборудования для их постройки. Безусловно, лизинг не может быть панацеей для решения всех проблем отечественного судостроения и других видов морской деятельности, но он может быть эффективным элементом их финансовой инфраструктуры.

К факторам, определяющим целесообразность и эффективность использования финансового лизинга в процессах создания и эксплуатации морской техники, следует отнести следующее:

1. Лизинг судов имеет инвестиционный характер, так как лизингодатель имеет право инвестировать в предмет лизинга как собственные, так и заемные средства [1, 5] и инновационный характер, поскольку основное назначение лизинга обновление производственных фондов лизингополучателя.

2. Суда после передачи лизингополучателю по схеме лизинга остаются в собственности лизингодателя [1]. При этом судно отражено на балансе лизингодателя, лизингополучатель учитывает судно на забалансовом счете, что существенно улучшает структуру его баланса (это исключается при покупке судна за собственные средства или за привлеченный кредит).

3. Лизингополучатель получает возможность через финансовый лизинг обеспечить 100%-ое финансирование, что является привлекательным для большинства судовладельцев. Кроме того, эта форма финансирования не требует залогового обеспечения, что выгодно отличает ее от кредита.

4. Гибкость лизинговых платежей позволяет судостроительным предприятиям рассчитывать с лизингодателем после введения оборудования в эксплуатацию.

Лизинг морских и речных судов в Украине отсутствует, а сделки по передаче в лизинг технологического оборудования судостроительным предприятиям практически не осуществляются.

Причины отсутствия отечественного рынка лизинга судов заключаются не только в сложности финансового состояния предприятий судостроения, но и в специфических трудностях, возникающих перед универсальными лизинговыми компаниями при планировании и реализации проекта лизинга судов, которые заключаются в следующем.

1. Недостаточность финансовых ресурсов лизингодателей для финансирования лизинговых сделок с продукцией судостроения. Суда являются капиталоемкими объектами недвижимости, имеют длительный срок полезной эксплуатации. Поэтому использование традиционного источника финансирования лизинговых сделок – банковского кредита, является затруднительным и неэффективным. Лизинговые компании стремятся расширить номенклатуру источников финансирования и использовать самые разнообразные инструменты привлечения денежных средств. Среди них: эмиссия облигаций, коммерческие кредиты поставщиков оборудования, вексельное финансирование.

2. Низкий уровень финансовой устойчивости лизинговых компаний, представляющий серьезную опасность в условиях даже незначительного ухудшения экономической конъюнктуры.

3. Отсутствие государственной поддержки лизинга в судостроении.

Решение указанных задач возможно путем создания специализированной лизинговой компании, через которую можно разработать и реализовать систему государственной экономической поддержки судостроения. Наиболее целесообразной организационно-правовой формой такой компании является открытое акционерное общество, что позволит наиболее полно реализовать преимущества государственного и коммерческого партнерства в судостроении.

Основные задачи, которые должна решать специализированная лизинговая компания:

- маркетинг современного оборудования и технологий в мировом судостроении;

- подготовка и реализация проектов модернизации производственных фондов судостроительных предприятий;
- анализ возможностей судостроительных предприятий Украины, выбор эффективных заказов;
- разработка структуры финансовых ресурсов для реализации проектов инновационного развития;
- анализ финансово-хозяйственной деятельности лизингополучателя с точки зрения надежности, платежеспособности;
- привлечение в отрасль иностранного капитала;
- консалтинговое обслуживание потенциальных клиентов по особенностям механизмов лизинга, экономико-правовая экспертиза и оказание услуг по организации лизинговых сделок;
- размещение заказов на предприятиях судостроения;
- контроль над технической и коммерческой эксплуатацией судна;
- координация отношений между всеми сторонами лизинговой сделки.

На рисунке 1 представлена схема взаимодействия основных участников лизингового процесса в судостроении.



Рис. 1. Схема взаимодействия специализированной судостроительной лизинговой компании

Государственные инвесторы (Минфин, Минпромполитики, Минэкономики и др.) поддерживают необходимый уровень уставного капитала, обеспечивают гарантии при привлечении международных инвестиций, частных финансовых ресурсов, организуют налоговые и таможенные льготы заводо-строителям. Страховая компания осуществляет страхование предмета лизинга и коммерческих рисков участников лизинговой сделки.

Лизингополучатели – это организации, эксплуатирующие суда и выплачивающие лизинговые и страховые платежи.

При реализации проектов по модернизации и освоению новых технологий лизингополучателем является судостроительное предприятие.

Выводы

1. Переход судостроительных предприятий Украины на рельсы инновационного развития требует освоения новых источников финансирования инвестиционных проектов. К ним относится финансовый лизинг.
2. В статье изложен механизм использования финансового лизинга при финансировании постройки судов, а также при модернизации оборудования и освоении современных технологий, показана взаимосвязь и взаимозависимость этих процессов.
3. Обоснована целесообразность создания специализированной судостроительной лизинговой компании для обеспечения эффективной работы предприятий судостроения.
4. Для обеспечения конкурентоспособности судостроительных предприятий Украины показана необходимость разработки и реализации мер государственной поддержки инвестиционных процессов в судостроении.

Литература

1. Закон України «Про фінансовий лізинг» №1381-IV від 11.12.2003 р.
2. Волков О.І., Денисенко М.П. Інноваційний розвиток промисловості України. КНТ. Київ, 2006. – 637 с.

3. Газман В.Д. Рынок лизинговых услуг. Москва. Фонд «Правовая культура», 1999. – 367 с.
4. Малявина А.В., Попов С.А. Лизинг и антикризисное управление. Издательство «Экзамен», М., 2002. – 250 с.
5. Трофимова О.В. Правове регулювання лізингової діяльності в Україні. Видавництво Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Київ, 2005. – 217 с.

Надійшла 24.04.2008 р.

УДК 65.01

Л. Г. СМОЛЯР, М. А. ПЧУГІНА
Національний технічний університет України «КПІ»

ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИЙ КЛАСТЕРИ І КРЕАТИВНА МЕРЕЖА

Конкурентоспроможність української економіки ґрунтується переважно на ресурсній моделі, тоді як розвинуті країни переходять на технологічно-інноваційну модель. Сучасний механізм формування конкурентоспроможності цих країн базується переважно на генерації і створенні так званих критичних технологій, які у свою чергу, створюють основу макротехнологій як сукупності науково-технологічних, виробничих і комерційних ланцюгів по створенню нових продуктів і технологічних процесів. Рівень конкурентоспроможності фірм (галузей, країн) в сучасних умовах пов'язаний все в більшій мірі із спроможністю створювати і використовувати технології, яка забезпечується відповідною бізнес-моделлю. В умовах високої невизначеності і динаміки економічних процесів актуальним є формування партнерських відносин між організаціями на мережевих принципах, саме тому у дослідженні увага приділена високотехнологічним кластерам і креативним мережам, їх співіснуванню та взаємодії.

Інтерес до мережевих структур в науковій літературі пов'язаний з процесом реструктуризації галузей і трансформації традиційної ієрархічної піраміди компаній. Тема між фірмових відносин у рамках мереж та кластерів розглядається в роботах Катькало В., Дементєва В., Майлса Р., Сноу С., Соколенко С. та багатьох інших. У дослідженнях часто підкреслюють відмінності між кластерами та мережами, які, однак, мають значно більше спільних рис, ніж відмінностей. Крім того через розвиток і зростаючу різноманітність форм кластерів та мереж можна говорити про суттєве «зближення» цих понять.

На нашу думку, одним із шляхів забезпечення безперервності інноваційного процесу, реалізації потенціальних вигод від кооперації у високотехнологічному кластері є використання можливостей іншої форми організації бізнесу – креативної мережі. Ми вважаємо, що можлива комбінація і отримання переваг від однієї моделі, зовсім не означає відмови від іншої. Динаміка розвитку вимагає динамічного підходу до розгляду функціонування кластеру. Актуальним стає визначення чинників впливу на життєвий цикл кластеру, варіантів його розвитку та трансформації. Дослідженню основних точок перетину креативної мережі та високотехнологічного кластеру і присвячена ця стаття.

В статті спершу розглянемо сутність поняття «високотехнологічний кластер», проаналізуємо спільні та відмінні риси кластерів і мереж, визначимо основні варіанти комбінації кластерів і мереж та аспекти, які мають бути враховані на стадії підготовки проекту створення, розвитку кластеру та формуванні державної кластерної політики.

Про зростання уваги до високотехнологічних кластерів свідчать і висновки дослідження кластерних ініціатив (так звана Зелена Книга), яке охоплює більше ніж 500 кластерних ініціатив по всьому світу більшість кластерних ініціатив наступних сферах: ІТ, медичні прилади, виробничі технології, комунікаційне обладнання, біофармацевтика [1].

Єдиної класифікації кластерів немає. Крім категорії «високотехнологічний кластер» в наукову літературу були введені українськими та іноземними авторами суміжні поняття: науково-технічні, технологічні, технокластери, наукові та інноваційні кластери. При проведенні досліджень ЮНКТАД виділяє навіть технологічні парки та інкубатори як один з можливих типів кластерів. Визначення поняття «кластер» Розенфельда, Якобса, ДеМана перші окреслили характеристики high-tech кластеру. Вони виділили такі аспекти, як використання спільної технології або спеціалізованої інфраструктури, які більш притаманні галузям промисловості, де технологія має ключову роль [2].

В цілому, на основі узагальнення різних джерел окреслимо головні риси високотехнологічних кластерів:

- висока концентрація дослідників і значна науково-дослідна діяльність;
- існування міждисциплінарних центрів дослідження;
- наявність прикладів створення власної компанії у дослідницькому середовищі;
- в основі діяльності кластеру - високі технології, добре пристосовані до економіки знань;
- компанії з високотехнологічних галузей діють разом з дослідними центрами і університетами і співпрацюють з фінансовими організаціями.

До галузей високих технологій (high technology, high tech, hi-tech) відносять виробництво робототехніки (мікро- і нано- електромеханічні системи), нанотехнології і нові матеріали, "чисті" технології

(cleantech), альтернативну енергетику, електронну промисловість, біотехнології, фармацевтика, телекомунікації, виробництво обчислювальної техніки, аерокосмічну промисловість [3, С. 155-156], виробництво медичних інструментів [4].

В наукових працях часто висловлюється думка про те, що ненаукоємних галузей як таких вже не існує, оскільки кожен сегмент економіки просто зобов'язаний займатися науково-дослідною роботою, необхідною для розвитку галузі, підвищення ефективності організації виробництва [5]. Однак, необхідно зазначити, що об'єктивно існує різниця у показниках, які характеризують науково-технічну діяльність у галузі.

Безперечно, основним чинником зростання конкурентоспроможності учасників та всього високотехнологічного кластеру є технологічні інновації. Але технологія сама по собі вже не може залишатись основною рушійною силою покращення ринкової позиції підприємств, це пов'язано з наступними тенденціями:

- в світовій економіці в багатьох галузях спостерігається тенденція до зменшення кількості інноваційних технологічних проривів;

- глобалізація бізнесу, зростаючі потоки інформації та капіталу призводить до того, що практично кожна нова технологія не може надовго залишатись унікальною власністю підприємства, яке її створило; якщо технологія варта цього – відбувається активне копіювання;

- зміни в структурі витрат в сторону зростання постійної їх складової, скорочення терміну перебування продукції на ринку обмежують час для окупності інвестицій в розробку, освоєння і нарощування масштабів виробництва нової продукції: час став стратегічним чинником успіху.

Тому нова технологія повинна бути підкріплена ефективною формою організації бізнесу, яка б могла реалізувати її потенціал та забезпечити сталий розвиток підприємств. З організаційної точки зору, умови для радикальних та систематичних інновацій (для вільного та легкого обміну стратегічною інформацією) пов'язані із строгоієрархічною міжорганізаційною системою з центром координації та прийняття рішень. Однак ієрархічність зменшує мобільність кластеру, проблема – вибір оптимального балансу. Один з найбільш важливих операційних принципів конкурентоздатного кластеру - здатність мережуватися екстенсивно і вибірково формувати мережі. Мережа – це набір вільних, самодостатніх, одночасно незалежних і взаємозв'язаних елементів, об'єднаних загальними цінностями і інтересами, елементами можуть бути і індивіди, і фірми, і держави [6]. Мережу розглядають як механізм координації і регулювання взаємодій між фірмами, який відмінний від ринку і ієрархії.

Мережа та кластер – не тотожні поняття (табл.1), науковці відмічають основні розбіжності.

Таблиця 1

Відмінності між кластером і мережею

	Кластер	Мережа
членство	відкрите	обмежене
основа	соціальні цінності, які заохочують довіру між членами і сприяють розвиткові взаємодії	контрактні угоди
кооперація/ конкуренція	кооперація і конкуренція	кооперація
стратегічні цілі і бачення	спільне комплексне бачення завдань	спільні ділові цілі

Джерело: на основі [7, С.151].

Соколенко С.В. зазначає, що ділові мережі і кластери – елементи глобалізації одного порядку, які мають більше спільних рис, ніж відмінних, крім того деякі мережі лежать в основі кластерів [7, С.88]. Ознаки ефективних мереж характерні і для ефективних кластерів:

- учасники - одного поля ягоди;
- різноманітність теж важлива, особливо для появи і розвитку нових ідей в мережі;
- у стійких мережах є кілька взаємозв'язків між будь-якими двома вузлами;
- деякі учасники помітніші, ніж інші. Вони важливі для здоров'я мережі [6].

Кластери відрізняються за багатьма параметрами, які мають суттєвий вплив на структуру управління механізм внутрішньої координації:

- значущість та кількість окремих агентів;
- приналежність агентів до кластера;
- кількістю, частотою та якістю зв'язків, охоптом напрямків;
- кількістю мереж, учасником яких є кластер.

Мережа може бути базою кластеру, виходити за рамки кластеру, учасники кластеру можуть бути складовими частинами різних мереж, в рамках мережа. Як наприклад, кластери і наукові парки можуть перетинатися територіально та галузево (рис.1.) Тобто можливі різні варіанти пересікання організаційних форм.

Однією з найбільш прогресивних і перспективних форм організації бізнесу, здатною відповісти на сучасні виклики і забезпечити високий потенціал доданої вартості у ланцюзі її створення через посилення та забезпечення неперервності інноваційних процесів є креативна мережа. Відповідно однією з умов розвитку

високотехнологічного кластеру є здатність підтримати безперервний інноваційний процес. Тому одних інвестицій у технологію недостатньо, вони мають бути підкріплені інвестиціями у ефективну бізнес-модель.

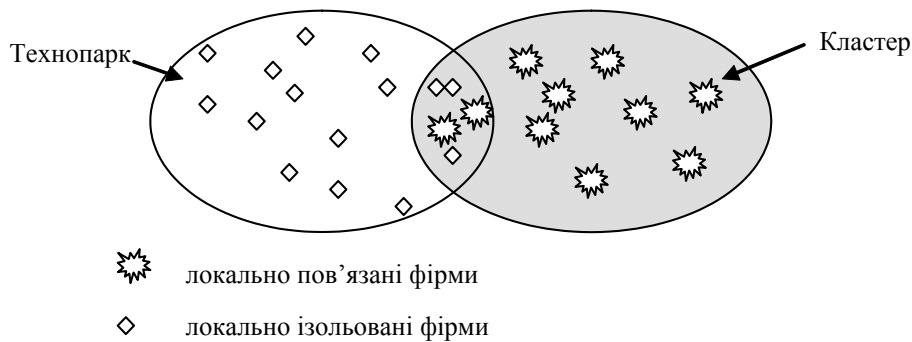


Рис. 1. «Перетинання» кластеру та технопарку [8]

Креативна мережа – це група підприємств (або навіть кластерів), яка здатна виробляти унікальні підходи до вирішення проблем і прийняття рішень, про активно реагувати на зміни в оточуючому середовищі, концентруватися на інноваціях і безперервних покращеннях. У сфері високих технологій доступ до джерел знань є вирішальним моментом. До того ж, технічні знання неможливо передати в повній мірі лише шляхом ліцензування або продажу, знання мають прихований характер – це суміш дизайну, процесу, експертизи. Як в кластері, так і креативній мережі створюються умови для поширення як «видимого», так і «невидимого» знання.

У високотехнологічному кластері потік знань може бути між галузями з дуже різним рівнем науково-технічного розвитку, коли, наприклад, виробники продуктів харчування та напоїв використовують наукові досягнення біотехнологічних фірм. Варіантів кооперації у кластері багато, і реалізація всіх потенційних можливостей співпраці є запорукою кластерного розвитку, а значить і існування, оскільки статичний кластер практично не має шансів на успіх та виживання.

Участь кластеру у креативній мережі – можливість подолання територіальної обмеженості кластеру та отримати доступ до більш широкого інформаційного та знанневого простору. Також членство в мережі до певної міри дозволяє обійти негнучкість ієрархічної структури, притаманної високотехнологічним кластерам, тобто одночасно досягається керованість складної системи та її здатність адекватно реагувати на зміни.

Високий потенціал доданої вартості в мережі [9] забезпечує комбінація операційних процесів (які підвищують продуктивність), інвестиційних (які надають нові ресурси для розвитку) та адаптаційних процесів (реакція на ринкові можливості і спрямування зусиль на накопичення і використання знань). В креативній мережі, яка ефективно управляється, цінність в основному додається за рахунок адаптаційних процесів. Щоб досягти швидкої і ефективної взаємодії з партнерами, кожна фірма має розвивати зовнішньо сфокусовані адаптаційні процеси. При обмеженості зовнішніх адаптаційних процесів будь-якого учасника потенціал цінності залишається нереалізованим і для фактичних, і для потенційних партнерів. За цих обставин ключовою умовою реалізації потенціалу цінності мережі є інвестиції в людський капітал та розвиток бази знань. Відповідно, у кластері має бути приділена увага до здібностей співробітництва менеджерів на всіх рівнях управління [10].

Як вже зазначалося, ієрархічна структура полегшує здійснення радикальних та систематичних інновацій, однак лише створення нового – недостатньо, потрібні умови для використання потенціалу інновації. Крім того, високотехнологічне виробництво – складний процес, який передбачає різні етапи, види діяльності, продукти та проміжні результати. Про можливість участі окремих членів кластеру у креативній мережі свідчить і неоднорідність складу кластеру, різна інтенсивність та зв'язків, багатошаровість та накладання зв'язків (рис.2.).

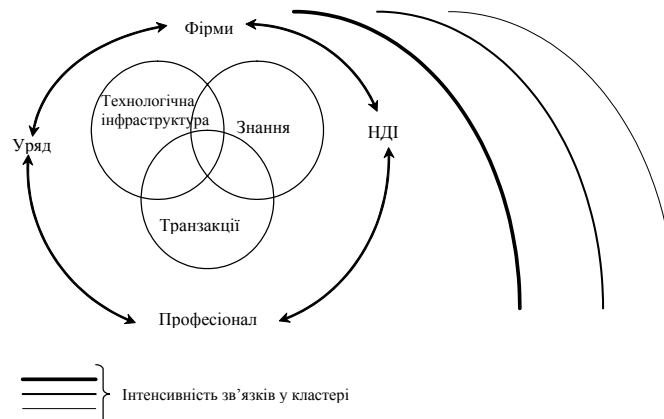


Рис. 2. Складна структура відносин у кластері

Для високотехнологічного кластеру, спектр продукції якого може бути великим, в мережі існують можливості для контролю всіх ланок ланцюга створення вартості, а також для зменшення потенційних негативних сторін членства невеликих фірм у кластері, коли головні прибутки отримують крупномасштабні компанії. Створюється основа для випуску продукції на основі нових технологій з закритим типом архітектури і використання переваг від взаємодії, коли характеристику продукту покращуються і перевищують вимоги споживачів, при виробництві продукції з модульною архітектурою [10].

Розвиток кластерів може призвести до трансформації в іншу форму. Наприклад, великі аерокосмічні фірми та їх постачальники спочатку вони були кластерами, але як ринки комплектуючих стали міжнародними, вони зараз швидше індустріальні округи Маршала: сьогодні великі успішні асемблери привертають безліч інших фірм до кластерів через створення великого фонду кваліфікованих працівників. Динамічні чинники в моделі Портера не відповідають цим агломераціям: немає ні локальної конкуренції, ні локального попиту. Авіабудування - світова галузь і міжфірмова конкуренція відбувається не у рамках кластеру [11]. Якщо мережа може стати кластером, то і кластер, відповідно, з часом може розвинути в мережу.

Завдання і «ключового гравця» кластеру, і всіх учасників – розуміння нестатичності кластеру, врахування можливостей взаємодії всього кластеру та його членів у креативній мережі. Також це має бути враховано на етапі проектування створення кластеру. Крім того шляхи забезпечення безперервного інноваційного процесу у кластері повинні бути ключовими моментами державної кластерної політики та проєктів, ініційованих урядом.

Результати дослідження мають практичне значення для розробки методологічних основ формування і управління високотехнологічних кластерів як ефективного засобу забезпечення інноваційного розвитку економіки України. Теоретичним і прикладним дослідженням цих проблем будуть присвячені наступні дослідження.

Література

1. The Cluster Initiative Greenbook / Orjan Solvell, Goran Lindqvist, Christian Ketels / TCI Global Conference, Gothenburg, September 2003 [Electronic Resource] – Mode of access: www.cluster-research.org – Last access: 02-01-2008. – Title from the screen.
2. Forms of creation of industrial clusters in biotechnology / Chiaroni, D., Chiesa, V./ Technovation, In Press, Corrected Proof [Electronic Resource] – Mode of access: www.elsevier.com – Last access: 20-12-2007. – Title from the screen.
3. Бажал Ю. Економічна теорія технологічних змін: Навчальний посібник [Текст]. – К.:Заповіт, 1996. – 240 с. – ISBN 5-7707-1075-6.
4. Science and Engineering (S&T) Indicators, 2006. National Science Foundation [Electronic Resource] – Mode of access: www.cpu.gov.hk – Last access: 20-03-2007. – Title from the screen.
5. Высокие технологии. Готовы ли мы строить наукоемкую экономику на основе высоких технологий? / Капитал Ежедневная Бизнес Газета [Electronic Resource] – Mode of access: www.mitq.org – Last access: 20-03-2007. – Title from the screen.
6. Innovations and Networks [Electronic Resource] – Mode of access: <http://new.hse.ru> – Last access: 20-03-2007. – Title from the screen.
7. Соколенко С. І. Кластери в глобальній економіці [Текст]. – К.: Логос, 2004. – 848 с. – ISBN 966/581/477/X
8. High-tech, low-tech or Innovative? The SME experience of China WANG JiciDepartment of Urban and Regional Planning Peking University [Electronic Resource] – Mode of access: www.cpu.gov.hk – Last access: 20-03-2007. – Title from the screen.
9. Miles, R.E., Snow, C.C. The new network firm: a spherical structure based on a human investment philosophy. [Текст]. Organizational Dynamics. 1995. №23, p.5-18
10. Смоляр Л.Г. Креативна мережа – нова форма організації інноваційної діяльності в епоху дискретної еволюції [Текст]. // Економічний вісник Національного технічного університету України „Київський політехнічний інститут». – 2007. – №4. – С. 107-113.
11. Aerospace Clusters: Local or Global Knowledge Spillovers? /JORGE NIOSI & MAJLINDA ZHEGU / Industry and Innovation, Vol. 12, No. 1, 1–25, March 2005 [Electronic Resource] – Mode of access: www.er.uqam.ca – Last access: 20-03-2007. – Title from the screen.

Надійшла 13.04.2008 р.

РЕГУЛЮВАННЯ ВИХІДНИХ ПАРАМЕТРІВ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ СТРАТЕГІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА

Багатьом вітчизняним організаціям останнім часом доводиться виживати під впливом непередбаченої динаміки ринку, що важко прогнозується, великої кількості нових директивних рішень і законодавчих актів, гострої потреби ресурсів і зростання агресивності зовнішнього середовища, особливо у фінансовій сфері. В цих умовах велике значення відводиться раціональному втіленню в практику підприємств ідей і технологій стратегічного управління. Реалізація концепції стратегічного управління організацією можлива лише тоді, коли організація є стратегічно орієнтованою.

Вибір стратегії є центральним моментом стратегічного планування. Виділяють два основні методи стратегічного планування: прямий і зворотній. При прямому процесі розглядаються поточні фактори і пропозиції. Розглядається логічний результат упорядкованої в часі послідовності подій, що починається в даний час і закінчується до деякого моменту в майбутньому [1, 2].

При зворотному процесі спочатку розглядають бажаний результат майбутнього, а потім оцінюються фактори і проміжні висновки, що потрібні для досягнення бажаного результату.

В основі розробки прямого і зворотного процесів планування використовується метод аналізу ієрархій. При використанні методу ідентифікуються три види змінних: політика планування, результат, ефективність [3].

Відомо, що результатом стратегічного планування є планова документація (система планів), у якій відбиті усі види планованих показників на кінець відповідних періодів. Виділяють наступні види взаємозалежних планів [4]:

- 1) основні напрямки розвитку і стратегій на доступне для огляду майбутнє;
- 2) перспективний план на період більш двох років - містить у собі основні перспективні напрямки розвитку фірми (перехід до виробництва нового покоління продукції, диверсифікація виробництва та ін.);
- 3) виробничий (короткостроковий) план, розроблений на один-два роки, який охоплює поточну виробничо-господарську діяльність фірми;
- 4) спеціальні плани (проекти), що конкретизують особливі цілі і визначають аспекти діяльності фірми (технічний розвиток, план з маркетингу, перебудова організаційної структури).

Стратегічне планування будується за наступними принципами [5]:

- принцип динамічної рівноваги означає, що при постановці цілей і плануванні основних показників діяльності фірми передбачається перевищення темпів зростання доходів над темпами росту витрат;
- принцип участі полягає в обов'язковому залученні в процес планування керівників усіх ланок і фахівців (факультативне залучення);
- принцип безперервності полягає в тому, що постійно повинні переглядатися очікувані результати діяльності фірми і передумови з урахуванням змін у зовнішнім середовищі;
- принцип інтеграції припускає узагальнення планів різних рівнів ієрархії.

Ділова стратегія націлена на встановлення і зміцнення довгострокової конкурентоспроможної позиції компанії на ринку. Для досягнення цієї мети ділова стратегія розробляється з таких основних напрямів:

1. Реагування на зміни, що відбуваються в даній галузі, в економіці в цілому, у політиці та інших значимих сферах.
2. Розробка конкурентоспроможних заходів і дій, ринкових підходів, що можуть дати переваги перед конкурентами.
3. Об'єднання стратегічних ініціатив функціональних відділів.
4. Вирішення конкретних стратегічних проблем, актуальних на даний момент.

Різниця між сильною і слабкою діловою стратегією полягає в умінні розробляти заходи, спроможні забезпечити солідні конкурентні переваги.

Стратегічні дії необхідні для кожної функціональної сфери діяльності, щоб підтримати конкурентоздатність корпорації і загальної ділової стратегії. Стратегічна єдність і координація дій різноманітних напрямів посилюють ділову стратегію.

У процесі реалізації стратегії кожен рівень керівництва вирішує свої визначені задачі і здійснює закріплені за ним функції. Найважливіша роль належить вищому керівництву.

Для ефективного управління діловою стратегією підприємства необхідно розробити схему прийняття рішень. Ця схема є структурною «фотографією» всіх процесів підготовки і прийняття управлінських рішень, які здійснюються на підприємстві в кожному підрозділі. Для цього викреслюємо горизонтальні лінії в кількості, рівній найменуванню посад даного підрозділу по штатному розкладу. Кожна лінія відповідає певній посаді. Так утворюємо рівні управління. Потім на ці рівні в порядку, вказаному функціональною блок-схемою, наносимо схеми всіх організаційних процедур, діючих в підрозділі. Наведемо фрагмент схеми прийняття рішень. Тоді фрагмент схеми прийняття рішень в підрозділі може бути представлений наступним чином (рис. 1).

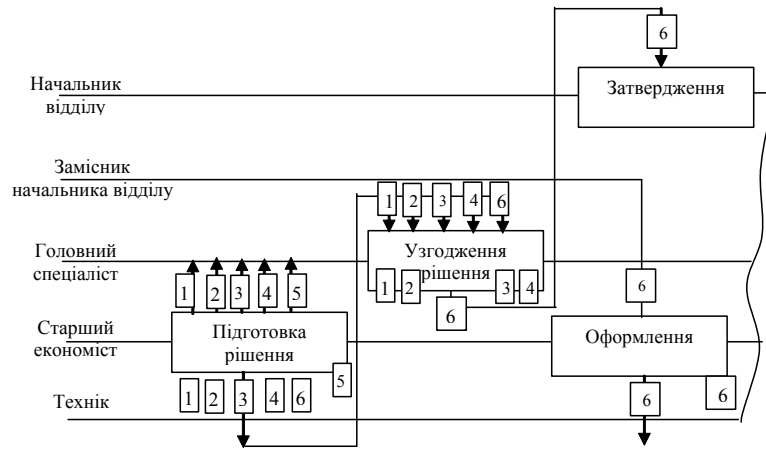


Рис. 1. Прийняття рішень в підрозділі

Припустимо, в підрозділі згідно штатному розкладу існують наступні посади: начальник відділу, заступник начальника відділу, головний спеціаліст, старший економіст, технік.

Перелік документів, які діють в процедурі: план роботи відділу -1, звіт про виконану роботу за минулий період -2, поточна нормативно-довідкова інформація – 3, інструкції про складання звіту – 4, розпорядження начальника підрозділу про складений звіт – 5, звіт про виконану роботу – 6 (рис 1).

Процес підготовки управлінського рішення незалежно від кількості документів, необхідних для його затвердження, і кількості виконавців може бути представлений у вигляді організаційної процедури.

Схему організаційної процедури будемо на основі вивчення регламентуючої документації і існуючого розподілу обов'язків в підрозділі за наступним чином (рис. 2).

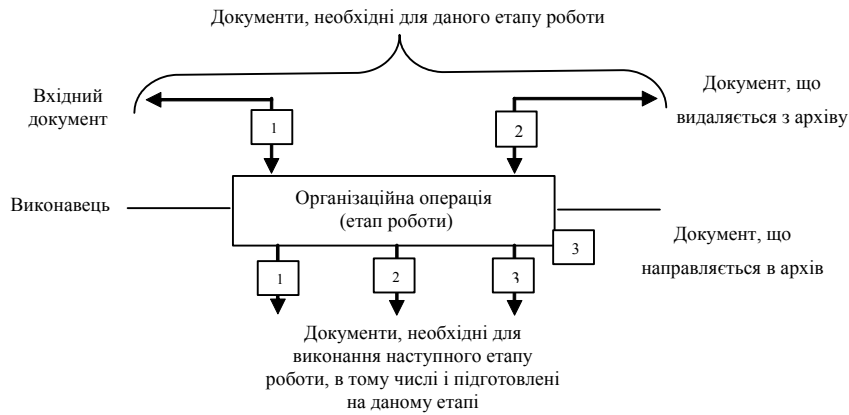


Рис. 2. Побудова організаційної процедури

Для регулювання вихідних параметрів системи управління діловою стратегією підприємства використаємо методорієнтовану модель для вирішення функціональних задач [6].

Спочатку аналізуємо складну економічну систему підприємства:

- вибираємо n критеріїв F .
- вибираємо m чинників Y .

Визначаємо критерії оцінки ефективності управління діловою стратегією підприємства, які кількісно визначають мету певної сфери бізнесу підприємства.

Для нашої економічної системи вибираємо критерії: 1) чистий прибуток; 2) доля ринку за видом економічної діяльності; 3) обсяги реалізації продукції; 4) якість продукції; 5) рівень конкурентоздатності.

Фактори: 1) характер конкурентних сил в галузі; 2) інвестиційна привабливість галузі; 3) рівень використання ефекту масштабу та синергетичного ефекту; 4) рівень стратегічного потенціалу підприємства; 5) техніко - економічний стан підприємства.

Задаємося матрицею-стовпчиком вагових коефіцієнтів критеріїв (AL_i):

$$AL = \begin{pmatrix} AL_1 \\ AL_2 \\ \dots \\ AL_n \end{pmatrix}.$$

Шляхом експертної оцінки (експертами виступають спеціалісти підприємства) визначаємо матрицю-стовбець вагових коефіцієнтів критеріїв:

$$AL = \begin{pmatrix} 0,4 \\ 0,1 \\ 0,2 \\ 0,1 \\ 0,2 \end{pmatrix}.$$

За допомогою методу аналізу ієрархій задаємо таблицю балів (b_{ij}) у залежності від відповідності j -го фактора i -ому критерію:

$$B = \begin{pmatrix} b_{11} & b_{12} & \dots & b_{1n} \\ b_{21} & b_{22} & \dots & b_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ b_{m1} & b_{m2} & \dots & b_{mn} \end{pmatrix}.$$

Таблиця балів, сформована експертами, має наступний вигляд:

$$B = \begin{pmatrix} 9 & 5 & 7 & 6 & 3 \\ 5 & 9 & 10 & 6 & 6 \\ 8 & 5 & 7 & 6 & 6 \\ 9 & 10 & 8 & 4 & 5 \\ 8 & 7 & 9 & 6 & 9 \end{pmatrix}.$$

Визначаємо суму балів (BF) за кожним фактором:

$$BF = B * AL = \begin{pmatrix} b_{11} & b_{12} & \dots & b_{1n} \\ b_{21} & b_{22} & \dots & b_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ b_{m1} & b_{m2} & \dots & b_{mn} \end{pmatrix} * \begin{pmatrix} AL_1 \\ AL_2 \\ \dots \\ AL_n \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} bf_1 \\ bf_2 \\ \dots \\ bf_n \end{pmatrix},$$

де $bf_i = \sum a_i b_{ij}$ - сума балів j -ого фактора за i -им критерієм, $j = 1, 2, \dots, m$.

$$BF = B * AL = \begin{pmatrix} 12 \\ 3,6 \\ 6,4 \\ 3,6 \\ 7,8 \end{pmatrix} \begin{matrix} (1) \\ (4) \\ (3) \\ (4) \\ (2) \end{matrix}.$$

Проводимо ранжування факторів і визначаємо, що найбільш доцільно регулювати параметри виходу системи управління діловою стратегією підприємства шляхом варіювання таких факторів як характер конкурентних сил в галузі, інвестиційна привабливість галузі та рівень використання ефекту масштабу та синергетичного ефекту.

Висновки з даного дослідження. В результаті запропонованих заходів можна дати оцінку ефективності функціонування підрозділу, визначити шляхи якнайкращого досягнення поставленої мети і грамотно використати методи мотивації співробітників. Освоєння і практичне використовування даного підходу допоможе менеджерам - дослідниками своєї організації, полегшити пошук шляхів і методів її вдосконалення і у результаті допоможе досягти стійкої конкурентної переваги на ринку.

Література

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. –С.-Пб.: Питер, 1999. -413 с.
2. Боумен К. Основы стратегического менеджмента / Под ред. Зайцевал.Г., Соколовой М.И. –М.: Банки и биржи, 1997. -175 с.
3. Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство. Возможности для будущего процветания: Пер. с англ. –М.: Финпресс, 2000. -271с.
4. Игнатъева А.В., Максимцов М.М. Исследование систем управления: Учеб. Пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2000. – 157с.
5. Володькина М.В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. –К.: Знання, 2002. -148 с.
6. Маслов В.П. Типовая архитектура интегрированной системы управления ГПС. – Чернигов, 1990. – С.40-46.

Надійшла 06.04.2008 р.

ВИЗНАЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНОГО РОЗМІРУ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР ТА ЇХ ОБ'ЄДНАНЬ

Різностороння трансформація вітчизняних підприємств супроводжується постійними дискусіями практиків і науковців у галузі управління щодо визначення оптимальних масштабів підприємства для забезпечення не тільки їх виживання, а високої конкурентоспроможності.

Поспішний розвиток у напрямку ринку призвів до суттєвих перекосів структурних та відтворювальних пропорцій виробничих систем.

До сих пір вітчизняна промислова політика необґрунтовано спрямована на дезінтеграцію великомасштабних господарюючих одиниць, а оптимальним підприємством вважається суб'єкт з якимось середніми показниками. Підприємства великого і малого бізнесу, зазвичай, не вважаються оптимальними для діяльності. Стрімкі трансформаційні процеси вимагають постійної відповіді – чи будуть у результаті трансформації підприємства оптимальними і де та межа оптимальності, до якої слід наближатися.

До питання визначення оптимального розміру підприємств зверталися як науковці минулого так і сучасні дослідники, в результаті чого були визначені закономірності оптимізації діяльності підприємств. Всі ці дослідження базуються на роботах класиків: І.Ансоффа, Р.Коуза, Д.Морріса, О.Уільямсона, У.Оучі, Д.Хей, Й.Шумпетера, Ф.Хайека тощо.

Аналіз досліджень зазначених авторів показує, що вони містять чимало дискусійних і невирішених питань, які вказують на недостатній ступінь розробки поставленої проблеми, особливо в аспекті антикризової й трансформаційної політики. Необхідність розкриття закономірностей оптимізації розмірів підприємства в структурі сучасної ринкової економіки визначили структуру даної статті.

Метою проведення дослідження є визначення й систематизація факторів й умов, що впливають на оптимальний розмір підприємства, формування залежності структури підприємства і його розміру. Відповідно поставленої цілі в статті будуть розглянуті такі питання:

- розробка методологічних підходів до визначення оптимального розміру підприємства в сучасній економіці;
 - визначення характеру впливу зовнішнього середовища на структуру підприємства і його розмір;
 - виявлення критеріїв оцінки впливу організаційної структури підприємства на його оптимальний розмір;
 - дослідження внутрішніх і зовнішніх факторів росту масштабів виробництва;
 - визначення критеріїв оптимізації розмірів підприємства, що входять в інтеграційні утворення.
- Об'єктом дослідження є підприємства й економічні організації в структурі сучасної ринкової економіки.

Предметом дослідження є відносини й фактори, що лежать в основі процесу оптимізації розмірів підприємств у сучасних умовах.

Методологічною й теоретичною основами дослідження послужили фундаментальні концепції й гіпотези, представлені й обґрунтовані у роботах класиків та сучасних розробках вітчизняних і закордонних економістів. Це дозволило проаналізувати взаємозалежність основних критеріїв оптимізації розмірів підприємств, а також взаємозумовленість внутрішніх і зовнішніх факторів, що визначають оптимальний розмір підприємств. Проведений аналіз дозволив розкрити економічну природу й цілі сучасної інтеграції виробництва.

В основі розвитку сучасного підприємства лежить функціонально-технологічна взаємодія. В результаті впровадження нової техніки формуються замкнуті функціонально-технологічні блоки, які визначають границі оптимального розміру підприємства з урахуванням факторів інтенсифікації, а також синергетичних ефектів у технології.

Зовнішнє середовище має значний вплив на оптимізацію розміру окремої фірми. Залежно від характеру зовнішнього середовища (статичне чи динамічно розвивається) змінюється структура організації (від бюрократичної до децентралізованої), а також оптимальний масштаб і діапазон його можливої зміни. Залежно від характеру зовнішнього середовища (типу ринку) не завжди мінімізація витрат і максимізація прибутку як умови оптимізації розміру можуть розглядатися комплексно. Мінімізація витрат і максимізація прибутку можуть бути досягнуті одночасно при зниженні ціни, збільшенні частки ринку, що у свою чергу припускає збільшення оптимального розміру [1].

Організаційна конфігурація підприємства визначає його розмір. Матрична, сільова й радіальна форми організації підприємства мають свої оптимальні розміри й діапазони їхньої зміни. Більш фіксований оптимальний розмір і більш вузький діапазон його зміни характерний для радіальної форми, де обмін інформації, прямі й зворотні сигнали спрямовані з периферії системи до центра. У результаті росту такого роду організації відбувається зростання бюрократичного апарату управління, рішення вільно не ухвалюються, підприємство перестає адекватно і швидко реагувати на зовнішні зміни. В матричній і сільовій організаціях координація руху здійснюється переважно між периферійними елементами і зростання таких організацій

практично не обмежене рамками оптимальності. Оптимальний розмір підприємства або організації визначається взаємодією базових систем, первинних і вторинних проміжних систем. Збільшення базових систем приводить до збільшення проміжних систем, відповідно до принципу керованості.

Інтеграційні процеси підприємств можуть здійснюватися у вертикальному, горизонтальному та діагональному напрямках. Оптимальний розмір підприємства в умовах вертикальної інтеграції або комбінування визначається критерієм спеціалізації в рамках всієї інтегрованої системи. Інтеграція визначає параметри зміни оптимального розміру, дає можливість його збільшення на підставі нової функціональної орієнтації. Оптимізація розміру окремого підприємства в рамках інтеграції припускає, з одного боку, відповідність обсягу випуску на одній стадії виробництва обсягу переробки на іншій стадії, з іншого боку, оптимізація розміру й структури підприємства припускає вирівнювання рівнів рентабельності виробництв, що входять в інтегровану структуру.

Розмір підприємства вважається оптимальним, якщо прибуток підприємства - максимальний. При цьому підприємство, орієнтоване на оптимальний прибуток, більше за розміром, а ніж підприємство, орієнтоване на оптимальні витрати діяльності. У процесі виробництва максимізувати прибуток можна або змінюючи інтенсивність виробничого процесу, або змінивши технологію, оскільки на певному етапі розвитку окремі методи дозволяють виготовляти лише певну кількість блага при мінімальних витратах, які, у свою чергу, визначають величину прибутку. Виходячи із цього будь-який виробничий процес характеризується «індексом корисності», відповідно підприємство, що має найбільший індекс корисності, має оптимальний розмір. При визначенні оптимального розміру на кожній стадії росту підприємства необхідно враховувати розходження внутрішнього росту й зовнішнього. У сучасних умовах ці два види росту взаємозалежні: зміна форм виробництва й технології припускає більші вкладення в інфраструктуру й зовнішню взаємодію [2].

Оптимальний розмір підприємства є відносною величиною. Вона залежить від структури галузі, наявності в галузі малих і великих підприємств. Оптимальний розмір підприємства це не завжди середній розмір. Критерії оптимізації існують як для великих, так і для середніх або дрібних підприємств. У зв'язку із цим оптимізація розмірів підприємств не забезпечується виключно їх розукрупненням. Оптимізація відбувається в результаті взаємодії підприємств різних розмірів і повинна об'єктивно опиратися на гармонічне сполучення власності і функцій. Однак у процесі приватизації не завжди ця відповідність досягалася, особливо в секторі великого виробництва. Це підтверджується обраними способами приватизації. Якщо для дрібних і середніх підприємств переважали викупи, аукціони, що носило інвестиційний характер, то для великого виробництва - ваучерне акціонування, яке не мало інвестиційного характеру і не дало ефективного власника.

Оптимальний розмір підприємств, що входять у інтеграційну структуру, залежить від типу цієї структури. На кожному етапі об'єднання система може висувати різні вимоги до розміру. При утворенні об'єднання радіального типу на першому етапі інтегруються переважно великі підприємства, тоді як на наступному етапі відбувається об'єднання менших за розміром підприємств. Для об'єднання матричного типу характерний середній розмір підприємства, що відповідає «системним» вимогам утворення.

З розвитком відносин субконтрактації (субконтрактація – одна з форм виробничої кооперації у вигляді співробітництва між виробниками різними за масштабом діяльності) між дрібним і великим виробництвом оптимальний розмір можна розглядати як основний і додатковий. Основний визначається границями головного виробництва, додатковий - границями субконтрактною взаємодії із дрібним і середнім виробництвом. Збільшення основного розміру приводить до збільшення додаткового розміру, що відповідає внутрішньому й зовнішньому росту оптимального розміру підприємства. Велике й дрібне виробництва створюють одне для одного взаємні критерії оптимізації. Розміри оптимізуються у результаті конкретної взаємодії [3].

Розміри підприємства визначають не технічні параметри застосовуваної техніки, а технологічний контур, у рамках якого дана техніка функціонує. Певний технологічний процес протікає, таким чином, у замкнутому технологічному блоці. На відміну від інших підсистем організації технологічна складова більш визначена і більшому ступені впливає на масштаб підприємства. У довгостроковому періоді структура базисної підсистеми практично не змінюється.

Значний вплив на розміри підприємства має зовнішнє середовище. У системі підприємства можна виділити певні частини, які забезпечують зв'язок із зовнішнім середовищем або забезпечують його реакцію на зміни зовнішнього середовища. Різний характер зовнішнього середовища має різний вплив на структуру й розмір підприємства. Якщо для статичного середовища характерна бюрократична структура, то для складного динамічного середовища характерна децентралізована система. Оптимальний розмір для першого випадку може бути менший, ніж для другого. Дійсно, чим складніше і більше невизначене зовнішнє середовище, тим складніше й менш централізована внутрішня структура. Відповідно, розмір підприємства може мати не строго визначені границі й діапазон подальшого росту обмежений через невизначеність ситуації. В умовах простого статичного середовища підприємство може мати великий діапазон росту. Головним стримуючим фактором оптимізації на кожній стадії росту може бути внутрішня бюрократична структура, що при рості знижує ефективність керованості виробництвом.

Інтеграція й координація дають можливість перебороти розрив між теперішньою й майбутньою ситуацією, що впливає на розмір підприємства. Підприємство в структурі інтеграційних зв'язків припускає оптимізацію розмірів, виходячи з інших критеріїв, а ніж в умовах вільного ринку. Невизначеність майбутньої ситуації робить структуру більше складною й тим самим збільшує розміри підприємства, що діє в цих умовах.

Разом із цим підприємство, не охоплене коопераційними зв'язками, не завжди має можливість швидко змінити розмір, незважаючи на сприятливу кон'юнктуру. Постійно діючий фактор невизначеності звужує діапазон росту, що у цій ситуації завжди пов'язаний з подальшим ускладненням структури. У системі інтеграції структура підприємства спрощується, що робить процес подальшого росту в рамках інтеграційної системи більш простим і строго визначеним. У цій ситуації діапазон зміни оптимального розміру збільшується.

Розвиток підприємства на базі однієї або декількох груп елементів має як наслідок те, що якісний і кількісний вибір оптимальних розмірів визначає можливість підвищення продуктивності й досягнення високих результатів. Разом з тим, закономірно виникає проблема кількісного вибору розмірів. Визначення управлінського потенціалу впливає не тільки на розмір окремої одиниці, але й на організаційну структуру, в цілому, в горизонтальному й вертикальному напрямках.

Розглядаючи докладно залежність форм організації від її розмірів, слід припустити, що, незважаючи на те що сіткова структура вимагає більшого розміру, пов'язаного з розвитком комунікацій і забезпечення релевантності інформації, радіальна форма дає можливість мати менші розміри, оскільки дозволяє периферійним елементам досягати більш швидкого зв'язку з вищою інстанцією управління. Разом із цим поле ухвалення рішення звужується, зв'язок носить концентричний характер і основний інформаційний та функціональний обмін відбувається між центром і периферією системи. У той же час, сіткова структура заснована на груповій взаємодії, і основна взаємодія відбувається між елементами. Ця система стає більш гнучкою й адаптивною до зовнішніх змін.

У цілому, говорячи про проміжні системи, їхній вплив на розмір організації, слід зазначити, що мова йде про ступінь керованості базисними системами. Більша кількість базових систем може бути скоординована з боку проміжних систем, і цей фактор буде визначати оптимальний розмір організації. Витрати на розвиток проміжних систем не завжди виправдуються тією вигодою, що утвориться в процесі росту підприємства за допомогою більшої інтеграції базових систем. Іншими словами, про керованість організації, оптимальну взаємодію всіх рівнів керування необхідно говорити, починаючи з базового рівня й закінчуючи вторинними проміжними системами. Зі збільшенням базисних систем збільшується ступінь їхньої інтеграції й відповідно зростає ієрархія проміжних систем.

Традиційна точка зору представляє конфігурацію організації як рівне число ієрархії або рівнів керування. Однак у дійсності розгляд організації не може обмежуватися тільки ієрархічними зв'язками, але також повинне припускати й інші організаційні механізми координації й інтеграції, у тому числі горизонтальні й дифузні.

Інтеграційна взаємодія підприємства з іншими підприємствами впливає на оптимізацію його розміру в рамках даної взаємодії. При цьому інтеграція виступає не тільки винятково зовнішнім фактором оптимізації, вона припускає зміну внутрішньої структури підприємства, універсалізацію випуску або, навпроти, посилення тієї або іншої спеціалізації. Дійсно, оптимальний розмір підприємства в умовах вертикальної інтеграції або комбінування визначається критерієм спеціалізації в рамках всієї інтегрованої системи. Відповідно, інтеграція змінює параметри зміни оптимального розміру, дає можливість його збільшення на підставі нової функціональної орієнтації.

Дотримуючись класичного підходу у визначенні оптимального розміру підприємства, слід припустити, що для кожної інтегрованої системи існує єдиний критерій оптимізації розмірів кожного її елемента, кожного окремого підприємства. Всі підприємства повинні мати приблизно рівну рентабельність і рівне співвідношення зовнішніх закупівель і доданої вартості.

Відносно горизонтальної інтеграції слід зазначити, що тут мова йде про об'єднання підприємств, що випускають однотипну продукцію. Головною метою подібного об'єднання є збільшення частки на ринку. Відповідно, оптимальний масштаб буде вважатися максимальним, який забезпечить максимальний обсяг випуску. Якщо конкретно розглядати спосіб горизонтальної інтеграції злиття або поглинання, то оптимальним розміром підприємства партнера для злиття є різний розмір, а для поглинання - переважніше менший розмір підприємства.

Оптимальний розмір підприємства можна визначити як вектор розвитку, що визначається низкою ознак:

- кількість факторів виробництва, придбаних за певний період;
- кількість використаних виробничих факторів за певний період;
- кількість виготовленої за певний період продукції;
- кількість витрачених за певний період грошових засобів;
- існування певної організації;
- інші.

Отже, визначення оптимального розміру підприємства припускає комплексний підхід, що припускає взаємодію багатьох змінних.

Розглядаючи оптимізацію розмірів підприємства в процесі його росту, варто виділити відповідно внутрішній і зовнішній ріст. Під внутрішнім ростом представляється внутрішній розвиток уже існуючого самостійного підприємства. Про зовнішнє зростання слід говорити, якщо одне вже існуюче підприємство поєднується з іншими самостійними підприємствами, розвиває навколишню інфраструктуру.

Для кожної стадії росту існує свій оптимальний розмір. Оптимальний розмір - не завжди середній.

Оптимальний розмір може бути як для великого, так і для дрібного підприємства. Відповідно до цього в плановій радянській економіці були сформовані великі підприємства, для яких, виходячи з використання продуктивних сил, оптимальні розміри передбачалися досить великого масштабу. Саме ці розміри забезпечували оптимізацію внутрішньої виробничої функції, а також оптимальну взаємодію з іншими підприємствами різних масштабів. Великі розміри забезпечували їм стійкість. Формування подібних структур характерно для багатьох країн.

Оптимальний розмір підприємства, що входить у групу, залежить не тільки від стадії становлення, але й від структури об'єднання. Матрична структура припускає об'єднання близьких за розмірами підприємств, що пов'язано із специфікою «матричної взаємодії», у той час як у радіальній моделі розміри поєднаних виробництв визначаються організаційною сумісністю з головною компанією за принципом доповнюваності.

Розвиток інформатизації ускладнює визначення оптимальних розмірів підприємства, оскільки розмиває границю між продавцем і споживачем, а також між головним виробником і постачальниками в системі інтеграції.

За результатами дослідження можна зробити такі висновки:

– оптимальний розмір - не завжди середній розмір підприємства, для кожної стадії росту існують свої умови й критерії оптимізації розміру;

– межі оптимального розміру залежать від співвідношення форми внутрішньої організаційної конфігурації й характеру зовнішнього середовища;

– на кожній стадії інтеграції оптимальний розмір може бути різним, вертикальна й горизонтальна інтеграції мають різні діапазони оптимального розміру;

– в умовах розвитку контрактної системи взаємодії підприємств варто виділяти основний і додатковий розміри: основний припускає розмір безпосередньо основного підприємства; додатковий передбачає взаємозв'язок з іншими підприємствами на основі довгострокових контрактів.

Поведений автором аналіз природи й цілей оптимізації розмірів підприємств може стати основою для подальших теоретичних і прикладних розробок у галузі управління.

Література

1. Мильнер Б.З. Переход к организационным структурам рыночной экономики. // Российский экономический журнал. 1997. №2. С.19-25.
2. Коуз Р.Г. Природа фирмы (1937). // Вестник СпбГУ, Сер.Экономика, 1992, вып. 4, с.72-86.
3. Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация. – СПб: Лениздат, CEV Press, 1996. – 702с.
4. Hill C.W.L. Internal Capital Market Controls and Financial Performance in Multidivisional Firms. // Journal of Industrial Economics, 1988, #37, pp.67-83.

Надійшла 06.04.2008 р.

УДК 331

В. М. ФРАНКО

Хмельницький національний університет

КОРПОРАТИВНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ

Сьогодні у розвинених країнах, зокрема США та Японії, менеджмент перейшов на творчі ІТ так званого третього (вищого) рівня. Вони охоплюють повний інформаційний цикл - вироблення нових знань, їхню передачу, переробку, використання для перетворення об'єктів, досягнення нових цілей. ІТ третього рівня означають найвищий етап комп'ютеризації менеджменту, дозволяють задіяти комп'ютери в творчому процесі, поєднавши розум людини та потужність техніки.

Повна інтегрована автоматизація менеджменту передбачає охоплення інформаційно-управлінських процесів: зв'язок, збір, збереження і доступ до необхідної інформації, її аналіз, підготовка тексту, підтримка індивідуальної діяльності, програмування та розв'язання фахових задач.

Нові технології, засновані на комп'ютерній техніці, вимагають радикальних змін організаційних структур менеджменту, його регламенту, кадрового потенціалу, документообігу, фіксування і передачі інформації. Особливе значення має запровадження інформаційного менеджменту, що значно розширює можливості використання корпораціями інформаційних ресурсів і пов'язаний з організацією системи обробки даних і знань, їх послідовного розвитку до рівня інтегрованих автоматизованих систем управління, що охоплюють по вертикалі та горизонталі усі рівні й ланки виробництва та збуту товарів і послуг.

У зв'язку з цим вибір та впровадження корпоративної інформаційної системи (КІС) сьогодні вже не данина моді, що йде із Заходу, а життєво важлива необхідність. Тепер КІС з'являються на нашому ринку і скоро стануть досить популярними, як на Заході. Може здатися, що КІС потрібні тільки великим підприємствам.

Насправді завдання, які вони вирішують, актуальні для будь-якої фірми.

Наприклад, КІС «Галактика», контур логістики.

Галузеві рішення на базі системи «Галактика» — це технологія управління нового покоління, яка дає можливість перейти від управління окремими господарськими операціями до управління ситуаціями, що виникають. Характерною ознакою системи «Галактика» є швидкий розвиток і розширення її функціональних можливостей.

«Галактика» підтримує інтерфейси, через які здійснюється з'єднання з торговими терміналами, електронними вагами, датчиками АСУ ТП. Створено систему підтримки адміністратора «Галактики», що дає змогу контролювати дії користувачів. Крім того, у процесі розвитку системи робиться ставка на її відкритість і можливість використання разом з іншими продуктами, наприклад, Галактика+SAS, Галактика+Aris Toolset. Планується також випуск галузевих рішень, до складу яких включається система динамічного моделювання.

Вирішення всього комплексу завдань, на який орієнтована система «Галактика» на теперішній час, забезпечується дев'ятьма функціональними контурами, такими як:

- 1.контур управління підприємством;
- 2.контур логістики;
- 3.виробничий контур;
- 4.фінансовий контур;
5. контур управління персоналом;
- 6.контур управління взаємовідносинами з клієнтами;
- 7.адміністративний контур;
- 8.контур галузевих рішень;
- 9.контур системного адміністрування.

Контури логістики, фінансовий та управління персоналом об'єднують модулі за видами ресурсів, над якими здійснюється управлінська діяльність. У контури управління підприємством, виробничий, адміністративний та управління взаємовідносинами з клієнтами модулі включені відповідно до виду діяльності, що автоматизується.

Модулі специфічних галузевих рішень та системного адміністратора об'єднані відповідно в контури галузевих рішень і системного адміністрування.

Функціональний склад системи «Галактика» дає можливість, по-перше, ізольовано використовувати як окремі модулі, так і їхні довільні комбінації залежно від виробничо-економічної необхідності, а по-друге, для будь-якого підприємства визначити набір компонентів, що забезпечує вирішення завдань управління господарською діяльністю в трьох глобальних аспектах — за видами ресурсів, за рівнями управління (масштабами вирішуваних завдань), за видами управлінської діяльності (планування, облік і т. ін.).

Контур логістики призначений для забезпечення безперервності логістичного ланцюга управління, починаючи із закупівлі матеріальних цінностей і завершуючи випуском і реалізацією продукції та відходів виробництва. Він забезпечує деталізацію і виконання планів постачання, збуту, управління матеріальними потоками всередині підприємства і під час взаємодії з постачальниками й отримувачами продукції, товарів і послуг, контроль взаєморозрахунків з постачальниками й отримувачами.

Базовий варіант контуру логістики охоплює п'ять модулів: управління договорами, управління постачанням, управління збутом, складського обліку, розрахунків із постачальниками й покупцями.

Модуль управління договорами допомагає менеджерам усіх служб підприємства скоординувати свої дії та отримати доступ до оперативної інформації про стан будь-якого договору. Він може використовуватися для автоматизації договірної діяльності в багатьох галузях промисловості, транспорту, торгівлі тощо і реалізує такі основні задачі:

- 1.укладання договорів, пов'язаних передусім з постачанням і збутом; облік розрахунків за договорами, зокрема векселями й цінними паперами;
- 2.формування календарних планів руху товарів, послуг і платежів; розрахунок штрафних платежів за порушення умов і строків відвантаження товарів та оплати;
- 3.формування наряд-замовлень на відвантаження товарів на внутрішній і зовнішній ринки;
- 4.організація транспортування і формування платіжних документів. При цьому виконується розрахунок потреби в одиницях транспортних засобів, формуються рахунки на попередню оплату за товари (послуги) із транспортування. Можливе відвантаження товарів залізничним і автомобільним транспортом з формуванням супроводжувальних документів. При цьому визначаються пріоритети відвантажень, формуються розпорядження на відвантаження, рознарядки, накладні на відпуск;
- 5.формування звітності та проведення кінцевих розрахунків. На цьому етапі на підставі товаросупроводжувальних документів здійснюється облік виконання наряд-замовлень, формуються платіжні документи для оплати послуг за транспортування, контролюється дебіторська та кредиторська заборгованість, аналізується стан взаєморозрахунків. Для цього використовуються акти звірення взаєморозрахунків, в яких фіксуються обсяги відвантажених товарів і витрати на транспортування у вартісному виразі, суми платежів, суми наданих послуг, наявність заборгованості.

Гнучка система настроювань дає змогу отримати вичерпні звіти в різних аспектах, за будь-який період і з неоднаковими рівнями деталізації. Кожен користувач системи може створити свій набір настроювань звітів, які зберігаються в базі даних і доступні в будь-який момент часу.

У модулі управління постачанням здійснюються ведення картотеки пропозицій потенційних постачальників, відстежування тих заявок на придбання МЦ, які надходять від інших підрозділів, складання плану закупівлі відповідно до укладених договорів і довгострокових контрактів, вибір конкретного постачальника й оформлення замовлення на поставку, реєстрація документів, на підставі яких здійснюється закупівля (рахунки, договори, контракти, гарантійні листки), оформлення доручень на отримання МЦ і розподіл їх за складами, отримання різних звітів за контрольованими показниками (партіями, групами і т. ін.).

Модуль управління збутом надає можливість формувати документи і проводити розрахунки для оперативного контролю й управління відвантаженням товарів на всіх етапах виконання робіт.

Відпускні ціни формуються за допомогою прайс-листів. Система «Галактика» дозволяє створювати й підтримувати довільну кількість різних прайс-листів. Наприклад, можна мати окремі прайс-листи для великої дрібнооптової торгівлі, для окремих груп товарів і послуг тощо.

Надається можливість формувати прайс-листи як ручним способом, так і автоматично, розраховуючи ту ціну реалізації, що передбачається, додаванням до облікової або заводської ціни описаних користувачем торгових націнок (знижок) і податків. У разі надання послуг, вартість яких не є фіксованою, а залежить від відповідного набору параметрів і розраховується за заданими тарифами, використовується механізм розрахункових послуг.

Модуль управління збутом надає користувачеві такі можливості:

1. ведення обліку типу оподаткування під час оформлення документа;
2. формування документів у національній або в будь-якій із зареєстрованих у системі валют з наданням можливості коригування курсу валют безпосередньо в процесі формування документа;
3. автоматичне або ручне резервування МЦ по підприємству, складу, групі зберігання в процесі виписування документа і гнучке управління резервом;
4. гнучка зміна цін оперативним коригуванням прайс-листів;
5. динамічний контроль наявності товарів на складі під час виписування рахунка, а також можливість оформлення рахунків для товарів, яких немає в наявності (варіант попередньої оплати);
6. автоматичне формування накладних на підставі виписаного документа-основи, управління вибором складу, з якого мають відвантажуватися товари, контроль повторних спроб оформити накладну на відпуск за вже виконаним документом-осною;

1. ведення рахунків-фактур для обліку ПДВ;
2. зв'язок з електронними вагами й автоматичне перенесення результатів зважування в накладні на відвантаження;
3. облік повернення МЦ за рекламцією;
4. можливість виконувати автоматичне списання товару на складі під час оформлення накладної на його відпуск;
5. автоматичне формування видаткових складських ордерів за групою накладних;
6. відображення в модулі бухгалтерського обліку всіх операцій з реалізації матеріальних цінностей і послуг за допомогою механізму типових господарських операцій тощо.

На основі інформації, зафіксованої в БД модуля управління збутом, складаються стандартні звіти для функції збуту. Це звіти про нереалізовані товари й послуги за номенклатурою, групами, партіями, зовнішньою класифікацією, отримувачами тощо; аналітичні звіти з реалізації; звіти про оплату відвантаженої продукції, про виконання груп ДО; звіти про заборгованість контрагентів з тари, що повертається, реєстри документів-основ і супроводжувальних документів; звіти про невідповідності в документах на продаж.

З огляду на те, що операції з консигнаційними товарами мають свої особливості, функції обліку прийняття і передачі товарів на реалізацію з регламентним відстроченням платежу винесено в окремий модуль — консигнація.

Так у вітчизняній КІС «Галактика» завершується розроблення програмних засобів з логістики. З'являються нові публікації, в яких розглядаються особливості логістичних завдань, реалізованих у тому чи іншому програмному продукті, способи ефективного використання цих продуктів в умовах України.

Логістика як нова й всеохопна теорія підприємницької діяльності потребувала формування відповідного загального визначення поняття «логістика». Історично так склалося, що логістика спочатку була широко задіяна у військовій галузі для матеріально-технічного забезпечення воюючих сторін, гарантій їхньої боротьби та готовності до дій. Про це свідчать і відповідні матеріали про використання логістики у військовій науці. Так, військовий теоретик генерал-лейтенант А. А. Жоміні в 1830 р. у своєму «Трактат, про мистецтво воєн» визначає логістику як третю гілку військової науки поряд зі стратегією і тактикою [3].

Так, Американська рада з управління логістикою вважає, що логістика — це процес планування, реалізації та управління ефективним економічним рухом і зберіганням виробничих ресурсів, незавершеного виробництва, готової продукції та пов'язаної з цим інформації з пункту походження в пункт споживання з метою забезпечення вимог споживання.

Разом з тим результати досліджень останніх років у галузі логістики та їх практичне використання потребують інтеграції в цьому понятті все новіших сфер і видів діяльності як усередині фірми, так і поза нею, таких як науково-дослідна робота, конструкторська й технологічна підготовка виробництва, утилізація відходів тощо. Ураховуючи, що логістична система — це складна адаптивна система зі зворотними зв'язками, які виконують ті чи інші логістичні

функції та операції, вона повинна мати досить розвинені зв'язки із зовнішнім середовищем і об'єднувати різні за функціональним призначенням підсистеми. Як логістичну систему можна розглядати промислове й торгівельне підприємство, корпорацію, концерн, галузь економіки, інфраструктуру економіки окремої країни чи групи країн тощо.

Специфічна особливість таких систем у тому, що вони мають складну інформаційну структуру, яка здатна до адаптації в зовнішньому середовищі та самоорганізації для реалізації поставлених цілей.

Схему інформаційних потоків контура логістики наведено на рис. 1.

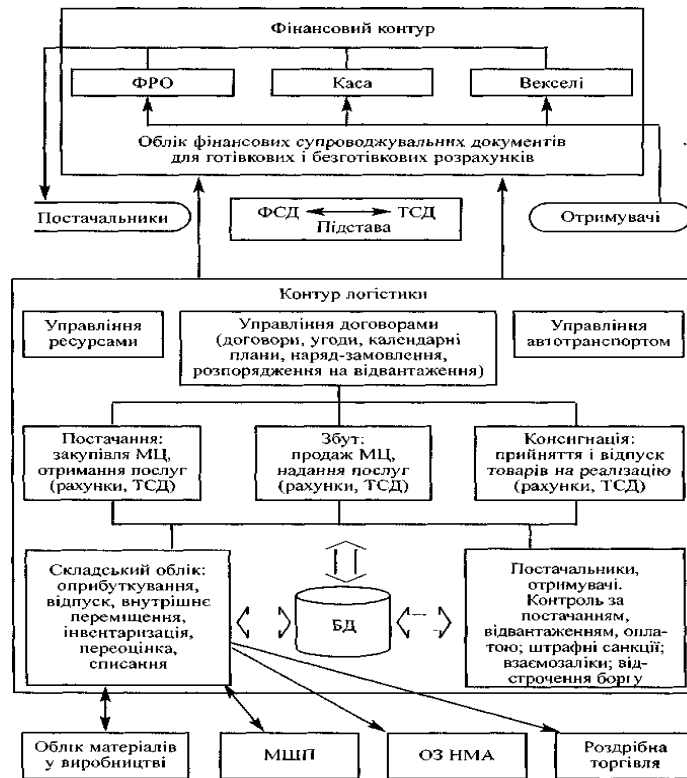


Рис. 1. Схема інформаційних потоків контура логістики

Процес входження в Європейський Союз надає Україні великі можливості, рівно ж як і покладає на неї велику відповідальність. Це базується на тому, що сприяння побудові економіки знань є одним із ключових пріоритетів ЄС (Комюніке Лісабонського Саміту 2000 року визначає стратегічну мету ЄС: "побудова найбільш конкурентоспроможної і динамічної економіки знань у світі до 2010 року").

Розділ "Економічні зміни", що є складовою частиною Всесвітньої доповіді ЮНЕСКО з комунікацій у 1997 – 1998 роках, розглядає питання впливу інформаційного і комунікаційного розвитку людського суспільства на національні та загальносвітові економічні процеси. Розділ складається із п'яти основних підрозділів ("Економіка знань", "Економіка зростання", "Наслідки для рівня зайнятості", "Дистанційне керування робочими місцями", "Глобалізація економічної діяльності"), а також декількох довідкових статей ("Тріумф програмного забезпечення над апаратним", "Чого варті лідери", "Китайський стрибок", "Різні форми дистанційного керування робочими місцями", "Важлива статистика", "Індійські інновації", "Інтранет") і статистично-графічних матеріалів, що ілюструють ключові положення теми і дозволяють простежити розвиток процесів, які розглядаються.

Аналіз сучасних тенденцій формування економіки знань, дозволив українським вченим виділити такі ключові ознаки становлення в Україні постіндустріального суспільства:

1. Ринок неминуче дематеріалізується в міру подальшого розвитку інформаційного суспільства. Внаслідок цього виникають нові форми економічного обміну та види корпоративних організацій. Економіка частково позбавляється проблеми обмеженості ресурсів.

2. Цифрові технології і засоби архівації уможливили створення зразків інформації, яку можна розмножити до нескінченності. Таке поширення інформації перетворить інформаційну економіку на економіку загального достатку і добробуту.

3. Багатство як таке втрачає свій матеріальний субстрат. Головне багатство і стратегічний ресурс – інформація, ноу-хау.

4. Добробут країни визначається рівнем кваліфікації її робочої сили, а також можливостями адаптуватися і використовувати новітні технології.

5. Оптимальне використання ноу-хау – найголовніший фактор конкурентоспроможності країни. Між кількістю ноу-хау і рівнем економічного зростання країни існує тісний кореляційний зв'язок. Найбільш прибуткова стратегія – інвестиції у розвиток освіти, науки і професійного вишколу.

6. Додаткова вартість у сфері інформаційних технологій створюється не в поодиноких галузях розробки окремо програмного й апаратного забезпечення, а в таких галузях, які одночасно поєднують програмне й апаратне виробництво.

Потреби ринкової економіки у фахівців у сфері ІТ збільшуються. За прогнозами міжнародної статистики, до 2010 року частка зайнятих у секторі інформаційно-телекомунікаційних технологій розвинених країн складе не менш 50% від загального числа працюючих. Область інформаційних технологій (ІТ) і програмування є пріоритетною для розвитку українського високотехнологічного комплексу.

Діяльність керівників, спеціалістів, трудових колективів і організацій зараз усе більшою мірою починає залежати від їхнього інформування і здатності ефективно використовувати наявну інформацію.

Виникає та набуває актуального характеру проблема підготовки спеціалістів із поглибленим вивченням КІС та набуттям практичних навичок їх застосування у своїй професійній діяльності.

Сучасні навчальні заклади України повинні випускати економічних фахівців, що володіють крім професійних здатностей навичками та вміннями в області застосування КІС, пов'язаними із проробленням практично всіх етапів рішення конкретних завдань, починаючи з аналізу проблеми, постановки завдання та закінчуючи реалізацією і реінжинірингом готових систем. Однак знання, необхідні для підготовки такого роду фахівця, практично неможливо охопити в процесі навчання в повному обсязі, і як результат, студент одержує тільки базові поняття з областей, залучених у процес ухвалення рішення.

На сьогоднішній день у викладанні інформаційних технологій економічних дисциплін зложився певний розрив, який необхідно ліквідувати. Оскільки більша частина викладачів профільних дисциплін поки вкрай слабо володіє ІТ. Доцільно проводити інформатизацію курсового та дипломного проектування, де при розробці та вирішенні професійних завдань викладачам економічних дисциплін потрібно освоювати ІТ, поступово змінювати методики викладання дисциплін з використанням ІТ, нарощувати інформаційне забезпечення навчального процесу.

У результаті в міру освоєння ІТ викладачі зможуть розглядати свій предмет через призму інформаційних технологій, органічно зв'язуючи два предмети в єдине ціле, зберігаючи при цьому логіку засвоєння обох предметів. Це дозволить модернізувати навчальні програми, додати в них такі елементи як: постановка та рішення об'ємних і складних завдань, виконуваних колективно з використанням КІС (розподілений пошук інформації, перевірка, синхронізація, ухвалення рішення та т.ін.), введення багатетапних завдань, робота над якими допомагала б зрозуміти та випробувати на практиці реальні методи управління проектами.

Якість підготовки фахівців інформаційного управління буде визначатися сукупністю властивостей і характеристик, що визначають готовність до ефективної професійної діяльності, що включає в себе здатність до успішної адаптації в умовах неминучого впровадження та глобального поширення комунікативно-інформаційних технологій, володіння професійними вміннями та навичками, вміння використати отримані знання при вирішенні професійних завдань.

Література

- 1 Шевчук О.Б., Голобуцкий О.П. "E-Ukraine Інформаційне Суспільство: бути чи не бути. Київ 2001 ЗАТ "Атлант UMS", 2001.
2. Розділ 4 "Economic Change" Всесвітньої доповіді ЮНЕСКО з комунікації 1997 – 1998 рр.
3. www.isu.org.ua

Надійшла 13.04.2008 р.

УДК 005.53

О. О. ГАСИЛО

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

КОНТРОЛІНГ ЯК ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ

Сучасні умови господарювання підприємств України характеризуються мінливістю, а отже вимагають від керівників впровадження нових методик та технологій управління з метою прискорення адаптації системи управління до змін, що відбуваються в маркетинговому середовищі підприємства, що в свою чергу сприятиме підвищенню ефективності управління підприємством в цілому.

В теперішній час все більшого значення набуває впровадження контролінгу, як інноваційної технології управління, в діяльність підприємств з метою вирішення проблем адаптації системи управління підприємством до нестабільних умов господарювання; підвищення ефективності інформаційної підтримки прийняття управлінських рішень; підвищення координації діяльності різних підрозділів підприємств; створення на підприємстві ефективної комунікаційної системи; ефективності моніторингу діяльності підприємства як в цілому так і за окремими напрямками; формування підсистем планування, організації, контролю, що орієнтовані на задоволення потреб споживачів; забезпечення конкурентоспроможності підприємства;

ефективного використання потенціалу підприємства з метою забезпечення його успішного та тривалого функціонування на ринку.

Кожний керівник підприємства, що прийняв рішення про впровадження в систему управління підприємством технології контролінгу повинен чітко усвідомлювати сутність, значення, функції, завдання, принципи і цілі контролінгу для підприємства, тобто розробити концепцію контролінгу, яка б задовольняла потреби робітників і відповідала цілям цього підприємства.

Проблемами впровадження та реалізації функцій контролінгу займалися багато вітчизняних та закордонних вчених: О.А. Ананькіна, Н.Г. Данілочкіна [1], Ю.П. Аніскін, А.М. Павлова [2], А.М. Кармінський, Н.І. Оленев, А.Г. Примак, С.Г. Фалько [3], О.В. Оліфіров [4], С.Н. Петренко [5], Л.В. Попова, Р.Е. Ісакова, Т.А. Головіна [6], І.І. Цигилик [7]. Однак слід відзначити, що на сьогоднішній день теоретична база з питань сутності, функцій, інструментарію, методик та процесу контролінгу є досить обмеженою. Відсутній єдиний концептуальний підхід щодо визначення сутності контролінгу підприємств, його видів та до визначення основних його етапів.

Відсутність єдності визначень сутності контролінгу та відносна наукова новизна даного напрямку діяльності підприємства викликає певні труднощі у спеціалістів підприємств, а тому впровадження контролінгу стикається з колективним та індивідуальним протистоянням робітників підприємства, що не усвідомлюють переваг, яких може набути підприємство в цілому та окремі його працівники за допомогою використання інструментарію та методик стратегічного та тактичного контролінгу.

Метою статті є узагальнення теоретичних підходів щодо визначення сутності, видів та функцій контролінгу, визначення основних етапів контролінгу торговельних підприємств в умовах ринкової економіки.

Задля вирішення цієї проблеми було узагальнено наукові визначення терміну „контролінг” в залежності від змісту, що набуває контролінг в вітчизняній та закордонній літературі. Вивчення визначень терміну „контролінг” дає змогу зробити висновок, про те що різні вчені орієнтують концепцію контролінгу на різні потреби управління підприємством. Так можна виділити наступні орієнтації концепції контролінгу у різних вчених: на інформаційну підтримку прийняття управлінських рішень, на систему забезпечення довгострокового існування підприємства, на систему антикризового управління підприємством, на систему управління досягненням цілей (кількісних та якісних), на систему обліку підприємства, на вдосконалення системи управління.

Контролінг також не можливо визначити як нову концепцію управління підприємством, що породжена практикою сучасного менеджменту, тому що контролінг як наука та практична діяльність, розпочав свій розвиток ще в XV столітті в США [6, с.7].

Контролінг являється відносно новою наукою для України, тому що почав отримувати свій розвиток лише в 90-х роках XX століття, але окремі інструменти контролінгу вже використовувались на практиці.

Якщо розглядати контролінг як інформаційну підтримку прийняття управлінських рішень, то контролінг розглядається досить в вузькому значенні, не враховується координаційне значення контролінгу для підприємства, а також спрямованість контролінгу на вдосконалення системи управління підприємством не лише в відношенні інформаційної функції, але і таких функцій як облік, аналіз, контроль, регулювання, координація та інші.

Контролінг, на нашу думку, не є функціонально відокремленим напрямком діяльності підприємства, тому що інструментарій контролінгу залучено з різних функціональних напрямків діяльності підприємства (планування, організація, контроль, аналіз і т.і.) і не може бути відокремленим від них, тому що діє в взаємозв'язку з іншими напрямками діяльності підприємства і покликаний спростити координацію їх діяльності (реалізації).

Неповним є визначення контролінгу як системи, покликаної забезпечити управління витратами підприємства, отримання прибутку, та необхідний рівень ліквідності підприємства, оскільки це є кількісні цілі для підприємства, а контролінг покликаний сприяти досягненню не лише кількісних але і якісних цілей управління підприємства.

При визначенні сутності контролінгу доцільно виділяти три його аспекти: концептуальний, функціональний, інституціональний.

Якщо розглядати контролінг з точки зору *концептуального підходу*, то контролінг доцільно визначити як інтегровану комплексну інформаційно-функціональну систему, спрямовану на забезпечення досягнення цілей підприємства.

З точки зору *функціонального підходу* контролінг доцільно визначити як технологію управління досягненням цілей підприємства.

З точки зору *інституціонального підходу* контролінг виступає як інтегрована інформаційно-функціональна система, впровадження якої в систему управління підприємством забезпечує інформаційну підтримку управлінських рішень щодо ефективного управління підприємством.

Однією з головних специфічних особливостей контролінгу є те, що його впровадження в діяльність підприємств вимагає не лише перебудови структури управління підприємством, але і нового підходу до реалізації функцій управління в цілому, що набувають нового значення.

Так контролінг покликаний забезпечити спрямування оперативних фінансово-економічних розрахунків на підтримку та обґрунтування стратегічних рішень; сформувати систему інформаційної підтримки

управлінських рішень, що покликана забезпечити попередження критичних ситуацій на підприємстві; моніторинг методик планування, аналізу, контролю, інформаційного забезпечення процесу управління підприємством з метою підвищення ефективності їх використання та їх вдосконалення; координацію зусиль структурних підрозділів на досягнення загальних цілей підприємства; вдосконалення системи управління підприємством шляхом виявлення та ліквідації вузьких місць; цільову орієнтацію діяльності підприємства.

Для вирішення вище означених завдань контролінг передбачає реалізацію наступних функцій [1, с.7,10,11]: методичної, організаційної, інформаційної, планувальної, координаційної, контрольно - аналітичної, регулюючої.

Методична функція контролінгу передбачає озброєння традиційних функцій управління новими специфічними інструментами їх реалізації, що покликані підвищити їх ефективність.

Організаційна функція контролінгу передбачає розробку та реалізацію заходів щодо впровадження контролінгу в діяльність підприємства.

Інформаційна функція контролінгу покликана створити систему інформаційної підтримки управлінських рішень, призначену для вчасного виявлення можливостей та погроз, сильних та слабких сторін діяльності підприємства.

Планувальна функція призначена надати єдину методику та використання єдиних принципів планування діяльності підприємства, що забезпечує підвищення ефективності системи планування підприємства в цілому.

Координаційна функція (як вже відзначалось) забезпечує орієнтацію діяльності різних підрозділів підприємства на досягнення єдиних цілей підприємства.

Контрольно-аналітична функція покликана забезпечити вчасне виявлення відхилень від запланованих параметрів діяльності (як кількісних так і якісних) та прогнозування подальшого розвитку ситуації, з метою надання можливості подальшої розробки ефективних заходів регулювання діяльності підприємства (*регулююча функція*), що забезпечить досягнення запланованих результатів.

Запропонований набір функцій контролінгу може бути змінений в залежності від потреб та можливостей підприємства.

Так на обсяг функцій контролінгу, що реалізується на підприємстві впливає ряд факторів [3, с.13]: економічний стан підприємства; розуміння керівництвом або власниками організації важливості та корисності впровадження функцій контролінгу; розмір організації; рівень диверсифікації виробництва, номенклатури продукції, що випускається підприємством; рівень конкуренції на ринку; кваліфікація управлінського персоналу; кваліфікація робітників служби контролінгу.

На склад функцій контролінгу, також мають вплив об'єкти контролінгу, до яких відносяться господарські процеси, процеси управління підприємством, ресурси підприємства, якісні і кількісні показники результативності роботи підприємства.

Об'єкти контролінгу знаходяться в прямій залежності від видів контролінгу, що використовуються в практиці діяльності підприємства.

Більшість вчених, що займаються проблемами контролінгу виділяють стратегічний та оперативний контролінг. На нашу думку такий підхід до класифікації видів контролінгу є неповним, тому що враховує лише одну ознаку класифікації видів контролінгу – в залежності від цільової орієнтації. Так оперативний контролінг спрямований на досягнення короткострокових цілей підприємства, а стратегічний передбачає досягнення довгострокових (стратегічних цілей підприємства). Така класифікація, навіть за цією класифікаційною ознакою, на нашу думку є неповною, тому що не відображає спрямування діяльності підприємства на досягнення середньострокових цілей підприємства. Тому нами запропонована класифікація видів контролінгу за такими ознаками як: в залежності від цільової орієнтації (стратегічний, тактичний, оперативний контролінг), в залежності від напрямків контролінгу (інформаційний, організаційний, фінансовий, інвестиційний, маркетинговий, виробничий, інноваційний, ресурсний, технологічний), в залежності від показників результативності роботи (кількісний та якісний).

Однак слід відзначити, що розподіл контролінгу на стратегічний, тактичний, та оперативний являється властивим всім іншим видам контролінгу (і в залежності від показників результативності роботи і в залежності від напрямків), тому потребує детального вивчення.

Ціллю стратегічного контролінгу вважається забезпечення тривалої успішної діяльності підприємства, та моніторинг процесів, що спрямовані на досягнення стратегічних цілей підприємства.

Ціллю тактичного контролінгу є організація та вдосконалення системи управління досягненням поточних цілей підприємства (середньострокових).

Оперативний контролінг має за мету забезпечення оперативності та ефективності прийняття управлінських рішень, оптимізації витрат підприємства та максимізації прибутку.

Порівняльна характеристика даних видів контролінгу надана в табл. 1.

Необхідність впровадження контролінгу в діяльність підприємств України обумовлена певними чинниками.

Так Петренко С.Н виділяє наступні передумови необхідності впровадження контролінгу [5, с. 33]: законодавчі – формування пакету нормативних та законодавчих документів, що забезпечують економічну свободу в рамках податкового законодавства; теоретичні – трансформація вітчизняної обліково-аналітичної і

економічної школи; адаптація закордонного обліку до вітчизняної теорії і практики.

Таблиця 1

Характеристика стратегічного, тактичного та оперативного контролінгу

Ознаки	Стратегічний	Тактичний	Оперативний
Цільова орієнтація	Стратегічні цілі.	Тактичні цілі.	Оперативні цілі.
Рівні управління	Стратегічний.	Тактичний.	Оперативний.
Цілі	Антикризове управління підприємством та підтримка потенціалу підприємства.	Забезпечення ефективного використання потенціалу підприємства.	Забезпечення оптимізації витрат та максимізації прибутку.
Завдання	Забезпечення ефективності процесу постановки кількісних та якісних цілей підприємства; впровадження, організація, моніторинг контроль та вдосконалення системи контролінгу підприємства; відповідальність за стратегічне планування та контроль; розробка альтернативних стратегій; визначення основних контрольних показників в відповідності з стратегічними цілями; визначення сильних та слабких сторін діяльності підприємства; регулювання технологій здійснення контролінгу.	Створення системи негайного реагування; координація діяльності структурних підрозділів підприємства; бюджетування діяльності підприємства; аналіз економічної ефективності; пошук можливостей та небезпек підприємства з метою розробки заходів щодо управління ними; мотивація персоналу, зайнятого в області контролінгу; визначення контрольних показників у відповідності з поточними цілями підприємства; регулювання технологій здійснення контролінгу.	Забезпечення ефективності використання системи негайного реагування; оцінка ефективності обліку витрат на підприємстві та контроль за дотриманням бюджетів; моніторинг маркетингового середовища; порівняння нормативів витрат з фактичними їх значеннями з метою визначення відхилень та подальшого розвитку ситуації; розробка заходів щодо ліквідації відхилень від плану; регулювання технологій здійснення контролінгу.
Інструментарій	Крива досвіду; аналіз конкуренції; портфельний аналіз; аналіз потенціалу; крива життєвого циклу товару, аналіз сильних та слабких сторін діяльності підприємства; аналіз стратегічних розривів, розробка сценаріїв, аналіз чутливості, аналіз систем рішень, функціонально-вартісний аналіз.	Оптимізація обсягів замовлень при закупівлі; аналіз величин в точці безбитковості; метод розрахунку сум покриття; аналіз вузьких місць; методи розрахунку інвестицій; комісійна винагорода на базі сум покриття; аналіз області збуту; XYZ-аналіз, функціонально-вартісний аналіз.	АВС-аналіз; аналіз обсягу замовлень; метод розрахунку сум покриття; розрахунок результату на короткостроковий період; оптимізація розмірів замовлень; комісійна винагорода на базі сум покриття; кружки якості, аналіз знижок; функціонально-вартісний аналіз.
Орієнтація	Орієнтований на технологію здійснення та результат.	В основному спрямований на технологію здійснення.	Орієнтований на результат.

Ці групи передумов організації і впровадження контролінгу слід доповнити ще однією групою – практичні передумови. До практичних передумов організації контролінгу можна віднести необхідність впровадження якісно нових технологій управління підприємством з метою адаптації системи управління підприємством до мінливих умов господарювання; підвищення конкуренції на ринку України, та необхідність системи, що забезпечить своєчасність отримання конкурентних переваг підприємства та їх ефективного використання; достатній рівень ресурсного забезпечення більшості підприємств України; підвищення рівня кваліфікації робітників; поява керівників з „новим” мисленням; орієнтація діяльності підприємств на маркетинг.

До переваг, що надає контролінг слід віднести підвищення прибутковості та гнучкості підприємства, підвищення адаптивності підприємства до мінливості маркетингового середовища, мотивація робітників підприємства, спрощення процесу ефективного управління підприємством, підвищення інформованості керівного складу підприємства про наявні сильні сторони та можливості, слабкі сторони та небезпеки підприємства, забезпечення конкурентних переваг підприємства (в основному за рахунок підвищення оперативності ефективних управлінських рішень).

Одним з найважливіших етапів формування концепції контролінгу на підприємстві виступає процес контролінгу (рис. 1).

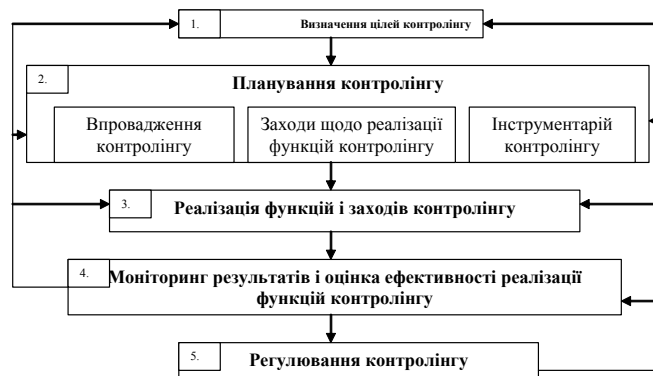


Рис. 1. Схема процесу контролінгу діяльності підприємства

Першим етапом процесу контролінгу є визначення його цілей, як якісних, так і кількісних та визначення їх ієрархії. На другому етапі контролінгу відбувається детальне планування заходів впровадження контролінгу, витрат та відповідальних осіб, строків, заходів щодо реалізації функцій контролінгу, його інструментарію, порядку здійснення контролю за реалізацією контролінгу підприємства та перелік основних підконтрольних показників, що в подальшому надасть змогу оцінки ефективності впровадження контролінгу та реалізації його окремих функцій. Реалізація заходів контролінгу передбачає організацію контролінгу, надання інформаційної підтримки управління діяльністю підприємства на основі використання методик та інструментів контролінгу, координацію управління підприємством. Моніторинг контролінгу передбачає відстеження процесів контролінгу в режимі реального часу, порівняння запланованих результатів з фактично досягнутими, визначення відхилень та факторів, що їх обумовили. Регулювання контролінгу передбачає розробку шляхів усунення недоліків, що виявлені в процесі моніторингу контролінгу, та розробку заходів щодо вдосконалення процесу контролінгу та підвищення його ефективності.

Висновки. В сучасних умовах мінливого маркетингового середовища, що обумовлюється впливом багатьох факторів, підприємства потребують нових технологій управління, що покликані забезпечити гнучкість та адаптивність системи управління підприємства, а також підвищення ефективності реалізації функцій управління. Технологією управління, що покликана вирішити ці задачі є контролінг.

Контролінг доцільно розглядати в трьох аспектах: концептуальному, функціональному, інституціональному.

Здійснення контролінгу в підприємствах передбачає реалізацію наступних функцій: методичної, організаційної, інформаційної, планувальної, координаційної, контрольної - аналітичної, регулюючої.

Об'єктами контролінгу є: господарські процеси, процеси управління підприємством, ресурси підприємства, якісні та кількісні показники результативності роботи підприємства.

Класифікацію видів контролінгу доцільно здійснювати за наступними ознаками: в залежності від цільової орієнтації, в залежності від показників результативності роботи, в залежності від напрямків.

Необхідність впровадження контролінгу в діяльність підприємств України обумовлена наступними передумовами: законодавчими, теоретичними та практичними.

Процес контролінгу діяльності підприємства містить у собі п'ять етапів: визначення цілей, планування, реалізацію функцій і заходів, моніторинг результатів та оцінку ефективності реалізації функцій контролінгу, регулювання контролінгу.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямку є розробка системи контролінгу діяльності підприємства та розробка рекомендацій щодо її впровадження в систему управління підприємством.

Література

1. Ананькина Е.А. Контроллинг как инструмент управления предприятием/ Под. ред. Н.Г. Данилочкиной. - М.: Аудит, ЮНИТИ, 1998.-279с.
2. Анискин Ю.П. Планирование и контроллинг: Учеб./ Ю.П. Анискин, А.М. Павлова – М.: Омега–Л, 2003. – 280с.
3. Карминский А.М. Контроллинг в бизнесе. Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях/ А.М. Карминский, Н.И. Оленев, А.Г. Примак, С.Г. Фалько.- М.: Финансы и статистика, 1998.-256с.: ил
4. Оліфіров О.В. Контролінг інформаційної системи підприємства. Монограф. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2003. – 325с.
5. Петренко С.Н. Контроллинг: Учеб. пособ. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2004. – 328с.
6. Попова Л.В. Контроллинг: Учеб. пособ./ Л.В. Попова, Р.Е. Исакова, Т.А. Головина - М.: Дело и Сервис, 2003.-192с.
7. Цигилик І.І. Контролінг: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 76с.

Надійшла 13.04.2008 р.

УДК 658.012.4

В. В. ЧЕРНЕГА

Київський національний університет технологій та дизайну

РИНКОВІ МОЖЛИВОСТІ — ПАРАДОКС ЧИ НЕОБХІДНІСТЬ

Україна належить до числа країн з високим науковим потенціалом. Наукові школи України відомі унікальними досягненнями в сферах розробки нових матеріалів, дослідженнями в галузі фізики низьких температур, електрозварювання, інформатики і багатьох інших. Пріоритетом для діяльності органів державної влади сьогодні має стати створення умов, що забезпечують не тільки збільшення цього потенціалу, а насамперед його максимальну реалізацію в інтересах суспільства. Для цього держава зобов'язана стати безпосереднім провідником інноваційного розвитку, замовником і організатором досліджень і розробок на

найсучасніших напрямках науково-технічного розвитку.

Дослідження що відбуваються в напрямку інноваційного розвитку підприємств і країни мало уваги приділяють питанням ринкових можливостей цих підприємств. Так в роботах Богині Д., Бордюк А. визначається необхідність інвестиційної підтримки при технологічних перетвореннях та структурних перебудовах. Але необхідність концентрації зусиль вітчизняних підприємств на освоєнні нових виробів і послуг (новацій) пояснюється реально існуючим спадом виробництва традиційних товарів, а не тільки нестачею інноваційних ресурсів чи нестабільністю інвестиційного клімату країни. При цьому багато видів продукції не користуються попитом як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, в основному з власної не конкурентоспроможності.

Невирішені раніше складові публікації полягають втому, що відсутня достатня увага питанням кількісного оцінювання ринкових можливостей підприємств та їх взаємозв'язок з інноваційними можливостями.

У цих умовах практично єдиним прийнятним виходом є орієнтація підприємств на випуск нової продукції і пошук необхідних для цього інвестицій, що підтверджується багатьма спеціалістами [1, 2, 3]. Наголошується, що підприємства для подолання кризи повинні використовувати такі механізми: відмовитися від випуску неконкурентоспроможної продукції, яка практично не реалізується; провадити активний пошук нових споживачів, ніш ринку, нових посередників; активізувати зусилля з просування товарів на ринок. Також відзначається, що машинобудівні підприємства свій розвиток можуть забезпечити шляхом зміни своєї спеціалізації і адаптації до нових економічних умов, організації сервісного обслуговування, ремонту і модернізації продукції, орієнтації виробництва на задоволення запитів споживачів, виявлених у результаті маркетингових досліджень.

Однак аналіз потреб і запитів споживачів не єдине і далеко не найголовніше на сучасному етапі розвитку економіки України джерело ідей інновацій. Зокрема, О. Устенко [4] джерелами ідей нових продуктів вважає аналіз потреб і запитів споживачів (11,5% від їх загальної кількості), розробки науково-технічних працівників самих підприємств і залучених зі сторони (76,5%), аналіз діяльності конкурентів (8,0%), пропозиції торгових і збутових посередників (1,0%), консультаційних фірми (0,5%), працівників підприємства (2,5%). Аналіз цих даних показує, що переважну більшість інноваційних ідей формують працівники підприємства, спираючись на власні уявлення щодо того, якими мають бути нові товари, технології, і т. д. Можна дійти висновку, що це є однією із причин провалу багатьох інновацій, оскільки при їх розробці потреби і запити споживачів не аналізувалися, а якщо враховувалися, то лише крізь призму уявлень розробників.

Інноватори-лідери хоча і функціонують в умовах підвищеного ризику, але при успішній реалізації нового продукту формують запас «економічної стійкості», який набуває вигляд портфеля розробок нової конкурентоспроможної продукції і характеризується більш низькими, порівняно з середніми питомими, витратами виробництва, їхні послідовники ризикують менше, але умови конкуренції для них більш складні, відповідно гіршими є і економічні показники.

Нова продукція доповнює товарний асортимент підприємства і надає йому можливість конкурувати з продукцією інших товаровиробників, пропонуючи споживачам більше, ніж конкуренти, як з погляду різноманітності товарів, так і з погляду способів і умов їх реалізації, а також після продажного і передпродажного сервісу. Слід зважати на ті обставини, що підприємство, яке здійснює технологічні і технічні зміни чи розвиває ринки, не буде захоплене знезацька, якщо існуючий товар застаріє і з'являться нові. Якщо підприємство має більш-менш широкий асортимент виробів, кожен з яких знаходиться на різній стадії життєвого циклу, і оновлення продукції відбувається постійно, то практично завжди будуть забезпечені завантаження виробничих потужностей і стабільність прибутку.

Виробництво різноманітних за призначенням і сферами використання товарів дозволяє при зміні структури споживацького попиту отримувати стабільний прибуток почергово за рахунок різних товарів (ефект диверсифікації).

Природно, що при пошуку (розробці) нової продукції, на випуск якої слід орієнтувати підприємство, у першу чергу, потрібно звернути увагу на товари, на які є попит чи очікується його зростання в найближчому майбутньому. При цьому до уваги береться попит, підкріплений купівельною спроможністю фактичних чи потенційних споживачів, причому не одиничних, а в кількості, яка забезпечує прибуткову роботу підприємства-виробника.

У той же час достатньо великою є ймовірність того, що на існуючий дефіцит певних товарів звернуть увагу і інші виробники, відповідно, доведеться вступати у конкурентну боротьбу з кількома конкурентами, результат якої важко спрогнозувати.

У цих умовах доцільна орієнтація на нові товари, аналогів яким немає, або на товари, що задовольняють існуючі потреби, але відмінним від традиційних способом. Пошук ідей для розробки таких товарів має досить специфічний характер: необхідно прогнозувати можливі напрямки розвитку НТП, технологічні і технічні прориви, соціальні, демографічні і екологічні зміни, аналізувати нові запити споживачів, прогнозувати їх можливі зміни і виявляти причини цих змін. На підставі цього слід прогнозувати можливий попит у майбутньому, у тому числі потенційні чи приховані потреби.

Пошук, оцінка і вибір варіантів інноваційного розвитку ринкових можливостей є одними із основних завдань, що підлягають вирішенню в процесі досягнення цілей тривалого виживання і стійкого розвитку

суб'єктів господарювання відповідно до обраної місії.

Оцінку варіантів розвитку ринкових можливостей традиційно здійснюють за методом SOWT-аналізу, зіставляючи ринкові можливості і загрози (зовнішнє середовище) із сильними і слабкими сторонами діяльності конкретного суб'єкта господарювання (внутрішнє середовище). Принципова схема оцінки показана в табл. 1 [5].

Таблиця 1

Схема аналізу варіантів розвитку ринкових можливостей

1. Ринкові можливості + сильні сторони підприємства	2. Ринкові загрози + сильні сторони підприємства
3. Ринкові можливості + слабкі сторони підприємства	4. Ринкові загрози + слабкі сторони підприємства

Як випливає зі схеми, існують чотири принципово різні зони: ринкові можливості в поєднанні із сильними сторонами діяльності підприємства; ринкові можливості в поєднанні зі слабкими сторонами діяльності підприємства; ринкові загрози в поєднанні із сильними сторонами діяльності підприємства; ринкові загрози в поєднанні зі слабкими сторонами діяльності підприємства. Останнє поле (4) з розгляду звичайно виключають. Природно, кращим є поле 1, однак поля 2 і 3 варто брати до уваги (деякі фахівці стверджують, що їх варто брати до уваги при вичерпанні потенціалу поля 1 і достатності відповідних ресурсів). Аналізуючи SOWT -матрицю, визначають, який із чотирьох напрямків розвитку ринкових можливостей доцільно розвивати: глибоке проникнення на ринок, розширення меж ринку, розробка нових товарів, диверсифікація.

Однак можливі різні варіанти розвитку ринкових можливостей, які істотно різняться за ступенем радикалізації внесених змін у діяльність господарюючого суб'єкта, особливостями реалізації, потребами в ресурсному забезпеченні і т. п., чого існуючі підходи (у всіх можливих варіаціях) не враховують.

Крім того, кількісна оцінка варіантів пов'язана з низкою проблем. Вплив характеристик середовища господарювання, особливо зовнішнього, носить імовірнісний характер, і практично ніколи не можна бути впевненим у тому, що наявність певної комбінації характеристик свідчить з повною визначеністю про успіх реалізації конкретного варіанта інноваційного розвитку ринкових можливостей конкретним суб'єктом господарської діяльності. Дія багатьох чинників має суперечливий характер. Також врахувати все різноманіття чинників зовнішнього і внутрішнього середовища господарювання не видається можливим. Тому доводиться виконувати оцінку в умовах неповної, неточної і суперечливої інформації, що істотно ускладнює використання традиційних підходів, у своїй більшості різних варіацій SOWT -аналізу.

Значення коефіцієнтів упевненості слід визначати на підставі наявних статистичних даних про минулі періоди господарювання - якщо їх умови порівнянні, чи методом експертних оцінок - у протилежному випадку, а також при відсутності досвіду роботи.

Комбінування оцінок ступеня впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища на можливість реалізації конкретного варіанта розвитку ринкових можливостей варто виконувати за такими правилами:

$$K_0 = K_1 + K_2 * (1 * K_1), \text{ якщо } K_1 > 0 \text{ і } K_2 > 0;$$

$$K_0 = -(|K_1| + |K_2| * (1 - |K_1|)), \text{ якщо } K_1 < 0 \text{ і } K_2 < 0$$

$$K_0 = 1 - \min\left(\frac{|K_1 + K_2|}{|K_1|}, |K_2|\right), \text{ якщо } K_1 \text{ і } K_2 \text{ мають різні знаки.}$$

Отриманий результат (сумарний чи підсумковий коефіцієнт упевненості K_0) характеризує ступінь впевненості в успішній (чи неуспішній) реалізації конкретного варіанта розвитку ринкових можливостей за даної комбінації характеристик зовнішнього і внутрішнього середовища господарювання.

Проведемо аналіз ринку можливостей магазину "Оболонь".

Серед ринкових можливостей, які сприяють розвитку магазину, відзначені:

- наявність широкого кола споживачів, існують тенденції до збільшення їх кількості;

- високі ціни на продукцію конкурентів;

- можливість продажу інших товарів (премікси, фірмові холодильники канцелярська продукція, одяг

"Оболонь" з логотипами).

Основні небезпеки, що виходять із зовнішнього середовища: нестабільність умов господарювання; низька платоспроможність основних споживачів; можливість активізації дій основних конкурентів.

Діяльність магазину "Оболонь" щодо продажу пивної продукції, а також іншої продукції має сильні і слабкі сторони.

Сильні сторони, які можна віднести в актив підприємства:

- висока репутація підприємства серед споживачів. Високу репутацію у споживачів можна використовувати при виході на нові ринки збуту, оскільки це буде сприяти реалізації навіть нової для споживачів продукції;

- енергійне керівництво, що не зупиняється на досягнутому;

- висока кваліфікація фахівців і робітників, що сприяє продажу високоякісних товарів з мінімальними витратами;

- наявність резервів виробничих потужностей і площ;

До слабких сторін магазину “Оболонь” варто віднести:

- мала площа магазину, що ускладнює реалізацію;
- поступове старіння транспортних засобів;
- недооцінка стимулювання збуту. Обсяг коштів, які витрачаються на рекламу, пропаганду, виставки.

Висновки. На підставі викладеного вище та беручи до уваги формальний перелік варіантів розвитку ринкових можливостей, варто виділити такі варіанти, прийнятні для реалізації :

- інтенсифікація зусиль по стимулюванню збуту (реклама, участь у виставках, надання знижок і пільг, наприклад, залежно від обсягу партії закупівлі, виду і терміну оплати, використання торгових агентів для реалізації продукції та ін.);

- кредитування споживачів (поширити позитивний досвід продажу преміксів та холодильників у кредит споживачам);

- продаж супутніх товарів;

- вихід на інші регіони України, для чого необхідно організувати рекламу продукції в цих регіонах, а також у загальнодержавних засобах масової інформації;

- у перспективі – придбання нового транспорту, розширення штату працівників, розширення асортименту фірмової рекламної продукції з метою збільшення обсягів продажу продукції.

Оцінимо варіанти розвитку і виберемо найбільш прийнятні, тобто ті, ступінь упевненості в реалізації яких досить висока. Для цього характеристики зовнішнього середовища господарювання і характеристики підприємства, що відносяться до розглянутих варіантів розвитку оцінимо кількісно і визначимо їхні інтегральні оцінки за варіантами. Порівнявши інтегральні оцінки, виберемо варіанти розвитку, найбільш прийнятні з погляду зовнішніх умов і можливостей підприємства.

Існують такі варіанти розвитку ринкових можливостей: Глибоке проникнення на ринок; Розширення меж ринку; Розробка і реалізація нових товарів; Диверсифікація виробництва і збуту.

Експертним методом отримані такі оцінки факторів впливу.

Глибоке проникнення на ринок.

Наявність широкого кола споживачів, тенденції до росту їх кількості з коефіцієнтом упевненості $K_1 = +0,63$ сприяють реалізації варіанту розвитку ринкових можливостей "розширення меж ринку за рахунок виходу на інші регіони", а недостатня поінформованість споживачів у регіонах про продукцію магазину “Оболонь” - з коефіцієнтом упевненості $K_2 = +0,4$.

У той же час мала площа магазину, від якої залежать темпи реалізації продукції, з коефіцієнтом упевненості $K_3 = -0,5$ приведе до провалу даного варіанта розвитку, а недооцінка на підприємстві стимулювання збуту - з

$$K_4 = -0,35.$$

Проводимо розрахунок підсумкового (інтегрального) коефіцієнта по формулам:

$$K = K_1 + K_2 * (1 - K_1) = 0,63 + 0,4 * (1 - 0,63) = +0,78.$$

$$K = K_3 + K_4 * (1 - K_3) = - (0,5 + 0,35 * (1 - 0,5)) = -0,675.$$

$$K = (0,78 - 0,675) / (1 - 0,78) = 0,48.$$

При умові коли $K = 0,48$, це свідчить про певні, хоча і незначні, можливості реалізації розглянутого варіанту розвитку.

1. Розширення меж ринку.

Незадоволена потреба в продукції по регіонах $K_1 = +0,8$, наявність ділянок ринку, залишених поза увагою конкурентів $K_2 = +0,57$, протекціоністські заходи щодо продажу (наявність митних та інших бар'єрів) $K_3 = -0,67$, наявність специфічних особливостей і місцевих традицій на нових ринках $K_4 = -0,52$.

$$K = K_1 + K_2 * (1 - K_1) = 0,8 + 0,57 * (1 - 0,8) = +0,91$$

$$K = K_3 + K_4 * (1 - K_3) = - (0,67 + 0,52 * (1 - 0,67)) = -0,84$$

$$K = (0,91 - 0,84) / (1 - 0,91) = +0,78$$

При умові коли $K = 0,78$, це свідчить про те, що на ринку склалися всі умови для реалізації товару.

2. Розробка і реалізація нових товарів.

Політика держави, спрямована на підвищення якості життя, високі стандарти якості життя в регіонах збуту $K_1 = +0,39$, існуючи в споживачів потреби щодо зміни характеристик товарів $K_2 = +0,16$, існування загрози умов виробничо-збутової діяльності $K_3 = -0,26$, зміни смаків і уподобань споживачів $K_4 = -0,11$.

$$K = K_1 + K_2 * (1 - K_1) = 0,39 + 0,16 * (1 - 0,39) = +0,45$$

$$K = K_3 + K_4 * (1 - K_3) = - (0,26 + 0,11 * (1 - 0,26)) = -0,34$$

$$K = (0,45 - 0,34) / (1 - 0,45) = +0,20$$

При умові коли $K = 0,20$, це свідчить про невизначену ситуацію на ринку.

3. Диверсифікація виробництва і збуту.

Наявність споживачів з різко окресленими специфічними потребами і запитами $K_1 = +0,57$, економічний підйом, стимулююча інноваційна політика держави $K_2 = +0,34$, консерватизм споживачів, несприйняття ними нових товарів $K_3 = -0,44$, наявність бар'єрів для входження на ринок (потреби у значному стартовому капіталі та інше.) $K_4 = -0,29$.

$$K = K_1 + K_2 * (1 - K_1) = 0,59 + 0,34 * (1 - 0,59) = +0,72$$

$$K = K_3 + K_4 * (1 - K_3) = - (0,44 + 0,29 * (1 - 0,44)) = -0,60$$

$$K = (0,72 - 0,60) / (1 - 0,73) = +0,44$$

При умові коли $K=0,44$, можлива реалізація товарів але незначна.

З нашого розрахунку можна зробити висновок, що наш магазин відноситься до варіанту розширення меж ринку яке має такі *ринкові можливості*: існуюча на окремих сегментах ринку чи інших ринках незадоволена потреба в продукції, аналогічній продукції підприємства, що аналізується; економічний підйом у розглянутих регіонах; наявність ділянок ринку, залишених поза увагою конкурентів, недостатньо активна робота конкурентів на них; наявність каналів збуту для виходу на інші ринки; можливості багатопільового використання виробленої продукції.

Ринкові загрози: протекціоністські заходи щодо місцевих виробників (наприклад, наявність митних та інших бар'єрів); відсутність каналів збуту для виходу на інші регіони чи сегменти ринку; наявність специфічних особливостей і місцевих традицій на нових ринках; наявність товарів-замінників, що є основною продукцією конкурентів (при спробі розширити діапазон застосування продукції досліджуваного підприємства); несприйняття споживачами товарів у нетрадиційних галузях їх використання; нестабільність політичного, економічного, соціального чи іншого середовища нових ринках.

Література

1. Богиня Д., Волмнський Г. Структурная перестройка экономики и проблемы инвестиций // Экономика Украины. - 2001. - №12. - С. 41-50.
2. Бодюк А. Інновації технологічних перетворень. - К.: Наукова думка, 2005. - 127 с.
3. Бондарь О. Проблемы развития инновационной деятельности // Бизнес Информ. - 2006. - № 9. - С. 32-35.
4. Устенко О. Інноваційне підприємництво в Україні: стан та перспективи розвитку // Економіка. Фінанси. Право. - 2002. - № 6. - С. 11-14.
5. Ілляшенко С.М., Прокопенко О.В. Формування ринку екологічних інновацій: економічні основи управління: Монографія / За ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. - Суми: ВТД «Університетська книга», 2002. - 250с.

Надійшла 23.04.2008 р.

УДК 331.101.262

І. П. МОЙСЕЄНКО

Львівський інститут Міжрегіональної академії управління персоналом

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний етап розвитку економіки характеризується тим, що рушійною силою стають цінності, створювані знаннями, а продукція є насиченою знаннями на значно вищому рівні, ніж цього вимагають її функціональні характеристики або споживчі якості. Такі умови вносять зміни у співвідношення складових інноваційного потенціалу підприємства, і значення інтелектуальної складової зростає, а інновації пропонуються розглядати не тільки щодо виготовлення продукції, але й до управління підприємством на основі управління знаннями.

Інновації в організаціях – “це спроба здійснити змістовні, цілеспрямовані зміни в економічному чи суспільному потенціалі підприємства, це вдале використання ідей і створення нових можливостей. Як свідчить світовий досвід підприємництва, інновації потребують знань, творчого мислення, винахідливості та цілеспрямованості” [1, с. 30].

Як основні критерії визначення інновацій виділяють такі:

- рівень новизни (глобальні, локальні) чи ступінь радикальності (радикальні, поліпшуючі);
- сфера використання чи предмет інноваційності;
- масштабність чи ступінь впливу на ефективність інноваційних процесів;
- характер використання та призначення (наукові, проектні, виробничі, збутові, технологічні);
- місце та роль у відтворювальному процесі (сервісні, управлінські);
- рівень управління (державний, регіональний, галузевий, корпоративний);
- характер суспільних цілей (прибутковість, соціальні цілі);
- характер інновацій: товарно-продуктові, технолого-технічні, організаційно-управлінські інновації.

Нова структура принципів організації виробництва, нові форми організації належать до організаційно-управлінських інновацій. Управлінські інновації виділяють як особливий вид організаційних. Під ними розуміють “цілеспрямовану зміну технології управління, орієнтовану на заміну діючого механізму управління або його елементів з метою прискорення, полегшення чи виконання поставлених завдань” [2, с. 58].

Існує кілька підходів до розуміння інноваційно-інтелектуального потенціалу у концепції інноваційного розвитку підприємства [3,4,5,6]. Інтелектуальний капітал підприємства та його потенціал відносять до

інноваційної інфраструктури впровадження різного типу інновацій. Таким чином, дослідження взаємозв'язку і взаємозалежності інтелектуального потенціалу та інновацій, визначення їх значення для розвитку інноваційного потенціалу підприємства набувають особливої актуальності як в теоретичному, так і в практичному плані.

У сучасних умовах господарювання інноваційну діяльність підприємства можна аналізувати та моніторити за двома групами показників: показниками оцінки ефективності інноваційних процесів на підприємстві і показниками оцінки інноваційної інфраструктури. При цьому можуть розраховуватись такі показники:

1. тривалість розробки, освоєння і виведення на ринок нової продукції;
2. тривалість досягнення точки безбитковості для нового виробу;
3. коефіцієнт оновлення технологій (частка технологічних процесів, які відповідають рівневі світового НТП);
4. частка морально застарілого обладнання;
5. коефіцієнт наукомісткості виробництва (або технологічної місткості) – це співвідношення обсягу витрат на інноваційну діяльність до загальної вартості витрат виробництва;
6. кількість патентів у відношенні до суми витрат на НДДКР та ін.

Такий комплекс показників дає змогу оцінити продуктивні та техніко-технологічні інновації, рівень наукової забезпеченості виробництва, ефективність досліджень і розробок на підприємстві тощо.

Інноваційна інфраструктура – це підсистема, що забезпечує можливість здійснення інноваційного процесу. Параметри вимірювання інноваційної інфраструктури включають:

1. рівень розвитку інформаційних технологій на підприємстві;
2. рівень кваліфікації персоналу;
3. соціально-психологічний клімат у колективі;
4. рівень мотивації персоналу до інноваційної діяльності;
5. рівень організаційного навчання та саморегуляції та ін.

Таким чином, інноваційна інфраструктура відображає стан знань та рівень використання людських, ринкових, структурних активів та інтелектуальної власності при впровадженні інновацій.

Організація інноваційного управління передбачає:

- визначення концепції постійних нововведень та ознайомлення з нею персоналу;
- розробку моделей підвищення ефективності управлінських рішень за участю всіх рівнів управління

[7];

- моніторинг внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства [8];
- розробку науково-обґрунтованих стратегій та цілей інноваційного розвитку підприємства (див. рис.2);
- забезпечення високої якості комунікацій та організацію творчого інноваційного менеджменту персоналу [9].

Моніторинг напрямків розвитку інноваційного потенціалу здійснюється у таких напрямках: відповідно до стратегічної спрямованості, залежно від сфери впровадження, з маркетингових позицій та термінів реалізації.

При цьому розрізняють управлінські інновації, що впливають на процес управління та такі, що відносяться до процесу виробництва та реалізації. На рис.1 представлено класифікацію управлінських інновацій.

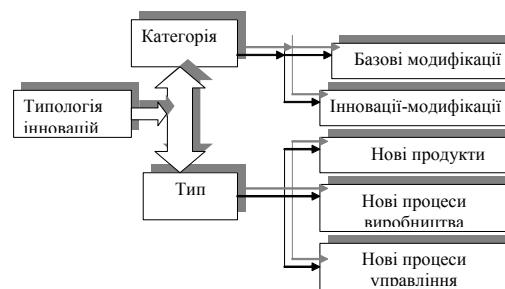


Рис. 1. Класифікація управлінських інновацій

Зовнішній прояв управлінських компетенцій відображено у функціях стратегічного та фінансового аспектів менеджменту, організаційної структури, процесах прийняття рішень та контролю та ін.

Управлінські компетенції формуються на таких рівнях: індивідуальному, командному, організаційному. Ключова управлінська компетенція розглядається як взаємопов'язаний набір навичок, здібностей та технологій, який утворює унікальність компанії у певній галузі або сфері, та може застосовуватися у багатьох видах бізнесу [5,6].

Відповідно до *стратегічної спрямованості* інноваційного розвитку існують такі його напрями (рис. 2):

- збалансований (в умовах безперервних і поступових технічних змін);
- наступальний (за виникнення ситуації швидких стрибкоподібних змін, коли необхідне вміння долати технологічні розриви, досягти випереджального розвитку або збереження лідерства);

- захисний (з використанням результатів спостереження за діями підприємств-лідерів на ринку, що дає змогу за короткий час відтворити досягнення цих фірм та вийти на ринок слідом за ними без претензій на зайняття провідних позицій);
- абсорбуючий (імітація інноваційних перетворень за спрямування основних зусиль на забезпечення виробничого процесу).

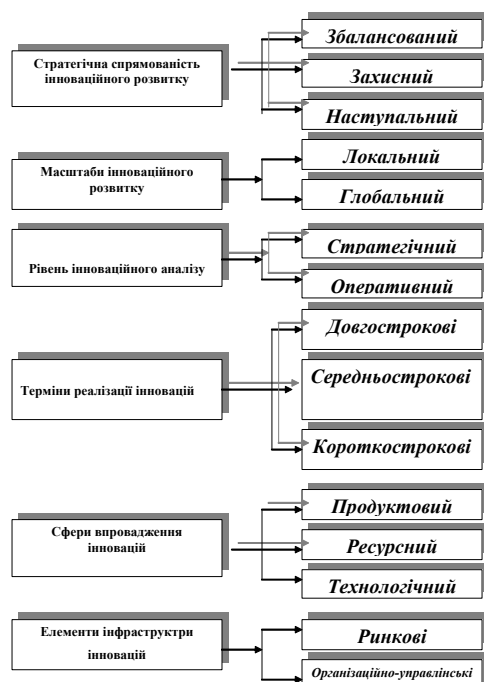


Рис. 2. Класифікація напрямків інноваційного розвитку підприємства

За масштабами напрями інноваційного розвитку поділяються на такі:

- локальні, спрямовані на внутрішні зміни на підприємстві;
- глобальні, покликані змінити не тільки внутрішню структуру підприємства, а й зовнішнє середовище згідно з рівнем аналізу:
- стратегічні (спрямовані на реалізацію перспективних, стратегічних завдань);
- оперативні або тактичні (виникають із поточної діяльності підприємства і реалізуються досягнення оперативних завдань).

За *термінами реалізації* напрями поділяються на довгострокові (понад вісім років); середньострокові (до п'яти-восьми років); короткострокові (до двох-трьох років).

Залежно від *сфери впровадження*, напрями інноваційного розвитку підприємства мають такі варіанти:

- продукційний, орієнтований на впровадження нових моделей продукції, що випускається і/або розробку нових товарів для існуючих і/або нових ринків;
- технологічний, орієнтований на впровадження нової техніки та технології;
- ринковий, спрямований на модифікацію і/або захоплення нових ринків;
- організаційно-управлінський, призначений для впровадження нових методів організації виробництва, маркетингу, системи управління, нових фінансових інструментів та методів, нових форм активізації персоналу (стимулювання творчої діяльності, використання нових знань, поліпшення умов безпеки праці, охорони здоров'я тощо);
- ресурсний, орієнтований на освоєння нових джерел сировини і/або нових підходів до використання традиційних.

Напрями інноваційного розвитку з *маркетингових позицій* можна розглядати як:

- розширення меж ринку (охоплення нових його сегментів);
- нові способи використання товару;
- вихід на нові регіони, розробка і реалізація нової продукції (нові її модифікації);
- нова продукція на заміну традиційної чи така, що задовільняє потреби іншим способом (принципово нова продукція);
- диверсифікація виробництва і збуту продукції (пропозиція на нових ринках нової продукції, розвиток традиційних напрямів діяльності підприємства);
- пропозиція на нових ринках нових товарів, не пов'язаних із попередніми видами діяльності (орієнтація на інші ринки).

Під інноваційним рівнем інтелектуального потенціалу підприємства будемо розуміти сукупність всіх ресурсів інноваційної діяльності підприємства, оцінених за елементами інтелектуального капіталу та інтелектуальної власності [10].

Рівень інноваційності вимірюється часткою ресурсів інноваційної інфраструктури підприємства у розрізі видів та продуктів діяльності.

У формалізованому вигляді рівень інноваційності може бути представлений у такому вигляді:

$$P_{iv} = \Phi (P_{o,k}^t, R\Phi_{t,k}^p) \quad (1)$$

де R_{in} – рівень інноваційності інтелектуального потенціалу;

$R_{o,k}^t$ – рівень типу інновації за об'єктами та критеріями оцінки;

$RF_{i,k}^r$ – рівень інноваційної інфраструктури інновації за видом інтелектуального ресурсу, його характеристикою та критерієм оцінки [6];

o- об'єкти інновацій (різного роду нематеріальні активи): 1 = діяльність, 2 = продукт;

r – вид інтелектуального ресурсу інноваційної інфраструктури: персонал r = 1, структурні активи r = 2, ринкові активи r = 3, інтелектуальна власність r = 4;

i – характеристика інтелектуального ресурсу;

t – типи інновацій;

k - класи критеріїв оцінки: k = 1 стратегія/час; k = 2 якість/зміни; k = 3 економічні критерії (дохід, витрати, приріст).

Кожен об'єкт оцінки (o_1 - інноваційний продукт чи o_2 – інноваційна діяльність) описується за типами інновацій $t \in T$, ресурсами r, які описуються певними i –ми характеристиками та критеріями оцінки $k \in K$.

За допомогою показників, описаних в роботі [9] можна побудувати регресійну модель оцінки інноваційності інтелектуального потенціалу, яка в загальному вигляді описується рівнянням:

$$Y_i = \alpha + \beta X_i + U_i, \quad (2)$$

де X_i – незалежні змінні величини (наприклад, рівень використання нематеріальних активів, рівень використання персоналу, рівень використання ринкових ресурсів тощо); β - ваги відповідних змінних в адитивній моделі оцінки; Y_i – залежна змінна, яка відображає результативність інноваційної діяльності; U_i – випадкова змінна.

Висновки. Аналіз інтелектуального потенціалу інноваційного розвитку та визначення рівня потенціалу вимагають системного виконання такої послідовності робіт:

- ідентифікація інновацій та об'єктів оцінки;
- вибір просторово-часових характеристик об'єктів оцінки: діяльності чи продукту інновації;
- визначення параметрів інфраструктури інновацій;
- встановлення розмірів чи значень рівнів параметрів оцінки;
- вибір методів оцінювання окремих компонент інтелектуального потенціалу підприємства;
- визначення напрямків змін та використання можливостей;
- розрахунок інтегрального рівня інноваційності інтелектуального потенціалу;
- обґрунтування необхідності оцінки моніторингу рівня інноваційності інтелектуального потенціалу підприємства

Література

1. Ершов В.Ф. Классификация инноваций для реструктуризации предприятий // Инновации. – 2003. - №5 (62). - С.58-61.
2. Верба В.А. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства // Проблеми науки. - 2003. - № 3. - С. 22-31.
3. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства. - Львів.: Вид-во НУ „Львівська політехніка”, 2002. - 314 с.
4. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал. Ключ к успеху в новом тысячелетии: Пер. с англ. / Под ред. Л.Н. Ковалик. - СПб: Питер, 2001. - 288 с.
5. Мойсеенко І.П. Інтелектуальна складова інноваційного потенціалу підприємства //Мат. II міжн. наук.-практ. конф. „Розвиток науково-технологічних парків та інноваційних структур інших типів: Україна і світовий досвід”. - Львів, 2003. - С. 67-72.
6. Мойсеенко І.П. Моделювання оцінки інноваційності інтелектуального потенціалу підприємства//Збірник наукових праць Уманського ДАУ. № 62. – Умань.- 2006.-С.167-173.
7. Мойсеенко І.П. Формування управлінських компетенцій інноваційного типу//Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Регіональні суспільні системи: ресурси і механізми ефективного управління (Збірник наукових праць) Вип.2 (58)/ НАН України. Інститут регіональних досліджень. Від ред. Академік НАНУ М.І. Долішній.- Львів, 2006.-С. 306-314
8. Мойсеенко І.П. Інноваційний аналіз інтелектуального потенціалу. Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Ресурсне забезпечення інтелектуально-інноваційного розвитку регіону (Збірник наукових праць) / НАН України. Інститут регіональних досліджень. Редкол.: відп. Ред.. Є.І.Бойко. – Львів, 2007. Вип.. 3 (65) – С 84-94.
9. Мартюшева Л.С., Калишенко В.О. Інноваційний потенціал підприємства як об'єкт економічного

дослідження // Фінанси України. - 2002. - № 10. - С. 61-66.

10. Поляков С.Г. Мониторинг инновационных процессов в научно-технической сфере // Инновации. – 2003. - №5 (62). - С. 62-64.

Надійшла 24.04.2008 р.

УДК 338.2

Н. Л. ЛЮБЧЕНКО

Хмельницький національний університет

СИСТЕМА ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФАКТОРІВ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто сучасний підхід до концепції підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом застосування комплексної програми по вдосконаленню організації виробництва та управління. Розглянуто десять організаційних факторів, комплексне застосування яких дасть змогу істотно покращити ефективність функціонування підприємства.

За сучасних умов господарювання питання зміцнення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств стало одним з найбільш актуальних. Для проведення комплексної роботи по підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємств необхідна єдина комплексна програма її зміцнення, у тому числі програма по вдосконаленню організації виробництва, оскільки для досягнення високої ефективності та конкурентоспроможності виробництва недостатньо лише забезпечити процес сучасною технікою та технологією, кваліфікованими кадрами, сировиною, матеріалами, фінансовими ресурсами. Дуже важливою передумовою для цього, насамперед, є вдосконалення організації виробництва на базі системного підходу.

На нашу думку, дана програма повинна містити такі десять взаємодоповнюючих частин:

1. Організаційні шляхи підвищення якості та конкурентоспроможності продукції.

Підвищення якості продукції за сучасних умов є визначальним для її конкурентоспроможності на внутрішньому та світовому ринках. Сьогодні поняття якості дуже широке і має різні трактування. На думку деяких спеціалістів зміст його протягом останніх років змінився. Поняття “якість” сьогодні пов’язують не з наявністю певних характеристик виробу, а з його здатністю задовольняти потреби споживача, адже якість сьогодні - це задоволення замовника.

У своїй книзі “Роль керівництва підприємства у забезпеченні якості та надійності” Ф.Ніксон зазначає, що якість – це саме те, що ринок вважає якістю [6]. Тому слід враховувати, що конкурентоспроможність як комплексна характеристика товару не залишається постійною у часі. Вона починає спадати з моменту появи нових товарів на ринку під впливом діяльності товарів-конкурентів.

У міжнародному стандарті ISO 8402 якість визначається як сукупність властивостей та характеристик продукції чи послуг, які надають їм можливість задовольняти встановлені та передбачені потреби [7].

В наш час на усіх конкурентоспроможних підприємствах наявні ефективні системи якості. Зрозуміло, що ці системи повинні бути пристосовані до конкретних організаційних структур та профілю даного підприємства з врахуванням кваліфікації співробітників, технічного оснащення тощо. М.І.Бухалков [3] відзначає, що найважливішими показниками конкурентоспроможності продукції є її технічний рівень та якість, ресурсоемість та довговічність, економічність та естетичність тощо. На нашу думку, обов’язковими компонентами конкурентоспроможності є економічні та нецінові фактори. До економічних відносяться такі вартісні показники як витрати та ціна виробу, затрати на його експлуатацію та утилізацію та багато інших. До нецінових характеристик товару можна віднести умови оплати та сервісу, рівень постачальницько-збутових послуг, ділову репутацію, імідж фірми, рекламу та просування товару тощо.

В [10] А.М.Яновський стверджує, що конкурентоздатність товару характеризується трьома групами показників: корисності (якість, ефект від використання тощо); показників витрат споживача при задоволенні його потреб завдяки даному виробу (затрати на виробничі споживання, технічне обслуговування, ремонт, утилізацію тощо); показників конкурентоспроможності пропозиції (спосіб просування продукції на ринок, умови постачання і платежів, канали збуту, сервісне обслуговування тощо). Окрім зазначених груп, параметри конкурентоспроможності продукції у [10] розділяються на технічні (технологічні властивості товару, які визначають сферу його застосування, надійність, довговічність, сучасність тощо), нормативні (відповідність товару стандартам, технічним умовам, законодавству) та економічні (рівень витрат споживача на придбання, використання та утилізацію товару, тобто ціна споживання).

2. Підвищення гнучкості виробництва.

Гнучкість виробництва – важлива складова стратегії промислового підприємства, що забезпечує здатність швидко відповідати на зміну ринкових вимог; один з ключових факторів при визначенні конкурентної позиції підприємства. Якщо ще 15-20 років тому майже повсюди панувало крупносерійне виробництво, спостерігалась висока завантаженість виробничих потужностей, але при цьому значна частина вироблених товарів залишалася на складах, то в наш час підприємства прагнуть випускати продукцію невеликими серіями,

підвищувати гнучкість виробництва та швидко реагувати на нові вимоги.

Аналіз показав, що більшість досліджень пов'язують сутність гнучкості з пристосовуваністю виробничої системи до змін у обсягах та номенклатурі випущеної продукції, технології її обробки та умов виробництва. Так, М.Х.Блехерман зазначає, що під "гнучкістю розуміють здатність виробничої системи адаптуватися до зміни умов функціонування" [2]. У роботах інших авторів гнучкість описують як здатність виконувати різні виробничі завдання, технологічні маршрути обробки виробів, можливість розширення кількісних характеристик виробничої потужності. Відповідно до концепції багатокритеріальності поняття гнучкості диференціюється залежно від здатності системи вирішувати конкретні завдання. Виділяють такі аспекти гнучкості як структурна, виробнича, маршрутна, гнучкість за продуктом, гнучкість за обсягом, гнучкість за номенклатурою. З наведених висловлювань видно, що у літературі поки що немає загально визнаної думки про сутність та поняття гнучкості виробничих систем.

Термін "адаптація" своїм корінням сягає латині - він був утворений від латинського "adaptio", що означає приладування, пристосування. В.Н.Гончаров розуміє під адаптацією "процес цілеспрямованої зміни параметрів, структури та властивостей об'єкту у відповідь на здійснення змін" [4] та розглядає три варіанти адаптації: синхронній, з запізненням та повністю стихійний. Ю.П.Анісімов розглядає адаптацію як процес пристосування виробництва до змінних умов, як здатність швидко здійснювати зміни та швидко відповідати на вимоги споживачів [1].

На нашу думку, під гнучкістю слід розуміти здатність підприємства (виробництва) до ефективної адаптації. Лише та виробнича система є гнучкою, перетворення якої у процесі пристосування до зовнішнього середовища здійснюється мобільно та з мінімальними затратами. Здатність "розпізнати" зміни у зовнішньому середовищі, суттєві для реалізації обраної стратегії, та пристосовуватися до цих змін і є адаптацією виробничої системи.

3. Підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом вдосконалення управління, орієнтованого на час.

В умовах ринкової економіки орієнтація на економію часу стає пріоритетним напрямом політики підприємства. Орієнтоване на час управління дозволяє суттєво збільшити обсяги продажів, розширити частку на ринках збуту, зменшити витрати на одиницю продукції, покращити якість, продуктивність, рентабельність.

Поняття "час" відноситься до сукупності усіх витрат часу на здійснення всіх видів активності, починаючи від ідентифікації потреб ринку і закінчуючи доставкою виробленої продукції споживачам. Важливість витрат, продуктивності та якості при цьому не знизиться, але виграш фірми у конкурентній боротьбі насамперед будуть залежати від строку з моменту отримання замовлення і до доставки готової продукції. Тому необхідним стає новий стиль керівництва, у якому на перше місце поставлено час. Його основні принципи: раціоналізація виробництва та усунення всіх зайвих операцій, скорочення невиробничих витрат робочого часу, активне використання технічних нововведень, скорочення строків їх освоєння, заохочення спільної роботи різних служб, напрацювання стандартних навичок при збереженні гнучкості при реагуванні на потреби ринку, використання потужних інформаційних систем, які пришвидшують процеси прийняття рішень. Новий стиль управління реалізується за такими напрямками: організація паралельних робіт по створенню продукції; використання методів математичного моделювання для скорочення різних етапів проектування та виготовлення продукції; перехід від традиційних форм організації виробництва до організації, яка дозволяє економити час на кожному етапі виробництва, скорочуючи таким чином час виробничого циклу; дослідження методів скорочення часу на обслуговування складного обладнання.

Вирішальну роль у вдосконаленні організації виробництва відіграє "менеджмент часу", який забезпечує оперативне виконання замовлень, правильну організацію робіт у кожний момент часу, оптимальне використання всіх ресурсів (кадрів, устаткування, будівель, площ, матеріалів, капіталу), мінімальний обсяг незавершеної продукції.

4. Підвищення ритмічності виробництва.

Організація і підтримання ритмічної роботи кожного підприємства забезпечує йому конкурентні переваги: лідерство за мінімумом затрат, гарантований термін доставки замовлень, індивідуалізація замовлень за вимогою замовників, гнучке регулювання обсягів виробництва, розширення сервісних послуг та інші переваги як наслідок більш досконалої організації та управління виробництвом. В основу оцінки ритмічності виробництва повинні бути покладені методи системного підходу, які розглядають ритмічність як багаторівневу ієрархію властивостей.

Думки про підтримання заданого робочого ритму відображаються у таких типових методах організації виробництва як JIT та DBR. Наприклад, при відомому методі "точно-в-термін" (JIT) робота лінії підтримується шляхом здійснення всієї діяльності у заданому робочому ритмі та уникненні нагромадження виробничих запасів. Інший метод, відомий у теорії організації і управління як DBR (Drum-Buffer-Rope), також розвиває ідею робочого ритму. У цьому випадку робочі умови пов'язані із використанням певного буферу, який при необхідності дозволяє підживлювати виробництво потрібними ресурсами (Buffer). Звичайний режим роботи здійснюється безупинно "під бій барабанів" (Drum), але в очікуванні простою виробничі запаси поповнюються "канатом" (Rope) [5].

5. Покращення організаційної структури виробництва.

Однією з актуальних стратегій сучасного підприємства є вибір та обґрунтування виробничої структури.

Ефективність та прибутковість промислових підприємств істотно залежить від того, наскільки ці підприємства взмозі позбутися надто складних структур та процедур, які ускладнюють здійснення ділових та управлінських операцій. Із загостренням сучасної економічної ситуації необхідно докласти немало зусиль для того, щоб спростити існуючі промислові та управлінські структури, аби вони стали економічно прибутковими. Можна спостерігати еволюцію промислових організацій, перехід від вертикальної ієрархічної структури до матричної та далі до горизонтальних “динамічних мереж” (dynamic network). Ці організації гнучкі, більше за інші пристосовані до змін оточуючого середовища завдяки “гнучкій спеціалізації” (flexible specialization) [5].

Одним з аспектів управління є реінжиніринг організації, який здійснюється з метою підвищення конкурентоспроможності. На практиці цей процес являє собою трансформацію організації шляхом систематичного перегляду процесів технічних та соціальних систем. Необхідність проведення реінжинірингу зумовлена змінами зовнішнього середовища, державним регулюванням та посиленням взаємозв'язків у суспільстві. Мета цього процесу – досягнення радикальних змін з мінімальними затратами за рахунок раціонального використання ресурсів. Відповідну організаційну структуру можна визначити в залежності від трьох факторів: розміру організації, технологічних характеристик процесу функціонування організації та мінливості (стабільності) умов зовнішнього середовища і можливості її прогнозування.

6. Підвищення конкурентоспроможності підприємства через вдосконалення управління трудовими ресурсами.

Досягнення ефективного управління трудовими ресурсами є ключовим фактором довгострокового успіху підприємства. Необхідний професійний підхід до вирішення кадрових питань. Наявність ділових енергійних співробітників та колективний підхід до вирішення проблем визначають успіх або невдачу у роботі підприємства. Іноді організації здійснюють реінжиніринг, реорганізацію структури, скорочення та інші зміни з метою підвищення ефективності, не розуміючи, що їх головний потенціал – люди, для яких необхідно створити такі умови, щоб вони могли повністю реалізувати себе. Майбутнє за компаніями, де будуть не робітники-виконавці наказів керівника, а партнери у групах, взаємодіючі один з одним, тому управлінці повинні не управляти, а координувати роботу всієї компанії.

Основою нової філософії сучасного менеджменту, його досягненням є визнання того, що “людський потенціал” працівників є основою цінністю підприємства, а тому головним завданням управлінського персоналу є створення умов для повної реалізації можливостей підлеглих.

7. Активізація інноваційної діяльності.

Довгостроковий успіх промислових компаній пояснюється насамперед тим, що вони використовують сучасні технічні рішення та технології при випуску нових продуктів, тобто постійно знаходяться у процесі реалізації нововведень. Постійна зміна умов вимагає від підприємства створення такої системи управління нововведеннями, яка дасть змогу йому швидко адаптуватися до змінних ринкових вимог. Процеси нововведень на підприємствах в умовах ринкової економіки постійно пов'язані з ризиками, тому реалізація стадій нововведень повинна здійснюватися з врахуванням можливого відхилення запланованих характеристик від фактичних.

У динамічно розвинутих наукомістких галузях для випуску конкурентоспроможної продукції важливим є її своєчасне оновлення [9]. Особливу увагу слід приділити принципам, які визначають організацію переходу на випуск нових виробів та темпи подальшого розвитку нового виробництва [1]. До таких принципів належать: інтеграція винахідника та виробника, забезпечення готовності виробництва до початку виготовлення виробів та швидке нарощування темпів виробництва, надання гнучкості виробничому апарату, здатному з найменшими втратами часу і засобів переходити на виготовлення нових моделей продукції, забезпечення комплексності розвитку виробничих потужностей головного заводу та суміжних підприємств, які постачають комплектуючі в необхідній кількості та потрібної якості.

Підвищенню конкурентоспроможності продукції сприяє також скорочення строків її розробки та освоєння. У наш час у провідних промислових країнах половина життєвого циклу продукту (пізніше починається спад економічної ефективності його виробництва та посилюється конкуренція з боку виробників аналогічних товарів) не перевищує трьох років, тобто 50% загальної вартості продаж нового продукту фірмою, яка першою вийшла з ним на ринок, доводиться на перші три роки.

8. Скорочення обсягів запасів.

Зазвичай відділ постачання підприємства отримує завдання здійснити закупівельні операції за максимально низькими цінами для того, щоб знизити витрати виробництва та збільшити прибуток. Такі традиційні відносини з постачальниками є ризикованими. На нашу думку, сучасний конкурентний ринок вимагає перебудову процесу закупівель матеріалів та комплектуючих. Філософія поставок “точно-в-строк” (just-in-time) є одним з таких способів досягнення конкурентоспроможності на світовому рівні.

Якщо прямі витрати зберігання запасів складають приблизно біля 10% виробничих витрат, то з урахуванням деяких непрямих затрат зберігання, що не враховуються належним чином (наприклад, збільшені витрати на обробку зайвих матеріалів, зростання податків та страхових платежів), вони зростають до 20-25% [5].

9. Організаційні шляхи скорочення витрат виробництва.

На вітчизняних підприємствах резерви виробничо-технічного потенціалу використовуються недостатньо вичерпно (у тому числі виробничі потужності провідного технологічного устаткування), на

підприємствах немає налагодженої системи стимулювання ресурсозбереження навіть щодо таких ресурсів, як метал та енергоносії.

Зниження витрат виробництва залежить від концентрації зусиль підприємства на ключових виробничих процесах та характеризується проблемами орієнтації всього процесу виробництва на збут виробленої продукції. Слід підкреслити, що 80% обсягу робіт визначається процесами, пов'язаними з реалізацією продукції.

10. Вдосконалення інформаційного забезпечення виробництва.

Надійне інформаційне забезпечення виробничої діяльності рахується сьогодні важливою конкурентною перевагою. На більшості підприємств поки що відсутня єдина система інформації, що дозволила б зв'язати у єдине ціле всю діяльність та управляти повним виробничим процесом, виходячи із принципів єдиного цілого.

В інформаційній технології управління випуском продукції спостерігаються наступні недоліки: висока трудомісткість розрахунків техніко-економічних показників, що ускладнює оперативність їх коректування при виникненні змін; відсутність інформації про попит на продукцію, можливості конкурентів, споживачів, умови постачальників сировини та напівфабрикатів; існуюча система не орієнтована на багатоваріантність планування, не дозволяє здійснити вибір оптимальної виробничої програми та оцінити динаміку внутрішніх і зовнішніх процесів.

Висновок. Комплексне застосування вище перерахованих організаційних факторів в управлінні підприємством сприятиме ресурсозбереженню, дозволить суттєво збільшити обсяги продажів, розширити частку на ринках збуту, покращити якість, продуктивність, рентабельність, і в результаті зміцнить його конкурентоспроможність.

Література

1. Анисимов Ю.П. Методика оценки инновационной деятельности предприятия / Ю.П. Анисимов, И.В. Пешкова, Е.В. Солнцева // *Инновации*. – 2006. - №11. – С. 88-90
2. Блехерман М.Х. Гибкие производственные системы: (Организационно-экономические аспекты). – М.: Экономика, 1988. – 221с.
3. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование.– 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2001 – 400с.
4. Влияние системы адаптации на совершенствование организации сборочного производства: Монография / В.Н. Гончаров, А.М. Зинченко, Н.В. Зинченко, А.И. Кирнос. – Донецк: ДГАУ, 2004. – 172с.
5. Єгупов Ю.А. Організація виробництва на промисловому підприємстві: навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 488с.
6. Никсон Ф. Роль руководства предприятия в обеспечении качества и надежности: Пер. с англ. – М.: Издательство стандартов, 1990. – 231с.
7. Сертифікація в Україні. Нормативні акти та інші документи. – Т.3. Стандарти з управління якістю та забезпечення якості / Під ред. Б.М. Уварова. – Київ, 1999. – 480с.
8. Тарнавська Н. Особливості сучасної концепції побудови конкурентних переваг зарубіжними та вітчизняними підприємствами // *Вісник ТАНГ*. – 2001. - №18.Ч.2. – С.54-59
9. Управление инвестиционной активностью / Ю.П. Анискин, А.П. Бударов, А.Н. Попов, В.В. Привалов; Под ред. Ю.П. Анискина. – М.: ИКФ Омега-Л, 2002. – 272с.
10. Яновский А.М. Промышленный маркетинг: особенности, возможности, перспективы // *Менеджмент и кадры: психология управления, соционика*. – 2004. - №12. – С.13-16

Надійшла 13.04.2008 р.

УДК 658.12

Р. С. МИРОНОВ, С. А. БУРИЙ
Хмельницький національний університет

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ СКЛАДОВІ

Господарська діяльність сучасних підприємств залежить від багатьох факторів, які напряду чи опосередковано впливають на них. Такий вплив може бути як позитивним, так і негативним. Крім того, на теперішній час дуже змінилось зовнішнє середовище організацій. Особливо такі його характеристики як складність, рухливість та невизначеність.

В більшості випадків зовнішнє середовище стає більш складним (збільшується кількість факторів), більш рухливим (зростає конкуренція на ринку, з'являються нові технології), а також підвищується його невизначеність (зменшується кількість якісної, достовірної інформації). Все це призводить до зниження рівня менеджменту підприємства, частішають помилки при прийнятті управлінських рішень.

Тільки підвищення ефективності менеджменту на підприємстві забезпечить відповідні дії його

керівників з метою досягнення запланованих цілей.

Все більше керівників підприємств схиляються до думки, що сучасний менеджмент є не тільки галуззю знань, але й одночасно і мистецтвом управління.

«Менеджмент це одночасно і галузь людських знань, і сфера прийняття управлінських рішень, і категорія людей (соціальний прошарок), об'єднаних в економічній, конкурентоспроможній системі (органи) управління в сучасному суспільстві» [1, с.17].

Але парадоксом є те, що на теперішній час не існує єдиного погляду сучасних вчених на таке поняття як «система менеджменту». Без сумніву, такий термін має право на існування, бо кожне підприємство чи організація є системою, тому що вони складаються з певних підсистем і елементів. Крім того, такі системи є відкритими (на них впливає зовнішнє середовище), складними (створені із багатьох елементів) і соціотехнічними (поєднання соціального і технологічного факторів).

Об'єкти господарювання як і кожна система мають свій рівень стійкості. Відхилення від цього рівня загрожує існуванню системи, а на практиці це вже кризовий стан підприємства.

В табл. 1 наведені деякі з багатьох визначень системи менеджменту підприємства, які зустрічаються в науковій літературі.

Таблиця 1

Визначення системи менеджменту підприємства

Автор	Система менеджменту підприємства
1	2
Скібіцька Л.І., Скібіцький О.М. [2, с.18].	Суб'єкт управління (керівник, група осіб, підрозділ, які здійснюють управління) та об'єкт управління (частина навколишнього середовища, персонал та інші елементи, на які спрямовані конкретні управлінські процеси).
Фатхутдинов Р.А. [3, с.202].	Система наукових підходів і методів, цільової, підсистеми забезпечення, функціональної і управлінської підсистеми, які сприяють прийняттю і реалізації конкурентноздатних рішень.
Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. [4, с.5].	Формування взаємопов'язаних і взаємодіючих управлінських важелів, які забезпечують управлінський вплив.
Хомяков В.І. [5, с.82].	... єдність складових її частин, які тісно переплітаються із зовнішнім світом.
Стадник В.В., Йохна М.А. [6, с.462].	Сукупність взаємопов'язаних елементів, що взаємодіють між собою і зовнішнім середовищем у процесі досягнення поставлених цілей.
Щокін Г. [7].	Форма реалізації взаємодії й розвитку відносин управління, виражених у законах і принципах менеджменту, а також у меті, функціях, структурі, методах і процесі управління.

Тобто, частина авторів розглядає систему менеджменту досить широко, не конкретизуючи її складові, а дехто використовує функціональний підхід, виокремлюючи певні підсистеми. Крім того, зустрічаються висновки, що система менеджменту є звичайним системним підходом в менеджменті, хоча останній є філософією управління, яку може прийняти кожен менеджер.

Ще одна проблема, з якою можна зустрітись при теоретико-методологічним визначенням цієї категорії, є однакове трактування «системи менеджменту» і «системи управління». Хоча поняття «менеджмент» і «управління» відрізняються одне від одного, їх часто використовують як синоніми.

Так, термін «управління» ширше за термін «менеджмент». Управляти ми можемо і людьми, і технологічними системами, і біологічними нерозумними об'єктами. А менеджмент – це в першу чергу управління людьми.

Відсутність єдиного методологічного підходу до поняття «система менеджменту» призводить до певних труднощів стосовно її побудови на підприємствах, визначення ефективності функціонування.

На наш погляд, перед тим як сформулювати це поняття потрібно визначити базові принципи на яких вона повинна будуватись. Це може бути:

1. Принцип єдності – всі підсистеми взаємозалежні, працюють синхронно, зміна в одній призводить до зміни в іншій.

2. Цільовий принцип – побудова системи менеджменту повинна чітко відповідати комплексу загальних цілей, які поставлені керівництвом перед об'єктом управління.

3. Функціональний – кожна підсистема повинна чітко відповідати тій функції управління для якої вона створена.

4. Інформативності – ніщо не повинно створювати перепони в процесі обміну інформацією між підсистемами.

5. Ефективності – співвідношення результату на виході системи, отриманого на основі вхідних ресурсів, повинно бути максимальним.

Таким чином, визначення системи менеджменту підприємства може бути наступним - це цілісна сукупність функціонально визначених, взаємопов'язаних підсистем (елементів), з метою досягнення єдиних конкретно визначених цілей за допомогою ефективного процесу управління.

Якщо кожен об'єкт господарювання є складною системою, то необхідно визначитися із складовими цієї системи.

Аналіз першоджерел з цієї проблеми показує, що також немає єдності поглядів вчених на склад системи менеджменту.

Можна виділити два напрямки стосовно останнього. Перший напрямок, так званий функціональний, коли підприємство розглядають як сукупність функціональних підсистем: операційної, контролю, інформаційної, фінансової, маркетингової і т.п. [1, с. 363, 2, с. 7].

Згідно другого напрямку, розглядається не просто система менеджменту, а її окремі підсистеми, які називають системами і аналізують як щось закрите і відокремлене. [8]. Наприклад, система фінансового менеджменту, система інноваційного менеджменту, система маркетингового менеджменту і т.п.

Ми вважаємо, що перший напрямок є звичайним системним підходом в менеджменті. А другий напрямок не дає повноти оцінки всієї системи менеджменту і нагадує процесний підхід.

Напевно, є доцільним розглянути окремі підходи в менеджменті, з точки зору їх системності.

Є три основних (класичних) підходів в менеджменті, які визначають певну філософію при реалізації процесу управління [1, 2, 4, 6]. Це системний, процесний та ситуаційний підходи.

Системний підхід визначає кожен організацію як складну, відкриту, соціотехнічну систему. Він дає можливість визначити «слабкі» елементи, які негативно впливають на всю систему. Завданням менеджера, при цьому, є необхідність вплинути на такий елемент з метою ліквідації його негативного функціонування.

Процесний підхід розглядає безпосередньо процес управління як взаємопов'язане виконання певних дій (функцій): планування, організація, мотивація, контроль.

Ситуаційний підхід базується на аналізі тенденцій які мало підприємство в минулому і на основі цього є можливість прогнозування його розвитку в майбутньому. Крім того, цей підхід дає можливість на основі власного чи іншого досвіду вирішувати назрілі проблеми, використовуючи вже відому процедуру дій.

Але ці підходи дають можливість визначити стан певних елементів організації в конкретний проміжок часу і не визначають стан всієї системи менеджменту, її ефективність.

На наш погляд, система менеджменту підприємства повинна складатись з комплексу взаємопов'язаних підсистем, які можливо оцінити конкретними показниками, а також вплив їх на загальну ефективність всієї системи.

Це дає змогу оцінювати всю систему менеджменту підприємства і будувати її гнучкою та ефективною.

Вважаємо, що система менеджменту сучасного підприємства повинна складатись із наступних підсистем (рис.1).



Рис. 1. Складові системи менеджменту підприємства

Такий погляд на побудову системи менеджменту підприємства дає змогу об'єднати в одне ціле сучасні підходи до управління і оцінити її ефективність.

У випадку, коли ефективність системи не задовольняє керівників підприємства, з'являється можливість цільового впливу на її окремі складові.

Доцільно зупинитись на кожній підсистемі, маючи на увазі, що повинна бути можливість оцінити кожен кількісними та якісними показниками.

Управлінська підсистема відповідає за організацію роботи апарату управління, набір, підбір, переміщення та розстановку кадрів, якість роботи з персоналом.

Цю підсистему можна охарактеризувати в наступних напрямках:

- чисельність апарату управління за певними категоріями (керівники, спеціалісти, службовці);

- питома вага кожної категорії в загальній чисельності персоналу підприємства;
- питома вага заробітної плати в загальному фонді оплати праці;
- кваліфікація персоналу, його вікова структура, плинність кадрів;
- аналіз системи мотивації праці що діє на підприємстві.

Інформаційна підсистема повинна виконувати роль постачальника інформації менеджерам по каналам комунікацій.

Характеристика цієї підсистеми можлива тільки в якісному вигляді по наступним напрямкам:

- достовірність інформації;
- наявність перешкод при її передачі;
- релевантність, тобто яка частка інформації відноситься до конкретної проблеми;
- інформаційні перевантаження менеджерів, чи навпаки, недостатньо інформації для прийняття рішень;

- витрати за одержання інформації.

Підсистема логістики повинна відповідати за процеси постачання матеріалів, взаємовідносини з постачальниками, ресурсозбереження, збут продукції.

Ця підсистема може характеризуватись за наступними напрямками:

- кількість і якість постачальників;
- витрати на збереження матеріалів, комплектуючих;
- ритмічність поставок ресурсів;
- політика збуту.

Операційна підсистема відповідає за оптимальне використання виробничих потужностей, наявність новітніх технологій.

Її характеристиками можуть бути:

- рівень використання виробничих потужностей;
- стан основних засобів;
- показники ефективності використання основних засобів;
- достатність сучасних основних засобів;
- витрати на придбання нових технологій.

Фінансова підсистема відповідає за наявність в потрібний час і в потрібному обсягу фінансових ресурсів.

Її характеристиками можуть бути:

- показники ліквідності;
- рівень беззбитковості;
- прибутковість діяльності підприємства;
- рентабельність як діяльності так і реалізації продукції (послуг);
- рентабельність по окремих видах продукції (послуг).

Інноваційна підсистема визначає потреби підприємства в оновленні основних засобів, придбанні новітніх технологій.

Її характеристиками можуть бути:

- витрати на інноваційні процеси;
- проведення організаційних змін;
- наявність інноваційних технологій в функціях менеджменту;
- реалізація інноваційних програм і проектів;
- форми і методи здійснення трансферу технологій.

Завданнями маркетингової підсистеми є дослідження сегменту ринку де реалізується продукція підприємства та попит на неї.

Характеристиками цієї підсистеми можуть бути:

- дослідження попиту на продукцію (послуги) підприємства;
- визначення нових ринків збуту продукції (послуг);
- витрати на рекламу та ефективність різних видів реклами;
- аналіз конкурентного середовища.

Необхідність виділити в загальній системі менеджменту підприємства антикризову підсистему полягає в тому, що невизначеність зовнішнього середовища може призвести до погіршення показників діяльності та, дуже часто, і до кризового стану підприємства.

Ця підсистема вступає в дію при перших проявах погіршення показників господарської діяльності підприємства і може характеризуватись:

- наявністю плану антикризових дій;
- спеціальною підготовкою персоналу в період роботи під час кризи;
- наявністю страхових фондів.

Таким чином, запропонований вище склад системи менеджменту дає можливість ґрунтовно та цілеспрямовано оцінити систему менеджменту підприємства, а також побудувати її оптимально, з точки зору ефективності. Але це вже має стати подальшим напрямом наукового дослідження.

Література

1. Завадський Й.С. Менеджмент: Management.- У 3 т.- Т. 1.- 3-вид., доп. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2001.- 542 с.
2. Скібіцька Л.І., Скібіцький О.М. Менеджмент. Навч. посіб. – К.: ЦУЛ, 2007.-416с.
3. Фатхутдинов Р.А. Разработка управленческого решения: Учеб. пособ. – М.: ЗАО «Бизнес-школа», 1997.-208с.
4. Кузьмін О.Е., Мельник О.Г. Теоретичні та практичні засади менеджменту: Навч. посіб. – Львів: Інтелект – Захід, 2003 – 352с.
5. Хомяков В.І. Менеджмент підприємства. – К.: Кондор, 2005.-434с.
6. Стадник В.В., Йохна М.А. Менеджмент: Навч. посіб. – К.: Академвидав, 2003. – 416 с.
7. <http://www.personal.in.ua/article.Php>
8. Ситніченко В., Кісельова А. Сучасні системи менеджменту – основа сталого розвитку підприємства // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2004. - № 3. С. 89-97.

Надійшла 17.04.2008 р.

УДК 334.02:330.341.1

Л. О. ЛАЗАРЕНКО, Н. С. СТЕПАНЮК
Хмельницький національний університет

ЕФЕКТИВНІСТЬ БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ РЕІНЖИНІРИНГУ В УМОВАХ ЗРОСТАЮЧОЇ РИНКОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Однією з найбільш ефективних інновацій в управлінні за останні роки став реінжиніринг. Нині він вже широко використовується в самих різних країнах світу. Сучасний менеджмент не може мати іншої основи, ніж пошук й активне використання нових форм, методів, прийомів, сфер бізнесу, оскільки дотеперішні підходи себе вже не виправдовують. Його методи взяті на озброєння провідними компаніями світу. Однак, не зважаючи на те, що метод реінжинірингу набув широкого розповсюдження у провідних фірмах світу, в нашій країні ця проблема досліджена ще недостатньо глибоко, не узагальнені останні здобутки у цій сфері, не освітлені нові аспекти практичної реалізації цього ефективного управлінського інструменту.

Найбільш відомими авторами, які досліджували проблему реінжинірингу, є Грифін Р., Яцура Р., Ойхман Е.Н., Попов Є.Г., Попов В.М., Уткін Е.А. При всій глибині проведених ними досліджень, деякі питання висвітлені не в повній мірі – робота у командах, аутсорсінг.

Як відомо, кожна ділова (бізнесова) одиниця потребує проектування безперервного розвитку й процвітання. Необхідність постійного вдосконалення передбачає підхід до бізнесу як до процесу. Для того, щоб утриматись на ринку, бізнесменам доводиться постійно вдосконалювати, оновлювати свою справу. Без цього нереально витримати суперництво і тим більш стати лідером.

Поява реінжинірингу пов'язана зі змінами, які відбуваються на ринку, на якому диктатором є споживач. Змінюється й характер виробничих відносин, де основним об'єктом стають процеси в цілому, а не їх окремі частини або операції. Є види праці, які приносять прибуток. Одночасно є такі, що самі прибутку не дають, але забезпечують умови, необхідні для ефективною роботи. Однак, є й така праця, яка не сприяє ні нарощуванню прибутку, ні створенню необхідних для цього передумов. Реінжиніринг – засіб такої перебудови організації бізнесу, при якій усуваються непотрібні витрати часу, які не дають нічого позитивного (пустопорожні процеси). До числа останніх нерідко відносяться, наприклад, діяльність нікому не потрібних адміністративних надбудов, що поки що не є випадковим явищем на сучасних підприємствах.

Ціль перебудови бізнес-процесів в тому, щоб усунути ті адміністративно-бюрократичні операції й ланки, ліквідація яких не вплине негативно на рівень управління. Багато неефективних операцій є й у виробництві, й у постачанні, й у проектних роботах, й в усіх інших складових бізнесу. Курс на таке його реформування, коли створюються умови для організації продуктивної діяльності, є на сьогодні найбільш ефективним. Дуже важливо при цьому, що реінжиніринг націлений не тільки на підвищення продуктивності кожної ланки бізнесу, але й на те, щоб вся система їх взаємодії була націлена на отримання максимального ефекту, який неможливо отримати кожному окремо, а реально досягти за рахунок сумісних зусиль, організованих оптимальним чином.

Бізнес-реінжиніринг виступає як фундаментальне переосмислення й радикальна реконструкція бізнес-процесів з ціллю досягнення кардинальних покращень основних показників діяльності компаній [5, 6].

В цьому визначенні використовуються чотири ключових слова: фундаментальний, радикальний, кардинальний, процеси.

«Фундаментальний» означає, що повинні бути отримані відповіді на найбільш суттєві питання про діяльність підприємства: «Чому ми повинні робити те, що робимо?», «Чому ми повинні робити саме цим способом, яким ми це робимо?». Реінжиніринг спочатку визначає, що підприємство повинне робити і тільки потім - як робити. Задаючись подібними фундаментальними питаннями, люди вимушені по-новому глянути на

всі існуючі правила і припущення, виходячи з яких вони керували своїм бізнесом.

Слово "радикальний" означає докорінну зміну речей: не проведення часткових, косметичних змін, а відкидання всіх існуючих структур і процедур. Передбачається винахід виключно нових способів робіт. Це все одно, що створити бізнес заново.

Слово "кардинальний" (суттєвий) передбачає те, що реінжиніринг не застосовується у тих випадках, коли необхідно отримати покращення або збільшення деяких показників діяльності компанії. Наприклад, якщо підприємство має падіння прибутку на 10%, якщо його витрати лише на кілька відсотків перевищують заплановані, якщо обслуговування замовників вимагає лише певного прискорення, то підприємству взагалі бізнес-реінжиніринг не потрібен. У цьому випадку прийнятні звичайні методи, такі як програми поступового покращення якості.

Третє ключове положення реінжинірингу (орієнтація на бізнес-процеси) є найбільш важливим. Більшість керівників і бізнесменів не орієнтовані на процес: вони зосереджені на задачах, на окремих операціях, але ніяк не на процесах.

Ще з часів і під впливом Адама Сміта, який описав розчленування робіт на прості задачі й розподіл їх між окремими спеціалістами, сучасні компанії до сих пір часто фіксують увагу на часних задачах, наприклад, на узгодженні умов контракту, на отриманні замовлення і т.п. При цьому з поля зору випадає головна ціль - клієнт повинен отримати товар, який він замовив. Часні задачі важливі, але жодна з них не має ніякого значення для клієнта, якщо товар не опиниться у нього в руках. Призначення бізнес-процесу полягає в тому, щоб запропонувати клієнту товар або послугу, тобто продукцію, яка б задовольнила його за вартістю, довговічністю, сервісом і якістю.

Реінжиніринг бізнес-процесів означає спробу знайти зовсім новий спосіб реконструювання існуючого бізнесу (або, принаймні, його найбільш важливих процесів), використовуючи нові технічні досягнення (наприклад, сучасні інформаційні технології) для кращого обслуговування своїх клієнтів.

Головною метою бізнес-реінжинірингу [2] є різке прискорення реакції підприємства на зміни у вимогах споживачів (або на прогноз таких змін) при багаторазовому зниженні витрат усіх видів. До основних цілей і методів бізнес-реінжинірингу в умовах зростаючої ринкової конкуренції, можна віднести наступні:

- різке зниження витраченого часу, числа робітників та інших витрат на виконання виробничих функцій;
- глобалізація бізнесу: робота з клієнтами і партнерами улюбленої частини світу, робота з клієнтом у режимі "24 години на добу круглий рік";
- робота не тільки на сьогодні, а ще більше - на майбутні потреби клієнта, прискорення просування нових технологій;
- реалізація зазначеного вище з опорою на творче застосування інформаційних технологій.

В умовах реінжинірингу бізнес-процесів замість орієнтації на функції організація (підприємство) починають надавати перевагу процесам, які уявляють собою фундаментальні види діяльності з точки зору кінцевого покупця продукції або послуг. Процес інтерпретується як набір операцій, які створюють кінцевий продукт, який має цінність для покупця.

Процеси мають різні варіанти виконання. Традиційні процеси були спроектовані з орієнтацією на масове виробництво. Такий процес повинен виконуватись ідентично для всіх типів входів, враховуючи різні виключення і часні випадки і тому є дуже складним. В сучасних умовах нестабільного зовнішнього оточення необхідно, щоб процес мав різні версії в залежності від конкретного набору входів і стану ринку.

Згідно з концепцією реінжинірингу спочатку визначається, яка з існуючих версій процесу найбільш відповідає сформованій ситуації (вхідним параметрам). В результаті кожна версія орієнтована тільки на один конкретний варіант, а тому є простою і ясною, й разом з тим передбачає значну гнучкість в залежності від компетенції виконавця.

Таким чином, бізнес-процес стає безпосередньо об'єктом управління менеджерів.

Реінжиніринг застосовується у трьох основних ситуаціях.[2]

По-перше, в умовах, коли фірма знаходиться у стані глибокої кризи. Така криза може виражатися у дуже високому рівні витрат (явно не конкурентному), масовому відмовленні споживачів від продукції фірми і т.п.

По-друге, в умовах, коли поточний стан фірми може бути задовільним, однак прогнози її діяльності є несприятливими. Фірма стикається з небажаними для себе тенденціями щодо конкурентоспроможності, доходності, рівня попиту і т.і. Така ситуація характерна для банківської системи, комерційних організацій. Тут фірма реагує на негативні зміни обставин, поки вони не набули фатального для неї характеру.

По-третє, реінжиніринг застосовується у благополучних, швидко зростаючих й агресивних організаціях. Їх задача полягає у прискореному нарощуванні відриву від найближчих конкурентів й створення унікальних конкурентних переваг. В цьому випадку реінжиніринг є кращим варіантом ведення бізнесу, засобом виживання в сучасних умовах.

В реінжинірингу виділяють зазвичай два суттєво різних види діяльності: кризовий реінжиніринг, коли мова йде про рішення вкрай складних проблем організації, коли справи зовсім погані і потрібен комплекс заходів для виходу з кризи, і реінжиніринг розвитку, який застосовується тоді, коли справи в організації йдуть в цілому непогано, але погіршилась динаміка розвитку, стали випереджати конкуренти [4].

Для більшості вітчизняних компаній сьогодні більш актуальним є кризовий інжиніринг, оскільки перед ними стоїть проблема життя або банкрутства. Але головний потенціал цього управлінського інструменту – слугувати основним фактором успішного і стабільного розвитку, що робить його особливо важливим в антикризовому менеджменті. Однією з найбільш суттєвих достоїнств реінжинірингу є здатність сприяння швидким змінам у бізнесі, що забезпечує можливість не тільки зберегти місце на ринку, але й досягти у відносно короткі строки міцного фінансового становища, високого громадського іміджу.

Постійні зміни в технології, на ринках примушують компанії, які прагнуть вижити й зберегти конкурентоспроможність, перебудувати свою стратегію. Тому реінжиніринг став елементом повсякденного життя багатьох компаній. З усіх інструментів менеджменту спеціалісти вважають сьогодні найбільш ефективним саме реінжиніринг. М.Хаммер вважає його революцією, яка перетворює конструювання бізнесу у інженерну діяльність.

Як же реінжиніринг практично діє на бізнес? Зазвичай декілька робочих процедур об'єднуються в одну. Для практичної реалізації створюється спеціальний колектив. Таке «горизонтальне сжимання процесу» в ході реінжинірингу в багато разів підвищує ефективність роботи за рахунок скорочення часу її виконання й чисельності виконавців.

Тут дуже важливо, що змінюється управлінський підхід - робітниками приймаються самостійні рішення. Відбувається не тільки «горизонтальне», але й «вертикальне стискання процесів». Там, де має місце традиційна організація робіт, виконавець для прийняття рішень повинен був раніше звертатися до керівництва. Нині ж він приймає рішення самостійно. Розширення повноважень співробітників, підвищення ролі кожного з них у робочому процесі призводить до значного зростання віддачі від їх праці.

Не менш суттєвим є й те, що сам процес реалізується у природному порядку. Реінжиніринг процесів знищує лінійне впорядкування робочих процедур, дозволяє розпаралелювати процеси. Крім того, різні процеси мають різні варіанти виконання. Традиційний процес реалізується на основі чітких стандартів. Але ринок потребує сьогодні постійної адаптації процесу до зовнішніх умов. Вихід - до варіанта, який має кілька версій виконання. Вибір же версії робиться у відповідності з конкретною ситуацією.

І ще один момент - робота виконується у тому місці (територія підприємства і т.д.), де це доцільно, а не за функціональною ознакою. Таким чином, реінжиніринг підвищує ефективність роботи за рахунок відмови від ієрархічного ділення компанії на відділи. Крім того, суттєво обмежується кількість перевірок й управлінських дій. У менеджменті контроль за виконанням завдань дуже важливий. Реінжиніринг передбачає тут більш збалансований підхід. Об'єднання декількох робочих процедур дозволяє скоротити кількість перевірок, крім того, суттєво зменшується кількість узгоджень, тобто знов ж таки зтираються грані між функціональними підрозділами.

Доцільно виділяти наступні практичні «кроки» реінжинірингу[5]:

- уточнення цілі компанії, виходячи з її стратегії, потреб клієнтів, рівня бізнесу, поточного його становища;
- створення моделі існуючої компанії, тобто розробка й документальне оформлення її основних бізнес-процесів, оцінка їх ефективності;
- перепроєктування бізнес-процесів. Впровадження більш ефективних робочих процедур, визначення засобів використання інформаційних процедур, технологій, необхідні зміни у роботі персоналу;
- розробка систем організаційної взаємодії персоналу. Характеризуються різні види робіт, розробляється система мотивації, організуються команди по виконанню робіт, створюються програми підготовки спеціалістів і т.д.;
- підготовка підтримуючих інформаційних систем. Виявляються наявні ресурси (обладнання, програмне забезпечення) і розробляється спеціальна система;
- впровадження оновлених процесів. Інтеграція розроблених процесів, навчання співробітників, перехід до нової організації діяльності компанії.

Можливі два основних напрямки реінжинірингу [2, 7]. Перший підхід передбачає перехід від переважно вертикальної координації дій до переважно горизонтальної, при якій значно покращується реакція фірми на зовнішні і внутрішні зміни, а вище керівництво звільнюється від проблем, які більш оперативно вирішуються на горизонтальному рівні. Такий підхід забезпечує конкурентні переваги підприємства.

З іншої сторони, більш успішними в сучасних умовах стають спеціалізовані фірми, що спрямовують зусилля й ресурси на вузький сегмент ринку або на найбільш ефективне виконання певних специфічних операцій. Це вимагає відмови від багатьох функцій, які не створюють компанії конкурентних переваг, але потребують витрат. Звідси з'явився важливий напрямок реінжинірингу - виявлення «зайвих» функцій і передача їх іншим фірмам [6, 7]. Поширення такого підходу почало розповсюджуватися у кінці минулого століття, отримавши назву аутсорсінгу. Розуміння того, що аутсорсінг не менш важливий, ніж реінжиніринг технологічних процесів, що все більша кількість функцій (розрахунок зарплати, автоматизація збуту і т.і.) передається стороннім постачальникам.

Як стверджують провідні аналітики, наявність у компанії довгострокової аутсорсінгової стратегії є необхідною умовою успішності розвитку бізнесу та його адаптації до мінливого ринкового середовища.

Аутсорсінг включає в себе розробку програмного забезпечення, його сервісну і технічну підтримку, навчання користувачів, поновлення системи у випадку збоїв, стратегічне планування інфраструктури, послуги

Інтернет - провайдера.

Реалізація в офісі може бути представлена наступним чином: комп'ютери всіх співробітників підключені до Інтернету, на офісних комп'ютерах практично відсутні будь-які дані - всі програми виконуються на серверах аутсорсера (компанії, які виконують функції за принципом аутсорсінгу). За певну плату аутсорсер обслуговує обладнання, оновлює програмне забезпечення, забезпечує безпеку даних.

Для нашої країни аутсорсінг - порівняно нова організаційна схема, але не викликає сумніву, що за ним – майбутнє.

Отже, не викликає сумніву, що реінжиніринг забезпечує не тільки значне зниження витрат у сфері бізнесу, але й скорочення строків роботи, підвищення її якості, зростання задоволення вимогливих потреб клієнтів і споживачів. При цьому забезпечується велика гнучкість в управлінні підприємством.

Інакше кажучи, бізнес-реінжиніринг виступає як фундаментальне переосмислення бізнес-процесів сучасних підприємств з ціллю підвищення ефективності функціонування компаній й здатності виживати в умовах зростаючої ринкової конкуренції.

Література

1. Грабауров В.А. Информационные технологии для менеджеров. – М.: Финансы и статистика, 2001. – С.180-225.
2. Ойхман Е.Г., Попов Э.В. Реинжиниринг бизнеса: реинжиниринг организаций и информационные технологии. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 336с.
3. Попов В.М., Ляпунов С.И. и др. Ситуационный анализ бизнеса и практика принятия решений. – М.: КноРус, 2001. – С.269-333.
4. Ревенков А. Реинжиниринг и эффективность деятельности предприятия // проблемы теории и практики управления. 2005. №3. – С.95-99.
5. Уткин Э.А. Бизнес – реинжиниринг. М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Из-во ЭКМОС, 1998. – 224с.
6. Фирсов М. Реинжиниринг процессов как метод управления бизнесом // Проблемы теории и практики управления. 2005. №2. – С.100-104.
7. Штайнче К. Реинжиниринг бизнес-процесов: уроки внедрения // Проблемы теории и практики управления. 2004. №5. – С.79-85.

Надійшла 06.04.2008 р.

УДК 005.342: [659.8:665.7]

А. А. МАЛИЦЬКИЙ

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ЯК СКЛАДОВІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ТОРГІВЛІ НАФТОПРОДУКТАМИ

В умовах жорсткої конкурентної боротьби підприємства роздрібної торгівлі нафтопродуктами потребують використання нових та вдосконалення існуючих технологій управління, що спроможні забезпечити конкурентоспроможність діяльності підприємства, стабільність його соціально-економічного розвитку, адаптивність та гнучкість системи управління підприємством, досягнення стратегічних і оперативних цілей підприємства. Використання таких технологій управління спроможне вивести організаційно-економічний механізм управління підприємством на якісно новий рівень, забезпечити ефективність функціонування його складових систем: планування, організації, інформаційного забезпечення, мотивації, контролю та регулювання, контролінгу.

Ефективність організаційно-економічного механізму управління підприємством роздрібної торгівлі нафтопродуктами, його положення на ринку, конкурентоспроможність підприємства залежать від обраної стратегії розвитку, вибору та застосування як окремих видів управлінських технологій, так і їх сполучення.

Управлінські технології розглядаються як сукупність управлінських засобів, методів і інструментів, що містять засоби та методи збору, обробки, аналізу інформації; заходи мотивації працівників підприємства; методи, закони та закономірності організації і управління; системи аналізу, контролю та регулювання, використання яких забезпечує досягнення встановлених цілей організації.

В якості традиційних технологій управління за результатами підприємствами, вітчизняні і закордонні вчені розглядають технології управління: за цілями, за результатами, на основі потреб та інтересів, на основі активізації діяльності персоналу, в виключних ситуаціях, шляхом постійних перевірок і наказів, управління на базі „штучного інтелекту”. Ці традиційні технології управління вдосконалюються за допомогою їх сполучення з такими технологіями управління як контролінг, бенчмаркінг, грейдінг, формування системи збалансованих показників, які дозволяють враховувати їх недоліки.

Дослідженню проблем використання вищезначених новітніх технологій управління торговельним підприємством присвячені роботи видатних вітчизняних вчених: Л.В. Балабанової, В.В. Слипського [1], Л.І. Федулової [4], а також зарубіжних науковців: Е.Л. Попченко, Н.Б. Ермасової [3], Чемекова В.П. [6]. та інших. Оригінальні розробки вчених торкаються різних аспектів використання таких технологій, як: контролінг, бенчмаркінг, грейдінг, формування системи збалансованих показників. Зокрема розглядаються сутність, теоретичні, методологічні і практичні аспекти їх використання на практиці, однак дані інноваційні технології розглядаються опосередковано, відсутній підхід, при якому ці технології управління розглядаються з точки зору можливості їх використання в якості складових організаційно-економічного механізму управління підприємством роздрібною торгівлі.

Потреба обґрунтування необхідності, можливостей використання та сполучення інноваційних технологій управління як складових організаційно-економічного механізму управління підприємством роздрібною торгівлі нафтопродуктами, спроможних забезпечити досягнення цілей, конкурентоспроможність і ефективність діяльності підприємства обумовили актуальність та мету написання даної статті.

Метою поданої статті є визначення можливостей сполучення таких технологій управління, як: контролінг, бенчмаркінг, грейдінг, формування системи збалансованих показників для забезпечення ефективності організаційно-економічного механізму управління підприємством роздрібною торгівлі нафтопродуктами.

Проведені дослідження показали, що 2006 році населення Донецької області обслуговували 529 автозаправних станцій підприємств – юридичних осіб. Значна кількість автозаправних станцій належить ТОВ “Гермес”, ТОВ “Азовнафтопродукт плюс”, ТОВ “Донбаснафтопродукт”, ТОВ “УТН – Восток”. Слід зазначити, що доля нафтопродуктів у загальному обсязі продажу непродовольчих товарів до 2000р. швидко зростала. Так, у 1995р. нафтопродукти та мастила займали лише 4,4% товарообороту непродовольчих товарів, а в 2000р. цей показник досяг 19,7%. Останнім часом частка нафтопродуктів декілька зменшилась та склала в 2005р. 19,5%, в 2006р. – 16,5%, у I півріччі 2007р. – 15%. У загальному обсязі реалізованих нафтопродуктів та мастильних матеріалів переважає бензин (87,8%), тому що більшість транспортних засобів працює саме на цьому виді палива. Дизельне паливо займало 10,7% продажу всього пального, а мастильні матеріали, які використовуються тільки для непаливних потреб, – лише 1,5%.

У першому півріччі 2007 року автозаправними станціями області продано оптом та в роздріб нафтопродуктів та газу на суму 967 млн.грн., з якого більше 70% складає продаж населенню. Через автозаправні станції підприємств продано населенню та відпущено оптом підприємствам та підприємцям 130,9 тис.т бензину, 43,1 тис.т дизельного пального, 13,9 тис.т стисненого газу для автомобілів, 21 тис.т скрапленого газу для автомобілів та 13,5 т скрапленого газу для побутових потреб. Крім того, автозаправними станціями фізичних осіб-підприємців за розрахунками реалізовано 2,9 тис.т автомобільного бензину та 0,9 тис.т дизельного пального на суму 17,9 тис.грн. Слід зазначити, що продаж бензину населенню в 3,7 раза перевищує відпуск його підприємствам та підприємцям, скрапленого газу для автомобілів – в 2,4 раза. Стиснений газ для автомобілів та скраплений газ для побутових потреб купує в основному населення, а автотранспорт підприємств та підприємців заправляється дизельним паливом у 1,8 раза більше, ніж населення.

На початок 2007р. запасів бензину на АЗС підприємств – юридичних осіб було на суму 41,1 млн.грн., що достатньо на 15 днів торгівлі, дизельного пального – 12,7 млн.грн. або на 30 днів, мастильних матеріалів – 2,6 млн.грн. або на 62 дні. За минулий рік забезпеченість бензином, дизельним паливом та мастильними матеріалами зросла, відповідно, на 1, 3 та 2 дні. У поточному році у зв’язку з кризовими явищами на нафтовому ринку та ажіотажним попитом на АЗС зросли запаси нафтопродуктів у натуральному виразі. Станом на 1 липня 2007р. на АЗС в наявності було 9,4 тис. тонн бензину та 3,2 тис. тонн дизельного пального, що відповідно на 28% та 19,9% більше, ніж на 1 квітня поточного року. Проти 1 липня 2006р. забезпеченість бензином збільшилась з 8 днів до 13 днів на 1 липня 2007р., дизельним паливом – з 19 до 38 днів, мастильними матеріалами – з 21 до 32 днів.

Зростання цін на мастильні матеріали впродовж 2006р. не було значним, при цьому індекс цін за рік становив 107,7% (2,4% – у листопаді, 1,5% – у березні, менше відсотка – в інші місяці року). У першому півріччі 2007р. тенденція зростання цін на паливно-мастильні матеріали збереглась і приріст цін на бензин за січень–червень поточного року був майже втричі вищим, ніж за 2006р. в цілому, на дизельне паливо – майже в 2 рази.

Використання пально-мастильних матеріалів підприємствами Донецької області в першому півріччі 2007 року в порівнянні з аналогічним періодом 2006 року зменшилось на 3,7%, в грудні 2007 року в порівнянні з листопадом 2007 року зменшилось на 2%.

В 2007 році в області діють 486 автозаправних станцій, отже можна зробити висновок, що їх кількість зменшилась на 8,2% в порівнянні з 2006 роком [5].

Таким чином можна зробити висновок, що на ринку роздрібною торгівлі нафтопродуктами в Донецькій області загострюється боротьба за споживача, перед підприємствами постають проблеми забезпечення ефективності діяльності, проблеми виживання. Вирішення цих проблем залежить від ефективності функціонування організаційно-економічного механізму управління та технологій менеджменту, що використовуються.

Організаційно-економічний механізм управління підприємством роздрібною торгівлі нафтопродуктами

являє собою сукупність способів і методів організації і виду організаційних структур, органів управління і їх функцій і повноважень щодо організації торгівлі нафтопродуктами; управління основними та оборотними засобами, витратами підприємства; вдосконалення технологічного процесу; управління асортиментом та якістю продукції; управління персоналом; управління маркетинговим потенціалом; організації економічної безпеки підприємства; управління збутом та розподілом; управління рекламою та стимулюванням збуту; управління інноваційною діяльністю; прийняття управлінських рішень в галузі торгівлі нафтопродуктами; а також заходів щодо забезпечення зацікавленості всіх учасників процесу торгівлі нафтопродуктами в забезпеченні його ефективності.

Для забезпечення виживання і конкурентоспроможності діяльності підприємства торгівлі нафтопродуктами традиційні технології управління організаційно-економічного механізму повинні бути доповнені інноваційними технологіями управління, що забезпечать якісно новий підхід до оцінки діяльності конкурентів, розробки рекомендацій та програм щодо управління конкурентоспроможністю підприємства на основі отриманих результатів оцінки діяльності підприємства, визначення підконтрольних показників реалізації програм управління конкурентоспроможністю, а також вирішать проблеми мотивації персоналу шляхом мінімізації суб'єктивізму в оцінці робіт та в визначенні розмірів зарплат, зменшення впливу ринку на мотивацію.

В якості технології управління, що забезпечить вирішення проблем мотивації персоналу на підприємствах торгівлі нафтопродуктами, слід розглядати грейдінг.

Грейдінг – це групування посад за певними підставами (визначення „ваги”, класифікація, тощо) з метою стандартизації оплати праці в організації [6, с. 16].

За допомогою грейдінгу можуть бути спрощені роботи щодо обґрунтування обсягів виконуваних робіт та заробітної плати за ці роботи шляхом порівняння посад і задач, за виконання яких відповідають ці посади (за значущістю для організації), визначення розмірів окладів в залежності від значущості робіт і посад для організації, підтримки на цій основі планування витрат на персонал та чисельності персоналу підприємства, забезпечення кар'єрної мотивації для вже працюючих працівників та мотивації залучення нових працівників.

Грейдінг передбачає здійснення аналізу, опису і оцінки робіт; характеристик робітника; вимог, що пред'являються до робітника; вимог до досвіду робітника; специфічних вимог посади, яку обіймає робітник; особливостей, що визначають та характеризують певні професії та впливають на посадові вимоги; професійних характеристик (задач і вимог) робітників; розподіл посад за значущістю для організації; визначення грейдів; привласнення посадам певних розмірів окладів (тарифікація); вивчення ринкового рівня оплати праці; аналіз та виправлення невідповідностей розмірів окладів, встановлених підприємством та ринкового рівня оплати праці.

При здійсненні реалізації технології грейдінгу керівництво підприємства може звернутись до технології контролінгу, оскільки контролінг покликаний забезпечити методичну підтримку грейдінгу щодо вибору методів визначення значущості посад, порівняння окладів і значущості посад; інформаційну підтримку при визначенні та оцінці ключових посад, вивченні та аналізі ринкового рівня оплати праці, накопичення інформації щодо досвіду грейдінгу підприємства і підприємств конкурентів.

Також керівництво для підвищення ефективності та обґрунтованості здійснення основних етапів процесу грейдінгу може звернутись до технології бенчмаркінгу, який дозволить виявити основні недоліки та можливості вдосконалення процесу грейдінгу на основі вивчення досвіду конкурентів.

Використання системи збалансованих показників під час реалізації грейдінгу на підприємствах дозволить сконцентрувати увагу керівництва підприємства на основних його аспектах і надасть можливість пов'язати між собою причинно-наслідковим ланцюгом цілі управління персоналом та інші цілі підприємства, розподіл посад, завдань за значущістю та їх співставлення із розмірами ставок заробітної платні, методи матеріального, нематеріального, умовно-матеріального та немонетарного стимулювання, а також забезпечить ефективність реалізації грейдінгу на підприємстві. Для вирішення цих задач за допомогою системи збалансованих показників цілі грейдінгу повинні бути пов'язані з стратегічними цілями діяльності підприємства за допомогою монетарних і немонетарних показників. Зокрема це стосується ув'язки системи мотивації з такими показниками як: ринкові рівні оплати праці, тарифний розряд, рівень компетенції, обсяги та доцільність навчання, підвищення кваліфікації, ефективності роботи, умов праці, досвід роботи, масштаби роботи, значущість роботи, ступінь відповідальності, ступінь навантаження, наявність несприятливих факторів, рівень ризику, професійної придатності, тощо.

Таким чином, використання грейдінгу в практиці діяльності підприємств торгівлі нафтопродуктами дозволить: ув'язати методи оцінки, аналізу, опису посад, способи формалізації вимог посад, оцінку компетенції і ефективності діяльності певного співробітника і методи мотивації працівників; забезпечити прагнення робітника до ефективної діяльності, створення корпоративної системи кар'єрних цінностей, вибір найбільш дієвих стимулів діяльності працівника; надати можливість робітнику самостійно керувати власною кар'єрою, планувати свій розвиток; підвищити ефективність управління персоналом і діяльністю підприємства в цілому.

Отже використання грейдінгу спрямоване на підтримку всіх систем організаційно-економічного механізму управління підприємством та забезпечення можливостей використання таких інноваційних технологій управління як бенчмаркінг, контролінг та система збалансованих показників.

Збалансована система показників може розглядатись в якості інноваційної технології управління підприємством, оскільки вона використовується відносно короткий час і спрямована на забезпечення

відповідності дій всіх робітників і структурних підрозділів з стратегічними цілями діяльності підприємства, а також на забезпечення отримання своєчасної комплексної інформації про перспективи і результати діяльності підприємства, визначення внеску кожного робітника і структурного підрозділу в досягнення цілей підприємства, взаємозв'язку між стратегічними цілями підприємства на основі використання традиційних фінансових показників, показників задоволеності клієнтів, ефективності внутрішніх процесів, а також на основі побудови різноманітних причинно-наслідкових ланцюгів.

Збалансована система показників має дещо схожі цілі з технологією контролінгу, оскільки ця технологія також покликана забезпечити інформаційну і методичну підтримку щодо досягнення цілей діяльності підприємства, ефективність діяльності підприємства, узгодженість цілей і дій щодо досягнення цих цілей, надати можливість опису стратегії діяльності підприємства за допомогою монетарних і немонетарних показників, спрямована на підтримку та спрощення системи планування. Однак система контролінгу спрямована також на сервісне обслуговування системи менеджменту підприємства, а отже і на сервісне обслуговування системи збалансованих показників підприємства.

Технологія бенчмаркінгу може використовуватись для обґрунтування та опису обраної конкурентної стратегії підприємства та надавати необхідну інформацію щодо стану конкурентного середовища, основних параметрів діяльності конкурентів, конкурентних переваг та слабких сторін діяльності підприємства в порівнянні з конкурентами, що також забезпечить ефективність використання системи збалансованих показників підприємствами торгівлі нафтопродуктами.

Бенчмаркінг має використовуватися як технологія управління, спрямована на оцінку діяльності підприємств конкурентів з метою визначення можливостей вдосконалення процесу управління підприємством та підвищення його ефективності на основі отримання конкурентних переваг і покращення конкурентних позицій підприємства на ринку.

Бенчмаркінг повинен здійснюватись на корпоративному, процесному і портфельному рівнях. На корпоративному рівні бенчмаркінг повинен передбачати моніторинг маркетингового середовища, оцінку результативності стратегічного управління підприємства і підприємств-конкурентів; на процесному рівні повинна проводитись оцінка системи менеджменту, аналіз і оцінка стратегій підприємства і підприємств-конкурентів; на портфельному рівні повинен здійснюватись аналіз і оцінка товарної, цінової, кадрової, інноваційної, інвестиційної, комунікаційної політики, а також політики збуту та розподілу підприємства і підприємств-конкурентів.

Результати бенчмаркінгу можуть використовуватись в якості інформаційної бази прийняття управлінських рішень щодо управління конкурентоспроможністю підприємства, під час планування та оцінки ефективності діяльності підприємства, тобто можуть використовуватись в системі контролінгу діяльності підприємства. Контролінг, в свою чергу, покликаний забезпечити бенчмаркінг сучасними методиками і інструментарієм оцінки діяльності підприємств-конкурентів, надати необхідну інформацію про стан та перспективи розвитку зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, його сильні та слабкі сторони.

Основною метою контролінгу, як технології управління, є забезпечення досягнення цілей діяльності підприємства, узгодження та координація зусиль всіх підрозділів підприємства на досягнення загальних цілей підприємства. Для досягнення цієї мети підприємства використовують різноманітний інструментарій контролінгу, використання якого дозволяє оптимізувати і підвищити ефективність процесів планування, організації, контролю, моніторингу, регулювання діяльності підприємства шляхом забезпечення прийняття обґрунтованих цілеспрямованих управлінських рішень.

Використання контролінгу як технології управління надасть підприємству можливості перетворення традиційної системи обліку в управлінський облік для вирішення задач управління; вдосконалення системи обліку витрат та доходів підприємства; підвищення якості управління на всіх етапах управлінського процесу на основі виділення центрів відповідальності; підвищення якості системи моніторингу зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства та оперативності отримання необхідної інформації; оптимізації інформаційних потоків на підприємстві; підвищення якості діагностики відхилень очікуваних результатів від запланованих на основі використання інструментарію контролінгу; забезпечення дієвості системи інформаційного забезпечення; підвищення якості і ефективності систем планування, організації, мотивації, інформаційного забезпечення процесу прийняття управлінських рішень, контролю та регулювання за рахунок координації діяльності різних підрозділів підприємства; уніфікації критеріїв оцінки діяльності підрозділів і підприємства в цілому.

Таким чином, можна зробити висновок, що використання інноваційних технологій управління в якості складових організаційно-економічного механізму управління підприємством торгівлі нафтопродуктами забезпечить інформаційну, методичну, консультаційну, аналітичну підтримку систем планування, організації, інформаційного забезпечення, мотивації, контролю та регулювання, контролінгу. Використання сполучення технологій контролінгу, бенчмаркінгу, грейдінгу, системи збалансованих показників надасть підприємству можливість більш якісного визначення і обґрунтування стратегічних напрямків розвитку діяльності підприємства та визначення його перспектив; реалізації стратегії підприємства; забезпечити ефективність, гнучкість і адаптивність системи управління підприємством; забезпечити своєчасність розпізнавання вагомих змін і розробки відповідних заходів; оптимізувати витрати та максимізувати прибути підприємства; постійного вдосконалення процесів управління підприємством, з урахуванням вимог ринкової економіки.

Перспективами подальших досліджень в даному напрямку є розробка інтегрального критерію

ефективності використання сполучення технологій контролінгу, бенчмаркінгу, грейдінгу, системи збалансованих показників та інших технологій управління та розробка пропозицій щодо їх практичного втілення у підприємствах роздрібною торгівлі нафтопродуктами.

Література

1. Балабанова Л.В. Стратегическое маркетинговое управление предприятием на основе бенчмаркинга: Моногр./ Л.В. Балабанова, В.В. Слипенкий. – Донецк: ДонГУЭТ, 2005. – 171 с.
2. Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование. / Horvath & Partners; Пер. с нем. – 2-е изд. – М.: Альбина Бизнес Букс, 2006. – 269 с. (Серия «Модели менеджмента ведущих корпораций»)
3. Попченко Е.Л., Ермакова Н.Б. Бизнес-контроллинг. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2006. – 288 с.
4. Сучасні концепції менеджменту: Навч. Посібник / За ред. д-ра екон. Наук, проф. Л.І. Федулової. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 536 с.
5. Торговля нафтопродуктами в Донецькій області за I півріччя 2007 року. Економічна доповідь ДКСУДО. – Донецьк, ДКСУДО, 2007 – 11 с.
6. Чемяков В.П. Грейдинг: технология построения системы управления персоналом. – М.: Вершина, 2007. – 208 с.: ил., табл.

Надійшла 06.04.2008 р.

УДК 658.168.3

Л. І. РЕДЬКО

Мелітопольський інститут державного та муніципального управління «КПУ»

ПРОБЛЕМИ РОЗРОБКИ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Інновація, нововведення, інноваційна діяльність та інноваційна політика – це нові категорії, що з'явилися в економічному розвитку нашої країни на етапі формування ринкових відносин та створення нових підходів до управлінської діяльності. Цих категорій не було у вітчизняній економічній теорії та практиці кількох останніх десятиріч. В радянській економічній науці в цей період проблематику нововведень розробляли лише в межах досліджень науково-технічного прогресу.

Можливості переходу до переважно інноваційного розвитку встановлюються в самій економічній системі, а не генеруються поза її межами, і цей висновок докорінно змінює традиційні уявлення про економічний розвиток. Однією з найважливіших передумов переходу економіки до інноваційного розвитку є поступове нагромадження капіталу, яке на певному етапі забезпечує технологічний прорив і, як наслідок, значне збільшення продуктивності.

Проблемам інновацій на українських підприємствах приділяли багато уваги такі вітчизняні науковці як Ю. Пахомов, Д. Гуменюк, А. Гречан, І. Драган, С. Захарін, В. Клименко, О. Терещенко, І. Туболец, В. Чабан О. Торшин. Дехто з них навіть звужувався у своїх працях до аналізу проблем інноваційної діяльності на машинобудівних підприємствах України. Що стосується нормативної бази, то основні вимоги до трактування та визначення основних аспектів інновацій закріплено в Законі України «Про інноваційну діяльність» Крім того, є інформація про те, що даний напрямок досліджено й російськими вченими. Відомими розробниками аналізу інновацій на мікрорівні, тобто на підприємствах, є І. Балабанов, І. Дежина, П. Завлин, О. Мотовилов.

Інноваційна модель економіки має складний характер і складається з багатьох елементів, але особливого значення набуває система управління фінансовими ресурсами та їх регулювання в розрізі інноваційного розвитку безпосередньо на рівні підприємств як генераторів інноваційних процесів. Визначальним елементом спроможності підприємства здійснювати інноваційну діяльність є інноваційний потенціал. Найчастіше структуру потенціалу представляють у складі кількох елементів: кадрова, інформаційно-методологічна, організаційна та матеріально-технічна складові [1].

Інноваційна активність національної економіки визначається результатами діяльності підприємств, які розробляють, впроваджують нововведення в промисловості. Інноваційна діяльність підприємства залежить від його інноваційного потенціалу. Інноваційний потенціал може бути значним як з кількісної, так і з якісної точки зору, але це не є показником того, що він може бути повністю реалізований і повністю використовуватися в необхідному масштабі.

Важливу роль у підвищенні інноваційної активності підприємств відіграє вибір і реалізація відповідної стратегії інноваційного розвитку підприємства. Для визначення майбутньої стратегії підприємства потрібна інформація щодо величини інноваційного потенціалу та рівня його використання. Використання ресурсів завжди є цілеспрямованим і певним чином організованим для реалізації потреб суспільства й суб'єктів господарювання. Цілями інноваційної діяльності можуть бути збільшення прибутку, збільшення

конкурентоспроможності продукції, збереження ніші на ринку тощо. Інноваційний потенціал підприємства являє собою наявні та приховані можливості залучення та використання ресурсів, спрямованих на сприйняття, впровадження нововведень, які можуть бути залучені для досягнення цілей економічних суб'єктів. Для ефективного здійснення інноваційної діяльності підприємству потрібна така сукупність ресурсів: інтелектуальних (технологічна документація, винаходи, патенти, ліцензії, корисні моделі, промислові зразки); матеріальних (дослідне, експериментальне і лабораторне устаткування); фінансових (власні, запозичені, інвестиційні, бюджетні, грантові кошти); інфраструктурних (власні, підрозділи НДР і ДКР, конструкторський відділ, відділ головного технолога, відділ маркетингу нової продукції, лабораторія контролю якості продукції, патентно-ліцензійний відділ); додаткових ресурсів підвищення результатів інноваційної діяльності (партнерські та особисті зв'язки з науково-дослідними інститутами, ВНЗ, у тому числі й закордонними, інформаційний відділ, досвід управління проектами, стратегічне управління підприємством). Інноваційний потенціал розглядають як сукупні можливості підприємства щодо ефективного впровадження нових технологій. Такими можливостями вважають сукупність фінансових, кадрових, матеріальних та інших ресурсів [2].

Ця проблема набуває особливого значення в умовах ринкової боротьби конкурентних переваг вітчизняних підприємств, оскільки величина інноваційного потенціалу характеризує масштаби інноваційних процесів, що відбуваються на різних підприємствах. Тим більше, що оцінка інноваційного потенціалу підприємств дозволяє нам мати певну інформацію для подальшого дослідження проблем інноваційного розвитку української економіки взагалі, починаючи з часів радянського періоду і до теперішнього часу.

Але в даній статті більше уваги буде приділено аналізу проблеми інноваційних підходів до управління фінансовими ресурсами машинобудівних підприємств України, проблем впровадження інновацій у сферу управління фінансами, а також проблемам фінансування інновацій на підприємствах машинобудування. Ці питання були обрані для вирішення як найбільш актуальні, оскільки саме ці проблеми потребують в наш час термінового вирішення.

Управління фінансовими ресурсами машинобудівних підприємств включає аналіз, прогнозування та контроль за формуванням і використанням коштів. Саме таке управління через основні функції менеджменту спрямоване на збільшення фінансових ресурсів, інвестицій, нарощування обсягу капіталу, розробку і прийняття обґрунтованих рішень щодо залучення й ефективного використання фінансових ресурсів [3]. Крім того, саме завдяки збільшенню фінансових ресурсів зростає ймовірність фінансування розробки та впровадження інновацій особливо на машинобудівних підприємствах. Звісно процес підготовки, розробки та впровадження інноваційних підходів до управління фінансовими ресурсами та фінансування інновацій на підприємствах не відбуватиметься, якщо на підприємстві не забезпечити умови для здатності та активності до інновацій.

Особливо складна ситуація склалася в машинобудуванні, що має ключове значення для технологічного переозброєння всіх галузей виробництва. Для забезпечення раціональної структури промисловості, що сприятиме інноваційному розвитку країни, необхідно забезпечити нарощування частки машинобудування в загальній структурі промисловості.

З точки зору економічного прогресу, важливим є розширене відтворення, коли у кожному наступному циклі відбувається кількісне збільшення та якісне покращення випущеної продукції за умов більш високого рівня розвитку продуктивних сил. Оскільки відношення власності є формою, а продуктивні сили змістом суспільного способу виробництва, і визначальною у співвідношенні цієї пари категорією є зміст, то розвиток продуктивних сил виступає більш загальним критерієм економічного прогресу. З розвитком продуктивних сил збільшується продуктивність праці, національне багатство, з'являються нові виробництва, джерела енергії, продукція, джерела збільшення фінансових ресурсів. Завдяки такому процесу можна вести мову про фінансування інноваційних програм діяльності підприємств.

Основними складовими елементами системи продуктивних сил є робоча сила, засоби праці та предмети праці, наука, сили природи, форми та методи організації виробництва, а також інформація, в результаті взаємодії яких і здійснюється відтворення цієї системи. В ній найбільш важливим є постійне відтворення робочої сили. І оскільки людина одночасно виступає і виробничою силою, і носієм виробничих відносин, то головним критерієм суспільного способу виробництва є розвиток людини, його потреб, інтересів, цілей. Рівень досягнення цієї мети і буде визначати соціальну ефективність. Це також може виступати інноваційним підходом до підвищення рівня управління фінансовими ресурсами підприємства через соціальний фактор та підвищення ефективності праці.

Таким чином, слід відзначити, що поняття «ефективне використання фінансових ресурсів» повинно мати самостійне значення. У загальному уявленні «ефективний» означає той, що дає певну віддачу. Отже, це поняття повинно відображати результат використання наявного певного виду ресурсу. Однак тут слід враховувати сутність фінансів як самостійної економічної категорії. Розподіл та перерозподіл вироблених ресурсів підприємство здійснює, використовуючи головну функцію фінансів – розподільчу. Тому від того, за якими принципами формуються ресурси підприємств, значною мірою залежить успіх їх функціонування у ринковій економіці. Отож, «ефективне використання фінансових ресурсів» повинно означати не тільки отримання максимальної віддачі від цих ресурсів, але й правильний розподіл та вкладення їх для подальшого розвитку машинобудівних підприємств. А забезпечуючи оптимальне співвідношення ресурсів з метою отримання максимального результату від їх використання можна виробити певні правила інноваційного характеру щодо управління фінансовими ресурсами машинобудівних підприємств.

Крім того, можна звернути увагу при розгляді подібних проблем ще на деякі факти. Економічний прогрес засновується на реальних досягненнях в процесі економічного росту, що й повинно служити критерієм оцінки господарських заходів. Будь-який процес, який відбувається в природі, суспільстві, науці та в усіх інших сферах людської діяльності, має за ознаку ефективність, і критерієм її є певні досягнення, які характеризують цю ефективність. Критерій, з одного боку, повинен відображати кінцевий результат здійснення господарських заходів виходячи з поставленої суспільством соціально-економічної мети його розвитку, а з іншого боку – давати якісну характеристику такому результату [4].

На даному етапі дещо ускладнюється реалізація таких важливих завдань, як технологічне оновлення традиційних галузей економіки та створення нових виробництв як чинників інноваційного потенціалу машинобудівних підприємств.

Але суміжно існують ще питання щодо інновацій. Так, на думку С. Валдайцева фінансування інновацій на підприємстві може здійснюватись з таких джерел [5]:

а) самофінансування:

- самофінансування з нагромаджених прибутків (за рахунок фонду розвитку підприємства, якщо такий є у наявності);

- використання резервного фонду для покриття тимчасових поточних збитків підприємства, що плануються до виходу підприємства на проектні показники обсягів випуску та продажу;

- фінансування з власного капіталу підприємства;

б) позикові кошти:

- банківські кредити;

- комерційний кредит постачальників матеріальних покупних ресурсів;

- лізинг спеціально замовленого обладнання з відстроченим викупом його (при цьому можливим є не один різновид такого лізингу – прямий, оперативний, фінансовий);

в) залучені кошти:

- залучені кошти акціонерів-пайовиків;

- кошти, залучені від розміщення на фондовому ринку нових випусків акцій;

г) інші змішані або нетрадиційні джерела фінансування:

- інноваційний кредит;

- зовнішнє самофінансування (отримані фонди з точки зору балансу фірми є власними і нічого не коштують підприємству у тому розумінні, що подібне фінансування не означає виникнення будь-яких безумовних зобов'язань підприємства перед акціонерами з виплати їм компенсації за залучені кошти).

Фінансування інновацій з позикових коштів є більш ризикованим кроком для підприємства, оскільки незалежно від факту отримання або неотримання в результаті нововведення додаткових прибутків кредит доведеться повертати, сплачуючи відсотки.

Перебираючи кілька джерел фінансування інновацій, справедливо можна звзвити свою увагу до двох:

- кошти самих засновників підприємства;

- кошти сторонніх спеціалізованих (венчурних) інвесторів та кредиторів.

Крім того, слід звернути увагу на схему фінансування інновацій, коли ініціатори впровадження інновацій шукають інвесторів. Ця схема на сучасному етапі фінансування інноваційних розробок є дуже актуальною особливо на українських машинобудівних підприємствах. На нашу думку ця актуальність зумовлена недостатньою державною підтримкою інноваційних розробок певних моделей як фінансування інноваційних програм, так і фінансування інноваційних підходів до управління фінансовими ресурсами підприємств.

Серед основних перешкод на шляху створення механізмів фінансового забезпечення інноваційної моделі управління фінансовими ресурсами машинобудівних підприємств можна назвати:

1) збереження можливостей отримувати високі прибутки від традиційних видів економічної та виробничої діяльності підприємств;

2) слабкість та неліквідність внутрішнього балансу розподілу коштів;

3) складності з ефективним розміщенням фінансових ресурсів у банківській системі.

Але для впровадження тих чи інших програм необхідно розробити на підприємстві певну стратегію, оскільки саме вона є основним інструментом управління, діяльність якого спрямована на отримання прибутку підприємства. Інноваційна стратегія розвитку підприємства згідно нової програми повинна базуватися на розгляді кожного ноу-хау як складної системи взаємозалежних видів діяльності, в результаті чого ідея не лише матеріалізується у формі нового продукту, а й сприймається споживачем. Зрозуміло, що за своїми якісними характеристиками інноваційна програма має відповідати світовим стандартам або навіть випереджати їх. Крім того, реалізація інноваційної стратегії підприємства має забезпечити його повну конкурентоспроможність.

Активізувати процес упровадження інноваційних проектів має сучасний механізм надання пільг вітчизняним машинобудівним підприємствам. Треба також подбати про підвищення рівня інноваційної культури суспільства та про активніше створення інноваційних виробництв у пріоритетних галузях [6].

Сучасним стримувальним фактором інноваційної діяльності є відсутність або нестача засобів фінансування інноваційних проектів. Здебільшого це свідчить і про те, що на підприємстві недостатньо уваги приділяється розвитку та підвищенню фінансових можливостей на ринку. Окремі спостереження та

дослідження підтверджують напрямки вирішення подібних проблем через вітчизняні інноваційні банки.

В Україні деякі з комерційних банків мали діяти як інноваційні (Укрінбанк, Укрміжвзбанк, НТК-банк, Південкомінбанк). Проте подальші умови розвитку української банківської системи не сприяли спеціалізації Інноваційного банку. В зарубіжних країнах фінансування і кредитування інноваційної діяльності здійснюють переважно фінансово-кредитні установи небанківського типу, в тому числі спеціально для цього створені венчурні фонди. В Україні державна фінансова підтримка інновацій покладена на Державний інноваційний фонд України, який надає безпроцентні кредити терміном до трьох років. Інноваційні фонди існують на підприємствах у деяких галузях промисловості. В цілому ж існуюча в Україні система фінансової підтримки інноваційної діяльності залишається слабкою [7].

Машинобудівні підприємства мають унікальний досвід організації масової інноваційної діяльності, коли за допомогою різних матеріальних та моральних стимулів заохочувався винахідницький та раціоналізаторський рух серед працівників. Деякі напрацювання широко використовуються за кордоном і до тепер. В сучасних умовах на більшості підприємств ця робота не проводиться з певних причин, головною з яких є ефективне поєднання інвестицій та інновацій як комбінованого методу управління фінансовими ресурсами підприємств. Більшість машинобудівних підприємств використовують застарілу матеріально-технічну базу, обігові кошти здебільшого спрямовуються не на оновлення устаткування, а на ремонт. Найпотужнішими джерелами фінансування інноваційної діяльності машинобудівних підприємств є прибуток, інвестиції та кредити.

На думку С. Захаріна, теоретично для вирішення проблеми активізації інноваційної діяльності машинобудівних підприємств необхідно створити відповідне економіко-правове середовище, яке б стимулювало товаровиробника впроваджувати науково-технічні розробки й інновації, включаючи механізми активного державного регулювання.

Має бути реформована система моніторингу розвитку інноваційної сфери машинобудівних підприємств, оскільки стан цієї сфери й досі оцінюється здебільшого за параметрами технічного розвитку, майже не беруться до уваги економічні, організаційні та маркетингові показники. Інноваційна стратегія розвитку підприємства повинна базуватися на розгляді кожного ноу-хау як складної системи взаємозалежних видів діяльності [6].

Але в Україні на машинобудівних підприємствах недостатньо можливостей для застосування кардинально нових методів управління особливо у сфері фінансових ресурсів. Така ситуація на вітчизняних підприємствах спостерігається через нестачу можливостей для розробки та залучення високих технологій, недостатню кількість коштів тощо. Тому можна спробувати впровадження механізму управління фінансовими ресурсами, що передбачатиме спільне використання новітніх та існуючих технологій та інструментів функціонування. При цьому не слід відходити від виробництва високоякісної продукції, а на додачу необхідно використовувати певні кроки згідно інноваційних ідей. Саме це має стати предметом подальших досліджень проблем інноваційних підходів до управління фінансовими ресурсами машинобудівних підприємств нашої країни.

Література

1. Кравченко М.О. Розвиток кадрової складової інноваційного потенціалу підприємств // Економіка та держава. – № 3. – 2006. – С. 77 – 81.
2. Чабан В.Г. Інноваційний потенціал підприємства та його оцінка // Фінанси України. – № 5. – 2006. – с. 142-148.
3. Задахайло Д.В., Кібенко О.Р., Назарова Г.В. Корпоративне управління: Навчальний посібник. – Харків: Еспада, 2003. – 688 с.
4. Финансовое положение предприятия (оценка, анализ, планирование): Научно-методическое издание / Под ред. д.э.н., профессора А.В. Чуписа. – Сумы: Издательство «Университетская книга», 1999. – 332 с.
5. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса и инновации. – М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 1997. – 336 с.
6. Захарін С.В. Посилення ролі корпоративних структур у розвитку інноваційної економіки // Фінанси України. – № 5. – 2006. – с. 117-126.
7. Енциклопедія банківської справи України / Редкол.: В.С. Стельмах (голова) та ін. – К.: Молодь, Ін Юре, 2001. – 680 с.

Надійшла 24.04.2008 р.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ ЛОГІСТИКИ СЕРЕДНЬОГО ТА МАЛОГО БІЗНЕСУ

Сучасне динамічне ринкове середовище з високим ступенем невизначеності та жорсткою конкуренцією накладає новий перелік вимог до якості логістичного забезпечення будь-якої сфери комерційної діяльності. Найгостріше це питання постає в сфері торгівлі промисловими непродовольчими товарами сегменту високих технологій та коштовних і індивідуальних виробів, а саме на останній ланці логістичних ланцюжків поставок.

Дослідженнями у галузі комплексних інформаційних систем управління складським господарством детально займались вітчизняні і зарубіжні науковці-економісти: Д.Шехтер, Г.Сандер, А.Долгов, С.Уваров, Н.Гегамов, Д.Іванов, В.Яценко, С.Бойко. Але незважаючи на детальне опрацювання цього кола проблем в їх роботах недостатня увага приділяється останній ділянці логістичного ланцюга поставок – дрібнооптовим та роздрібним фірмам-реалізаторам. В залежності від особливостей товару можливо віднайти резерви саме в цій галузі. Подальший розгляд цього питання деталізовано в даній статті.

До сьогодні активно розглядались програмні та апаратні засоби реалізації систем управління складом WMS(Warehouse Management System) як один з найбільш динамічно зростаючих ринків в галузі реалізації інформаційних послуг та побудови інформаційних систем. За прогнозами аналітиків світовий ринок систем управління складами буде продовжувати зростати в середньому на 4,8% щорічно протягом наступних 5 років. Якщо в 2006 році обсяг ринку склав 1075 млн. доларів, то у відповідності до результатів досліджень, проведених та опублікованих консалтинговою групою ARC Advisory Group в 2011 році цей показник сягне 1362 млн. доларів [1, с. 36]. Серед найвідоміших систем управління складом можна відмітити наступні:

- 1.Manhattan ILS
- 2.Exceed WMS
- 3.HighJump Warehouse Advantage – 45
- 4.Logistic Vision Suite III
- 5.Oracle eBusiness Suite WMS
- 6.«ПРОКСИМА СКЛАД» WMS та ін.

Однак результативність функціонування цих систем можливо підвищити, інформаційно інтегрувавши в них розподілені дрібнооптові пункти зберігання та роздрібною продажу. Отримання інформації з таких пунктів в режимі реального часу та інтеграція цієї інформації в існуючу базу даних дозволить вивести на новий рівень оперативність і ефективність роботи з таким родом пунктів і дозволить розглядати їх як розподілений склад.

В розглянутому проблемному сегменті переважна більшість відносин мають характер постачальник-реалізатор. Це зумовлено такими факторами:

- 1.високий рівень темпів морального старіння товару;
- 2.відносно короткий життєвий цикл товару;
- 3.висока вартість товару;
- 4.велика або незручна для експонування та демонстрації форма товару (хрупкість, короткий термін придатності);
- 5.високі витрати коштів і часу на монтаж або введення в експлуатацію;
- 6.широка гамма товарної продукції близька по характеристикам та різна за дизайном виконання або вторинними споживачькими якістьми, які переважно і визначають результативність вибору покупцем тої або іншої моделі;
- 7.обмеженість в можливостях торговельного приміщення або специфіка його розташування;
- 8.висока швидкість зміни асортименту або модельного ряду як завдяки еволюції споживачьких характеристик, так і завдяки зміні естетичних та інших вподобань.

Все це вносить свої корективи до усталених моделей дистрибуції та постачання і вимагає досить високого рівня обігових коштів та знань і вмінь безпосередніх продавців товару. В результаті рівень торгової націнки на товари даної специфіки залишається відносно високим, що в свою чергу веде до збільшення ціни товару і негативно позначається на активності ринку таких товарів загалом.

Щоб вижити в такому конкурентному середовищі життєво необхідно якомога більше скоротити термін обороту обігових коштів і запаси на складах без втрат в асортименті товарів, що пропонуються, і швидкості їх доставки.

Саме тут на допомогу стандартним логістичним схемам і методам приходять новітні інформаційні технології [2, с. 40].Скажімо, ведення розподілених складських запасів по реалізаторах регіону допоможе суттєво скоротити час поставки того чи іншого товару кожним з них завдяки взаємодії між начебто розрізненими торговими точками різних приватних підприємств. Автоматизація цього процесу дозволить зекономити кошти, що фірма витрачає на мерчандайзерів і торгових представників нижчої ланки. Узгоджена цінова політика дозволить встановлювати взаємовигідний рівень цін, а при можливості – застосовувати

додаткові засоби заохочення клієнтів на кшталт дисконтних систем, акційних товарів і тощо.

На заваді реалізації таких технологій в сфері малого бізнесу найчастіше стоять питання:

1. невисокий рівень освіти безпосередніх виконавців в галузі новітніх інформаційних технологій;
2. відсутність придатних каналів передачі інформації в місцях її виникнення та споживання (безпосередньо на торгових точках);
3. відсутність або висока вартість спеціалізованого торговельного обладнання, мережі його сервісного обслуговування (спеціалізовані логістичні пристрої зі зчитувачем штрих-коду і POS принтером);
4. висока вартість універсальних засобів електронно-обчислювальної техніки, що робить вузькоспеціалізоване їх використання такого роду невиправдано дорогим (мобільні персональні комп'ютери, кишенькові персональні комп'ютери, смартфони);
5. підміна електронних носіїв та способів передачі інформації доступними аналогами (телефон, первинна паперова документація).

Для вирішення цих проблем необхідно визначитись з тим, що саме з сфери інноваційних інформаційних технологій зможе забезпечити достатнє коло можливостей з огляду на обмежені фінансові і людські ресурси. Адже саме завдяки збалансованому продукту витрати на перенавчання персоналу та придбання нового обладнання будуть мінімальними а економічний ефект максимальним.

Задля реалізації такого проекту необхідно чітко окреслити коло можливостей системи, тому що саме від цього залежать витрати на розробку, впровадження і експлуатацію системи а також її програмний та апаратний склад. Виходячи з вищевказаного розглянемо основні визначальні напрямки реалізації можливостей системи та їх обмеження.

1. Канали зв'язку.

В якості каналів передачі інформації можливо використовувати як дротові мережі, так і бездротові канали зв'язку. Перевагу слід було б надавати дротовим мережам з огляду на їх швидкість та більшу захищеність. Але як показує практика це не завжди є доцільним – часто торгове місце розташовано поза розгалуженою системою наземних комунікацій або підведення їх та витрати на експлуатацію є невиправдано високими. До того ж обсяги інформації, що має передаватись в нашому випадку незначні, інформація легко піддається стисканню та шифруванню. Бажано також отримати мобільність торговельної точки, її компактність та мінімальний набір та вартість обладнання. В даному випадку ці вимоги є критичними задля забезпечення економічної ефективності проекту.

Все це вкупі зі здешевленням останнім часом вартості передачі інформації за допомогою засобів мереж GSM, а саме високошвидкісних технологій GPRS та EDGE відкриває перспективи використання стільникових мереж задля реалізації даної системи. Розповсюдження CDMA апаратів досить нерівномірне і значною мірою залежить від масштабу населеного пункту. Це може накласти обмеження на розгортання мережі торговельних точок і тому як варіант реалізації в даному випадку не розглядається. Можливо також і використання бездротових систем 3-го покоління People.NET, але в такому випадку вартість пакету послуг знов може звести нанівець економічну ефективність запропонованої схеми. В такому випадку переважна більшість можливостей цього каналу зв'язку не буде використовуватись.

Можливим варіантом було б розгортання власної мережі бездротового зв'язку на базі таких загальноживих технологій як Wi-Fi. Але це потребує значних вкладень в апаратну частину та буде мати обмежену зону покриття.

Отож, з всього спектру каналів зв'язку для реалізації нашої задачі більш за все підходить передача цифрової інформації за допомогою мережі стільникового зв'язку національних GSM операторів. Вибір здається тим більш логічним, якщо зауважити наявність мобільних телефонів цього стандарту майже у всіх підприємств. Про це з впевненістю дозволяє говорити той факт, що на сьогодні кількість активних GSM користувачів перевищує статистичні показники населення України (більшість підприємливих і технологічно освічених користувачів мають діючі картки і термінали кількох GSM операторів).

2. Апаратне забезпечення.

Виходячи з попереднього пункту визначимось і з типом апаратного забезпечення. Пропонується для побудови мережі торговельних точок використовувати мобільні телефони, що підтримують передачу даних по вищезазначеним стандартам та мають інтерфейс для підключення сканера штрих-коду. Можливі варіанти реалізації на основі мобільних ПК або персональних КПК розглядати недоцільно, тому що вартість таких пристроїв наближується до спеціалізованих логістичних комп'ютерів, що стандартно використовуються в системах управління складом.

До того ж враховуючи, що на сьогодні кількість активних абонентів стільникових мереж перевищує населення України, можна майже бути впевненим в наявності мобільного телефону. Так як реалізацію необхідних функцій (а саме функції обміну даними за допомогою GPRS та функцію підключення додаткових периферійних пристроїв Bluetooth) дозволяє реалізувати навіть самий простий стільниковий термінал, витрати на закупівлю цього обладнання будуть зведені майже до 0.

Щоб реалізувати потрібну нам функцію за допомогою мобільного телефону необхідно, щоб він мав можливість автоматизувати введення кодових позначок операцій і товару. Найпоширенішим з них є штрих-код. Штрих-код можливо сфотографувати, але універсального кроссплатформового програмного забезпечення, що дозволяє розпізнати фото та відтворити штрих-код в цифровій формі на сьогодні не існує і написання даного

типу програмного забезпечення для мобільної платформи не є доцільне

Тому в якості пристрою вводу штрих-кодів запропоновано сканер штрих-кодів з Bluetooth інтерфейсом. Перевага такого сканера в тому, що за допомогою емуляції вводу цифрової послідовності з клавіатури він дозволить позбутись написання конкретних програм та драйверів для виконання визначеного кола операцій. В найпростішому випадку необхідна цифрова послідовність, що складається з коду операції та коду товару, які є результатом зчитування відповідних штрих-кодів, може бути сформована у вигляді короткого текстового повідомлення SMS та відіслано для реєстрації в централізованій базі даних за допомогою відправки цього повідомлення безпосередньо на електронну адресу сервера. Можливо використовувати віддалене заповнення даних через форму Веб-сторінки або в спеціалізовану програму передачі цієї інформації за допомогою Internet, написану на Java. В залежності від бюджету проекту можна вибрати один з цих однаково дієвих варіантів.

Якщо мова йде про роздрібних та дрібнооптових покупців то можливим стане і використання впровадження різноманітних дисконтних систем. При цьому нарівні з виготовленням традиційних карток з індивідуальним штрих-кодом можна використовувати технологію відсилки такого коду у вигляді зображення, що відтворюється мобільним телефоном покупця. Як приклад вже існуючих і діючих систем такого формату можна навести MDS та «Мобільний білет» [3, с. 70].

3. Програмне забезпечення.

Крім підтримання даних на сервері в актуальному стані програмне забезпечення сервера має забезпечувати відповідний зворотній зв'язок. Скажімо, повідомити про нову ціну або можливі строки поставки товару. В такому випадку запит, що надходить з торгової точки містить не код операції(продажу), а інше значення і код товару. Фактично будь-яка система управління базою даних може інтерпретувати цю послідовність чисел в дії з записами бази даних.

4. Персонал.

З огляду на спрощення та механізацію обов'язків потреба в перенавчанні персоналу, звісно, присутня, але враховуючи навички роботи підлеглих з мобільним терміналом тренінг буде простим. Сам тренінг може проводитись власними силами підприємства – тобто особами, що займають наступний щабель в логістичному ланцюжку поставок.

Реалізація даного проекту в розглянутому контексті дозволить витративши мінімальну кількість зусиль та коштів просунути існуючі WMS ще на щабель ближче – безпосередньо до роздрібної реалізації товару. У випадку з обраним предметним колом галузей це дозволить отримати вагомі конкурентні переваги як з точки зору налагодження та оптимізації існуючих логістичних схем управління товарними запасами, так і з огляду скорочення логістичних транзакційних витрат.

Література

1. Бойко С. Это волшебное слово – WMS // Logistics «Логистика». – 2008. - № 2-3. – С. 36-40.
2. Клименко О.В. Информационные системы и технологии в облiку. Навчальний посiбник. – К.: Центр учбової лiтератури, 2008. – 320 с.
3. Интернет-новости: использование штрих-кода // Мир ПК. – 2007. - № 12. – С. 70-71.

Надійшла 20.04.2008 р.

УДК 331

Л. В. КИБА

Інститут програмних систем НАН України

ВИБІР СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ

Розглянуто проблеми вибору та впровадження системи електронного документообігу як інноваційної технології, проведено детальний аналіз вимог до її інформаційних, функціональних, програмних і технічних ресурсів в контексті реалізації функцій менеджменту. Розроблено узагальнений перелік вимог, окреслено сферу застосування.

Глобалізація світових процесів і глибокі соціально-політичні та економічні перетворення, розпочаті наприкінці минулого тисячоліття, створили передумови для швидкого входження України до світового інформаційного простору. Майбутнє нашої держави залежить тепер від того, як швидко і ефективно буде її поступ до інформатизації всіх суспільних процесів [1, 2].

Сьогодні інформація як найголовніший ресурс суспільства набуває стратегічного значення. Використання найновіших інформаційних технологій лише посилює цей вплив. Особливо велика роль інформації, яка переважно сконцентрована в документах, в процесі управління – на всіх його рівнях: політичному, економічному, науковому, культурному. Тому новітні технології організації ефективної роботи з документами та вдосконалення всіх інформаційно-документаційних процесів як усього суспільства, так і

окремих підприємств, стають найважливішим напрямком впровадження інноваційних технологій [3].

Процеси інформатизації, що набула сьогодні значних масштабів, стали каталізатором значного росту об'ємів інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень, і призвели до різкого збільшення кількості документів. Назріла проблема вдосконалення управління документацією викликана необхідністю активного цілеспрямованого формування інформаційних ресурсів, котрі задовольняють потреби організації. Традиційні методи роботи з документами стали малоефективними [4]. На допомогу прийшли системи електронного документообігу (СЕД), які дозволяють створювати та опрацьовувати документи електронними засобами, забезпечують управління доступом та розповсюдження значних об'ємів документів у комп'ютерних мережах [5-7]. Сучасний ринок СЕД дуже різноманітний і представлений як закордонними, так і вітчизняними розробками [8-10]. Основна перевага вітчизняних СЕД полягає в тому, що вони враховують нашу специфіку та традиції роботи з документами. Тому актуальною є проблема вибору СЕД, особливо для керівників підприємств, які повинні прийняти виважене рішення про її впровадження.

Будь-яка система документообігу, незалежно від її складності, має такий набір характеристик, котрі необхідно враховувати при визначенні вимог до системи. В класичному розумінні вимога – це здатність програмного продукту задовольняти потребам користувача. Таким чином, щоб зробити правильний вибір щодо впровадження системи документообігу, необхідно проаналізувати предметну область і визначити перелік поставлених до системи вимог [11]. Пропонуємо виділити дві групи вимог:

1. Бізнес-вимоги.
2. Вимоги до програмного забезпечення.

До першої групи належить опис процесів, що утворюють документопотік організації і підлягають автоматизації. Бізнес-вимоги повинні висвітлювати наступні проблеми:

1. Користувачі системи.
2. Сховища даних.
3. Робота з документами.
4. Робота з бізнес-логікою.

До другої – обмеження та побажання до програмного забезпечення систем документообігу. Вимоги до програмного забезпечення складаються із вимог до ресурсів, зручностей супроводу і користування.

Ідентифікація користувачів та робота в системі

Ідентифікація користувачів включає дві основні концепції – автентифікацію і авторизацію. Автентифікація – це здатність розпізнати особу користувача. Авторизація передбачає надання доступу до певних даних або ж операцій, за умови, що користувач той, за кого він себе видає.

Залучені в документопотік організації співробітники виступають в певній ролі відносно системи документообігу, тому природним є бажання підтримки в програмному продукті рольового принципу з урахуванням ієрархічної організаційної структури. На даному етапі встановлюються вимоги до безпеки системи – автентифікація і авторизація, а також вимоги підтримки роботи різних типів користувачів.

Якщо система документообігу використовує власний механізм автентифікації, треба знати який саме протокол забезпечує захист каналу даних (SSL, TLS, інший), чи можливі підключення сторонніх клієнтів, який протокол забезпечує передачу даних. Великим плюсом для системи буде можливість використання системи автентифікації третьої сторони – LDAP, Kerberos, Novell Netware, PAM, winbind і т.п. Це дозволяє застосовувати централізований механізм ідентифікації користувачів в організації, надає більше зручностей в роботі з різними системами.

До питань авторизації в системі документообігу належать механізми розмежування доступу до даних і функцій системи. Такий підхід дозволяє підтримувати розмежування доступу до документів. Кожний документ може мати встановлені для нього права доступу на читання, редагування, видалення. Дуже корисними є групи користувачів, і делегування прав доступу до документів. За допомогою груп доступу можна організувати доступ до документів для окремих колективів працівників. Делегування необхідне у випадку продовження роботи над документом, коли відсутній відповідальний за це працівник.

Організація сховища документів

Організація сховища документів є найважливішим фактором продуктивності системи документообігу. Невдала структура сховища може значно знижувати роботу з документами залежно від наповнення бази даних. Треба чітко знати кількісний об'єм документів – середню кількість документів, які циркулюють в організації при її нормальній діяльності, враховувати можливі періоди пікового навантаження, операції, критичні до об'єму даних, - додавання, пошук документа, перегляд списку документів, сортування.

Потрібно звернути увагу на можливість одночасної роботи з сервером документообігу декількох користувачів, встановити кількість користувачів, що працюють з документами. Продуктивність системи не повинна знижуватися при роботі всіх користувачів системи одночасно. Отримавши прогнозовані навантаження на сервер, можна визначити максимальне навантаження за кількістю документів та одночасно працюючих користувачів, які витримує система.

Другим важливим фактором, без якого електронний документообіг (ЕДО) не має сенсу, – це пошук документів у сховищі. Знаючи типові операції по пошуку документів в паперовому архіві, можна визначити необхідні види пошуку, їх критерії, продуктивність пошуку документів при збільшенні кількості документів, які зберігаються в базі даних.

З питанням об'єму даних тісно пов'язана і архівація документів. Необхідність проведення таких операцій виникає, коли документопотік в організації досить значний або ж положення про документообіг передбачає архівацію документів. В такому випадку ЕДО теж повинен мати механізми проведення таких операцій.

Питання поведінки сховища у випадку збоїв бази даних (збій електропостачання або ж каналу зв'язку) вимагають уточнення результатів випробувань системи, знання проблеми цілісності всієї бази, стану документа, над яким велась робота на момент збою.

Важливим фактором для великих організацій, що мають розподілену структуру, є реплікація даних. Даний механізм дозволяє отримати доступ до однакових даних на декількох серверах відразу, що дозволяє знизити навантаження на сервери даних і канали зв'язку. Система реплікації повинна підтримувати механізм змін і синхронізації документів

Робота з документами

Гнучкість СЕД визначається тими можливостями, які вона надає для роботи з документами. Ідеальним є варіант, коли ЕДО є відображенням існуючого паперового документообігу, тобто документ одного типу на папері і на екрані мають такий самий вигляд. Для цього потрібні редактор типів документів і конструктор форм для типів документів, котрі забезпечують конструювання структури документа на основі різних полів, створення та редагування цих полів, корисними є поля підстановки, які містять довідкову інформацію. Важливо уточнити, які типові операції з паперовими документами можливі в СЕД, наскільки зручне їх використання.

Велика кількість вхідної та вихідної кореспонденції вимагає конвертації документів із інших типів файлів, можливості зберігання документів других форматів в сховищі.

Наявність функції історії документа або ж ведення журналу операцій дозволить відслідкувати дії над документом за весь його життєвий цикл. Такий аудит роботи з інформаційними ресурсами дає можливість мати чіткі дані про виконувани користувачами операції з документами.

Корисним механізмом роботи з документами є відслідковування версій документів. Це дає змогу групової роботи багатьох спеціалістів над створенням різних розділів документа і подальшого об'єднання їх зусиль в один документ.

Електронний підпис (ЕП) документа дозволяє проводити рецензування і перевірку оригінальності документа [2]. Такий підпис гарантує достовірність даних про особу, яка підписує документ, і часу підписування. Перевірка оригінальності підпису встановлюється за допомогою загальнодоступних відкритих ключів, тоді як підписати документ може лише власник закритого ключа. Отримавши інформацію про механізм реалізації ЕП, необхідно вивчити питання стійкості алгоритмів шифрування і можливість доступу до закритих ключів.

Робота з бізнес-логікою

Діловодство вивчає не лише створення і пошук документів у сховищі, але й різні інші дії над ними – рецензування, роботу над документами, різні процеси, які породжують і використовують в своїй діяльності ці документи. Неможливо створити єдиний програмний комплекс, що автоматизує процеси діловодства всіх підприємств. З іншого боку адаптація існуючих процесів до програми, яка впроваджується, може зазнати поразки через багато факторів – від неможливості перебудувати процес під ЕДО до повного несприйняття співробітниками автоматизації їх процесів, яка порушує звичну для них роботу. Отже, СЕД повинна мати механізм, що дозволяє реалізувати бізнес-процеси підприємства і гнучко під них налаштуватися.

Найбільш розповсюдженою функцією СЕД є робота з маршрутом документа. Це характерно для організацій з різними видами документів. СЕД повинна підтримувати проведення таких операцій. Редагування подібних дій не має викликати труднощі. Якщо запропонований продукт має можливість створення власних маршрутів і редагування (створення) задач і дій користувача за допомогою вбудованих скриптових мов, то це надає широкі можливості щодо розширення функціональності системи в майбутньому.

Вимоги до ресурсів

Вимоги даного виду – це вимоги до технічного і програмного забезпечень [11]. Вимоги до технічного забезпечення безпосередньо визначаються вимогами до програмних продуктів, які утворюють СЕД, та додаткових програмних продуктів, про використання яких треба вивчити на початкових стадіях. Головні програмні вимоги – це вимоги до операційної системи, які можуть відрізнятися для серверної і клієнтської частин. Необхідно вивчити чи буде працювати даний продукт на існуючих версіях операційних систем.

Найчастіше використовуваним продуктом третьої сторони, необхідним для роботи СЕД, що впроваджується, є СКБД для сховища даних. Нормальна робота клієнтського місця може вимагати наявності деякого офісного пакету. Потрібно звернути увагу на питання сумісності документів із уже використовуваних офісних пакетів з тими, з якими працює клієнтське місце.

Технічна складова повинна забезпечувати максимальну продуктивність, як на клієнтському місці, так і на серверній частині.

Вартість СЕД та її впровадження

Вартість СЕД – це вартість програмних продуктів та технічної частини. Проте кінцева вартість впровадження системи може відрізнятися додатковими витратами, наприклад, купівлею стороннього програмного забезпечення, що необхідне для функціонування робочих місць. Для цього потрібно проводити глибокий аналіз використання програмних засобів. Наступний крок – визначення відповідності існуючої

апаратної бази для вирішення задач роботи з документами.

У вартість програмного продукту може входити технічна підтримка, система налаштування на конкретну організацію, тобто готове рішення. Все це може поставлятися і за окрему плату, яка може бути такою ж, як і вартість самої системи.

Ще однією статтею витрат є навчання співробітників для роботи з новою системою. Просумувавши вартість всіх витрат, отримаємо суму, яка найбільш повно відображає вартість впровадження ЕДО.

Зручність супроводу

Зручність супроводу СЕД з технічної точки зору визначається якістю системи допомоги, складністю налаштування системи на конкретну предметну область, можливістю і способом її розширення, необхідністю застосування стороннього персоналу для розширення чи налаштування системи. Експлуатаційна документація повинна достовірно відображати всі можливості системи та принципи її роботи. Потрібно перевірити відповідність довідкової інформації поточної версії системи. Плюсом буде наявність електронного навчального курсу по роботі з системою, як демонстраційного, так і інтерактивного.

Організаційні аспекти супроводу – це отримання технічної підтримки розробників системи. Потрібно в'ясувати, як саме буде надаватися ця підтримка – по телефону, e-mail, ICQ чи іншим способом. Важливим є питання початку використання системи, а саме – підготовка готового рішення, налагодженого для даного підприємства з характерними документами, типами користувачів, задачами, та навчання персоналу. Цьому сприятиме детальне вивчення та опис предметної області розробником.

Таблиця 1

Узагальнений перелік вимог

Вимога 1 рівня	Вимога 2 рівня	Вимога 3 рівня	Вимога 4 рівня	
1. Бізнес-вимоги	<i>Ідентифікація користувачів</i>	1. Автентифікація	Захист протоколу зв'язку Інтегрованість із існуючими системами автентифікації користувачів	
		2. Авторизація	Можливість організації різних рівнів доступу до даних для користувачів і груп користувачів Організація робочого місця під виконувани користувачем чи групою користувачів функції	
		3. Розмежування прав доступу до документів	Можливість встановлення різних прав доступу до документів (читання, редагування, видалення і т.п.) для користувачів і груп користувачів Делегування прав доступу до документа від однієї особи іншій	
		<i>2. Сховище документів</i>	1. Продуктивність сховища даних	Залежність швидкості роботи з документами від кількості документів в базі даних і кількості одночасно працюючих із системою користувачів
			2. Пошук документів	Пошук по полях документа Контекстний пошук по вкладених (присланих) файлах
			3. Архівация документів	Питання складності извлечения документів із архіву (пошук, читання)
	4. Стійкість сховища до збоїв бази даних			
	5. Реплікація даних		Тільки для читання З можливістю збереження змін	
	<i>3. Робота з документами</i>	1. Робота з типами документів	Створення нових типів Наявність конструктора форм Довідкові поля і поля підстановки Історія документа Відслідковування версій документів	
		2. Конвертація документів	Сканування Імпорт із інших форматів файлів	
		3. Електронний підпис		
	<i>4. Робота з бізнес-логікою</i>	1. Маршрути руху документів		
		2. Завдання (задачі) для користувачів		
		3. Робота зі сценаріями користувачів		
	2. Вимоги до програмного забезпечення	<i>1. Вимоги до ресурсів</i>	1. Операційна система	
			2. СКБД	Необхідність купівлі сторонньої СКБД
			3. Залежність від сторонніх продуктів	Наявність додаткового програмного забезпечення для роботи системи
			4. Апаратна частина	Продуктивність комп'ютерів
		<i>2. Вартість продукту</i>	1. Вартість додаткового програмного забезпечення	СКБД, офісні пакети, інше програмне забезпечення
			2. Купівля нового обладнання	
3. Витрати на навчання персоналу				
4. Витрати на підготовку готового рішення				
<i>3. Зручність супроводження</i>		1. Документація	Відповідність документації поточної версії продукту Наявність електронних навчальних матеріалів Висвітлення питань розширення системи	
			2. Можливості розширення системи	
			3. Технічна підтримка системи	
<i>4. Зручність використання</i>		1. Простота виконання базових операцій користувача	Доступність керівних елементів Кількість елементарних операцій для виконання дій	

Зручність у використанні

Зручність у використанні – це зручність роботи з системою для кінцевого користувача. Найпростіший спосіб її визначення – це встановлення складності виконання користувачами типових операцій з документами. Наприклад, скільки пунктів меню треба пройти, скільки рухів «мишкою» треба зробити, щоб ввести з клавіатури дані для створення документа. Критерієм простоти є кількість та доступність послідовних операцій. Це можна вивчити, попрацювавши з системою або ж її демо-версією.

Висновки

У пору політичної та економічної нестабільності, яка посилює вимоги до роботи з документацією, раціональна організація функціонування систем документаційного забезпечення управління сприяє зміцненню державного апарату і є суттєвим елементом його стабільності. Організація роботи з документами є важливою складовою процесів управління та прийняття управлінських рішень, суттєво впливає на їх оперативність і якість. Якість менеджменту підприємства визначається ефективністю обробки інформації, тому дослідження можливостей сучасних інформаційних технологій з точки зору їх використання в управлінні документацією, стають дуже актуальними.

В статті розглянуті окремі аспекти проблеми управління документаційними ресурсами в організаціях різного типу, а саме - проблеми ефективного впровадження СЕД. З цією метою проведено детальний аналіз вимог до СЕД, яким вони повинні задовольняти, щоб стати ефективним інструментом інформаційного менеджменту. Результатом такого аналізу став узагальнений перелік вимог (табл. 1), який матиме важливе значення для правильного прийняття рішення про впровадження системи документообігу.

Література

1. Про національну програму інформатизації: Постанова Кабінету Міністрів України від 31 серп. 1998 р. № 1352
2. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22.05.2003 р. № 851-IV
3. Ларин М. Управление документацией и новые информационные технологии. – М., 1998.
4. Организация работы с документами. – М.: ИНФРА, 1998. – С. 50-57.
5. Гавердовский А. Концепция построения систем автоматизации документооборота // Открытые системы. – 1997. - №1. – С. 22-31.
6. Вендров А. Современные технологии анализа и проектирования информационных систем. /http://www.citforum.ru/seminars/cis99/sch_03.shtml
7. Калянов Г.Н. CASE: структурный системный анализ (автоматизация и применение). – М.: ЛОРИ, 1996
8. Глинских А. Современные системы электронного документооборота // Директор ИС. – 2002. -№ 01, ч.1
9. Романов Д.А, Правда об электронном документообороте. – М.: ДМК Пресс, 2002.
10. Саттон М. Корпоративный документооборот: Принципы технологии, методология внедрения: Пер. с англ. –СПб.: Азбука, 2002.
11. Алексеев В.А., Голуб В.В., Дехтяренко В.И., Киба Л.В., Рогачев В.Е. Анализ актуальных проблем создания корпоративной системы электронного документооборота // Проблемы программирования. – 2001. - № 3-4

Надійшла 30.03.2008 р.

УДК 658.6

Н. І. ФЕДИНЕЦЬ
Львівська комерційна академія

ВИЗНАЧЕННЯ ЧИННИКІВ МАКРОСЕРЕДОВИЩА ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ В МЕНЕДЖМЕНТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкових відносин зростає різноманіття функцій менеджменту торговельного підприємства. Для їх реалізації необхідно визначити параметри зовнішнього середовища та чинники, що їх визначають. Актуальність проблеми визначення чинників макросередовища внутрішньої торгівлі України безсумнівна, оскільки середовище функціонування внутрішньої торгівлі надзвичайно мінливе.

Проблема визначення та забезпечення виконання функцій менеджменту торговельного підприємства неодноразово ставала об'єктом наукових досліджень. Цій проблематиці присвятили публікації такі провідні вчені, як І. Бланк [1, с. 16], А. Мазаракі [2, с. 193], М. Сорочіна [3, с. 89], Н. Ушакова та ін. Проте питання визначення чинників макросередовища внутрішньої торгівлі як задачі реалізації функцій менеджменту торговельного підприємства є малодослідженим.

Мета статті – визначити чинники макросередовища внутрішньої торгівлі для ефективного виконання функцій менеджменту торговельного підприємства.

З метою полегшення ідентифікації чинників макросередовища внутрішньої торгівлі ми класифікували їх наступним чином (рис. 1):

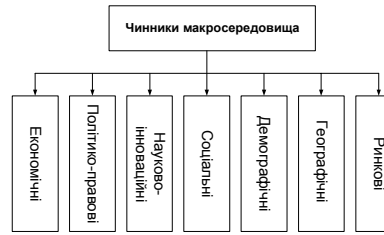


Рис. 1. Чинники впливу макросередовища на внутрішню торгівлю (власне опрацювання)

Для виявлення ступеню впливу чинників макросередовища на внутрішню торгівлю нами проведено анкетне опитування. В якості експертів виступали фахівці вузів Львова. Як результат опитування – ранжування чинників за важливістю впливу на внутрішню торгівлю та ситуації, які в ній відбуваються (рис. 2). Це дозволяє управлінському апарату підприємства отримати інформацію про те, на які чинники макросередовища слід в першу чергу звернути увагу для аналізу та прогнозування управлінської ситуації з метою ефективного виконання функцій менеджменту торговельного підприємства.

Чинники, відібрані експертами потребують параметричного вираження. Для цього обрана система параметрів, які кількісно можуть описати відповідні чинники (табл. 1).

Таблиця 1

Чинники макросередовища внутрішньої торгівлі України та їх параметри

Чинники	Параметри чинників
Рівень інфляції	Індекс споживчих цін
Рівень податків	Податок на прибуток підприємств
Обсяги інвестицій	Інвестиції в основний капітал
Обсяги реалізованої продукції промисловості	Обсяг реалізованої продукції промисловості
Обсяги виробництва сільськогосподарської продукції	Виробництво сільськогосподарської продукції
Ступінь тінзації економіки	Обсяги незареєстрованої економічної діяльності за методом "витрати населення – роздрібна торгівля" [4]
Забезпеченість трудовими ресурсами	Потреба підприємств торгівлі у працівниках
Кредитна політика	Відсоткові ставки банків у національній валюті
Ступінь оновлення законодавства	Прийнято законів та інших нормативно-правових актів за 2000 – 2006 роки
Стабільність влади	Показник ротації членів уряду
Впровадження інновацій	Надходження та використання об'єктів інтелектуальної власності підприємствами торгівлі
Рівень наукової роботи	Кількість працівників, які виконують наукові та науково-технічні роботи
Рівень доходів населення	Доходи населення
Рівень витрат населення	Витрати населення на придбання товарів та послуг
Динаміка чисельності населення	Кількість наявного населення
Глобалізаційні процеси	Міждержавні угоди у галузі торгівлі
Транспортні мережі	Довжина шляхів сполучення
Рівень охорони навколишнього середовища	Витрати на охорону навколишнього природного середовища
Рівень податків	Податок на прибуток підприємств

Для подальшої оцінки проведеної експертизи нами обчислено коефіцієнт кореляції, що дозволило не лише ранжувати чинники макросередовища за впливом на торгівлю, а й визначити напрямки їхнього впливу. При цьому результовим показником обрано товарооборот підприємств торгівлі (рис. 3).

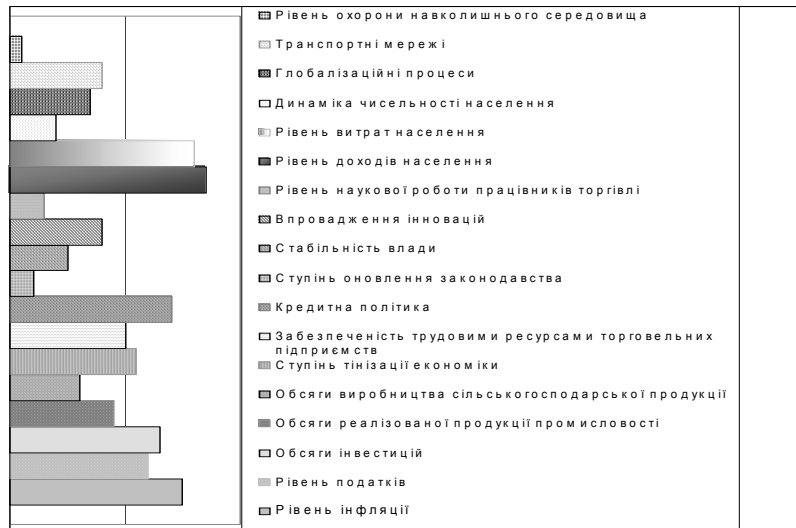


Рис. 2. Ранжування чинників за їх впливом на внутрішню торгівлю України

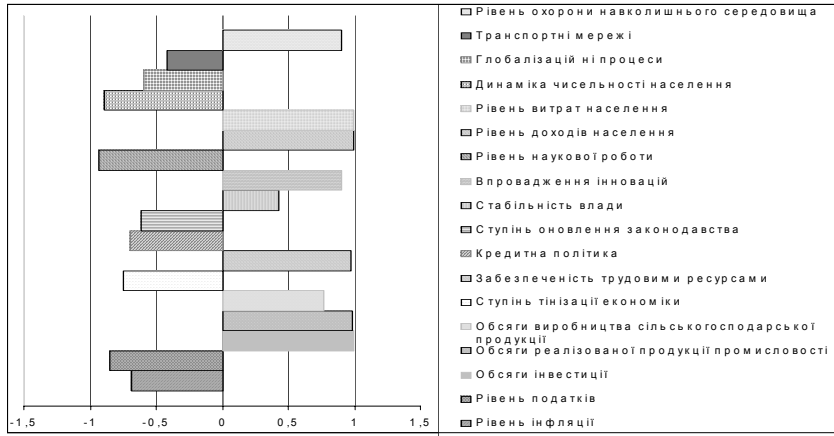


Рис. 3. Напрямок та міра впливу чинників макросередовища на товарооборот підприємств торгівлі

Можна зробити висновок, що чинники макросередовища розділилися порівну за негативним та позитивним впливом на внутрішню торгівлю. До негативних ми віднесли: транспортні мережі, глобалізаційні процеси, рівень наукової роботи працівників підприємств, динаміку чисельності населення, ступінь оновлення законодавства, кредитну політику держави, тінізацію економіки, рівень податків, рівень інфляції, до позитивних – рівень охорони навколишнього середовища, рівень витрат та доходів населення, процес впровадження інновацій, стабільність влади, забезпеченість трудовими ресурсами, обсяги виробництва сільськогосподарської продукції, обсяги реалізованої продукції промисловості, обсяги інвестицій.

Модель впливу чинників макросередовища можна відобразити у вигляді системи рівнянь регресії (табл. 2):

Таблиця 2

Система регресійних рівнянь впливу чинників макросередовища на внутрішню торгівлю

Результативний чинник (Т)	Параметри впливу чинників (x _i)	Форма зв'язку (a) та аналітичний вигляд рівняння регресії (b)
Товарооборот	Індекс споживчих цін (x ₁)	$T = 18,36 + 9,78 \cdot x_1 - 0,36 \cdot x_1^2$ (a) $T_{рег} = 65,38 - 0,17 \cdot x_1$ (b)
	Інвестиції в основний капітал (x ₂)	$T = T_{рег} = 19,81 + 0,0095 \cdot x_2$ (a, b)
	Обсяги реалізованої продукції промисловості (x ₃)	$T = T_{рег} = -21,41 + 0,0003 \cdot x_3$
	Обсяг виробництва сільськогосподарської продукції (x ₄)	$T = 4426,61 - 0,11 \cdot x_4 + 0,0006 \cdot x_4^2$ (a) $T_{рег} = -282,37 + 0,04 \cdot x_4$ (b)
	Потреба підприємств торгівлі у працівниках (x ₅)	$T = T_{рег} = 0,25 + 8,04 \cdot x_5$ (a, b)
	Податок на прибуток підприємств (x ₆)	$T = 400,67 - 26,39 \cdot x_6 + 0,45 \cdot x_6^2$ (a) $T_{рег} = 131,36 - 3,1 \cdot x_6$ (b)
	Кількість наявного населення (x ₇)	$T = T_{рег} = 1698,76 - 33,98 \cdot x_7$ (a, b)
	Доходи населення (x ₈)	$T = T_{рег} = -11,41 + 0,00029 \cdot x_8$ (a, b)
	Витрати населення на придбання товарів та послуг (x ₉)	$T = T_{рег} = -17,5 + 0,0004 \cdot x_9$ (a, b)
	Надходження та використання об'єктів інтелектуальної власності підприємствами торгівлі (x ₁₀)	$T = 31,18 \cdot \exp(0,011 \cdot x_{10})$ (a) $T_{рег} = 27,36 + 0,72 \cdot x_{10}$ (b)
	Довжина шляхів сполучення (x ₁₁)	$T = 0,00002 - 13285,9 \cdot x_{11} + 212,09 \cdot x_{11}^2$ (a) $T_{рег} = 1295,82 - 39,7 \cdot x_{11}$ (b)
	Податок на прибуток підприємств (x ₁₂)	$T = 1140,27 - 746,07 \cdot \log_{10}(x_{12})$ (a) $T_{рег} = 392,68 - 11,8 \cdot x_{12}$ (b)
	Обсяги незареєстрованої економічної діяльності (x ₁₃)	$T = 1561,74 - 598,66 \cdot \log_{10}(x_{13})$ (a) $T_{рег} = 318,39 - 0,8 \cdot x_{13}$ (b)
	Витрати на охорону навколишнього природного середовища (x ₁₄)	$T = T_{рег} = -35,09 + 0,02 \cdot x_{14}$ (a, b)
	Показник ротації членів уряду (x ₁₅)	$T = 22,23 + 1,06 \cdot x_{15} - 0,004 \cdot x_{15}^2$ (a) $T_{рег} = 45,08 + 0,23 \cdot x_{15}$ (b)
	Міждержавні угоди у галузі торгівлі (x ₁₆)	$T = 168,33 - 30,67 \cdot x_{16} + 1,6 \cdot x_{16}^2$ (a) $T_{рег} = 98,20 - 6,06 \cdot x_{16}$ (b)
	Кількість працівників, які виконують наукові та науково-технічні роботи (x ₁₇)	$T = T_{рег} = 766,65 - 4,01 \cdot x_{17}$ (a, b)
	Прийнято законів та інших нормативно-правових актів за 2000 – 2006 рр. (x ₁₈)	$T = 171,45 \cdot \exp(-0,04 \cdot x_{18})$ (a) $T_{рег} = 137,51 - 2,64 \cdot x_{18}$ (b)

На наш погляд, отримані рівняння регресії не тільки характеризують напрям і силу впливу досліджуваних чинників, а й можуть бути використані для прогнозування.

Визначені в процесі дослідження чинники макросередовища внутрішньої торгівлі та характер і міра їх впливу на внутрішню торгівлю можуть стати інформаційною базою для вибору методу реалізації функцій менеджменту торговельного підприємства

Література

1. Бланк И.А. Торговый менеджмент. – К.: УФИМБ, 2004. – 340 с.
2. Мазаракі А.А. та ін. Економіка торговельного підприємства: Підручник для вузів. /Під ред. проф. Н.М. Ушакової – К.: Хрещатик, 1999. – 800 с.
3. Сорокіна М.В. Менеджмент торгового підприємства. – М.: СПб, 2003. – 412 с.
4. Наказ міністерства економіки України “Про затвердження Методики розрахунку обсягів тіньової економіки” 27.06.2006, № 222.

Надійшла 17.04.2008 р.

УДК 331

Д. М. БОНДАРЕНКО

Хмельницький національний університет

РОЛЬ ТЕХНОЛОГІЧНОГО АУДИТУ У ФОРМУВАННІ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ

Успіх сучасних розвинених економік залежить від забезпечення технологіями, тобто інноваціями у сфері менеджменту, інституційними інноваціями, стратегіями розвитку, методами управління і організації, що створюють середовище для інновацій і ефективного застосування технологій. В умовах глобалізації світового економічного середовища розвиток країни тісно пов'язаний із здатністю використовувати як створені, так і залучені ззовні технології та інновації. Як вказує К.Дальман, країни мають поєднувати іноземні й локальні технологічні елементи таким чином, щоб забезпечити поступовий розвиток локальних можливостей у тих сферах, де вони можуть бути найефективнішими. Йдеться про врахування структурно-технологічних чинників національної економіки та адаптаційних можливостей щодо використання іноземних технологій і певною мірою методів організації та управління інноваційно-структурним розвитком у процесі посилення взаємодії національної економіки із світовою для забезпечення довгострокових конкурентних переваг.

Концепції, форми й методи технологічного оновлення як складової конкурентоспроможності національної економіки досліджують такі українські вчені як А.Гальчинський, Я.Жаліло, О.Житенко, Й.Петрович, Б.Панасюк, Ю.Пахомов, Л.Федулова, В.Шандра та ін.. Проблеми формування і розвитку технологічного аудиту розглядали С.В.Валдайцева., Ю.А.Данилевский., О.А.Дейнеко, П.Н.Завлина., Ф.Котлер, Н.В.Линник., В.И.Мухопад, А.Д.Шеремета, А.К.Шишкин, Ф.Шарп Уильям, S.Hayward., B.Jenkins, Donald A.Leslie та інш.

Формування інноваційної економіки – це безальтернативний шлях до новітніх технологій, світових ринків, модернізації економіки. Це стосується стратегічного курсу розвитку країни: або ліберальна парадигма і монетаристські принципи досягнення макроекономічної рівноваги, або «конструювання» інноваційноорієнтованої економіки з визначенням довгострокових стратегічних орієнтирів для приватного бізнесу і створення стимулів для їх досягнення.

Першим кроком при обґрунтуванні доцільності трансферу конкретної технології повинен бути її технологічний аудит. У науковій літературі під технологічним аудитом розуміється операція об'єктивної оцінки потенціалу інновації як об'єкта комерціалізації. У цьому розумінні технологічний аудит є фільтром, який забезпечує відбір розробок з найбільш комерційним потенціалом і дає змогу оптимізувати витрати на реалізацію інноваційних проектів. Він необхідний як розробнику технології, так і її потенційним користувачам. Першому – щоб оцінити її реальну ринкову ціну і можливість комерціалізації, а другому – щоб визначити, наскільки технологія приваблива з погляду її здатності забезпечити вищий економічний результат порівняно з альтернативними технологіями, що існують на ринку інновацій. При цьому поняття "технологічного аудиту" містить у собі експертну оцінку діючих технологічних рішень (діючого виробництва або його окремих підрозділів), або проєктованих технологічних рішень (від рівня операційної технології обробки деталі до рівня проєктованих виробництв) і розробку рекомендацій з комплексу організаційно-технічних заходів, необхідних для підвищення конкурентноздатності розглянутих технологічних рішень (виробництв).

Технологічний аудит фірми проводять у два етапи. На першому етапі проводиться дослідження виробничих потужностей і стану організації виробництва замовника. На другому етапі проводиться аналіз отриманої інформації, розробляються кілька варіантів оптимальної технології й організації виробництва, що потім перевіряється на відповідність поставленим цілям. Це, по-перше, забезпечує чітке розуміння того, чи можна використати наявне устаткування при реконструкції виробництва з технологічної точки зору. А по-друге, при цьому розробляється повний перелік заходів, необхідних для доведення технології у відповідність із

вимогами сьогоднішнього дня.

Вивчивши проблему, аудитор підбирає обладнання й розробляє технологію, після чого впроваджує її в замовника. Саме ця інформація дозволяє забезпечити необхідну аргументацію для менеджерів, що обґрунтовують доцільність заміни тієї або іншої технології, обладнання, стилю керування.

За результатами технологічного аудиту Замовник визначає довгострокову програму робіт, виділяє пріоритети відповідно до наявних ресурсів і завданнями, які стоять по випуску продукції. На підставі програми Замовник розробляє поточні плани робіт своїх підрозділів, плани придбання обладнання, розробки технології, оснащення інструментом і устаткуванням, розвитку інфраструктури. У поточних планах Замовник визначає терміни, розмір інвестицій і виконавців по конкретних пунктах програми, для виконання яких він має можливість залучити фахівців, що здійснюють технологічний аудит, оскільки вони вже знайомі із завданнями й проблемами даного виробництва й зможуть в більш короткі строки допомогти Замовникові в рішенні його завдань.

У результаті технологічного аудиту Замовник одержує можливість на основі кваліфікованих розробок оперативно перешикувати виробництво, одержує технологічно обґрунтовані економічні оцінки й прогнози своєї ефективності й свого капіталу, при цьому вирішується головне завдання - створення ринкових переваг підприємства Замовника за допомогою підвищення ефективності виробництва.

Надані вихідні дані є власністю Замовника, можуть бути використані тільки в рамках проведення технологічного аудиту, ніяким чином не можуть бути поширені, передані третій стороні або використані в комерційних цілях. Технологічний аудит повинен проводитися зовнішніми фахівцями, компетентними в сфері комерційної реалізації інновацій, що мають академічну й виробничу підготовку й досвід технологічного трансферу, обізнаними про поточну промислову політику в Україні і за кордоном. Аналіз інновацій повинен відбуватися при особистій участі фахівців-розробників, з повною гарантією конфіденційності, при максимальній підтримці керівництва підприємства Замовника.

Істотний вплив як на сам процес проведення технологічного аудиту, так і на реалізацію отриманих рекомендацій відбиває нерозуміння керівниками фірм користі від проведення технологічного аудиту, а також відсутність навичок ділового етикету. Обговорені терміни заповнення анкет часто збільшуються в 2-3 рази. У стабільних економічних умовах проведення технологічного аудиту дає максимальний результат у той момент, коли фірма переживає період стагнації. Тоді погляд "зовні" незалежних експертів допомагає знайти додаткові можливості й реалізувати їх. В умовах нестабільності політико-економічної ситуації буває дуже складно додержуватися рекомендацій експертів. По-перше, поки проводиться аудит, можуть відбутися значні зміни в економіці країни. По-друге, може бути запропонований дуже вигідний і цікавий контракт для фірми на 1-2 року, у результаті чого керівники прикладають всіх зусиль на виконання даного контракту, не піклуючись про стратегічний розвиток фірми і її майбутнє. По-третє, складно прорахувати, чи вигідні отримані рекомендації і чи варто братися за їхню реалізацію.

При проведенні технологічного аудиту виявляється ряд труднощів:

- нерозуміння співробітниками підприємств важливості проведення технологічного аудиту;
- більшість малих фірм не готові морально й не мають фінансових можливостей для проведення технологічного аудиту;
- недовіра до консультативних послуг, різних центрів підтримки малого бізнесу, хоча багато фірм оплачують такі консультативні послуги, як пошук джерел допомоги в оформленні проектів, заявок на гранти, патентів, товарних знаків;
- існування певних труднощів реалізації перспективних технологій у зв'язку з відсутністю стабільності економічних умов і занепадом промисловості.

Нерозуміння керівниками підприємств важливості технологічного аудиту й неготовність фінансувати його проведення пояснюється тим, що для українських й, зокрема, для хмельницьких підприємців, поняття "Технологічний аудит" - нове. Разом з тим потрібно багато часу для того, щоб оцінити результат й ефективність використання отриманих рекомендацій.

Проведення технологічного аудиту показало, що однією з його переваг є те, що експерти "зовні" і співробітники фірми працюють разом. Співробітники краще знають внутрішні справи фірми, а консультанти - навколишнє оточення. Працюючи спільно, вони, по-перше, знаходять прихований потенціал, що неодмінно існує на будь-якому високотехнологічному підприємстві, по-друге, визначають шляхи реалізації знайдених можливостей. У результаті співробітники фірм, більшість із яких - колишні вчені, починають "прислухатися" до ринку, вивчати його запити й переорієнтувати свою діяльність під вимоги ринку.

Технологічний аудит розглядається як вид консалтингової діяльності і, в широкому розумінні, виступає як один із інструментів формування технологічної інноваційної стратегії. Формування економічної стратегії для суб'єктів господарювання є одним з основних чинників, що забезпечує їхнє ефективне функціонування в умовах глобальної конкуренції. Основною її складовою, яка узгоджена за цілями і термінами реалізації, є стратегія у сфері створення і використання інновацій. Метою інноваційної стратегії є ефективне освоєння нових товарів, послуг, підвищення обсягів виробництва й експорту наукомісткої продукції на світові ринки.

Інноваційні стратегії характеризуються взаємопов'язаним комплексом дій, спрямованих на зміцнення життєздатності і конкурентоспроможності суб'єктів. Її вибір фахівці вважають найважливішою складовою

циклу інноваційного менеджменту. Відповідно до мети (створення умов для стійкого економічного зростання, виходу інноваційної продукції на внутрішній і зовнішній ринки, заміщення імпортової продукції на внутрішньому ринку за рахунок високого технологічного рівня та конкурентоспроможності виробництва) розрізняють наступні інноваційні стратегії:

- стратегія «нарощення», яка базується на використанні власного науково-технічного і виробничо-технологічного потенціалу і, як результат, освоюються високі технології і зростає випуск конкурентоспроможної продукції;
- стратегія «запозичень», яка полягає в тому, що, використовуючи інноваційний потенціал власної країни, освоюється випуск наукомісткої продукції високорозвинених держав світу;
- стратегія «переносу», яка полягає у використанні зарубіжного науково-технічного і виробничого потенціалу в економіці держави способом залучення прямих іноземних інвестицій та трансферу новітніх технологій.

Таким чином, проблеми економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності в умовах інформаційно-технологічної революції необхідно вирішувати за допомогою ефективних інноваційних стратегій. Висока якість життя, національна безпека, охорона довкілля, високий науково-технічний рівень розвинених країн світу досягнуті завдяки послідовній інноваційній стратегії, яка використовується не лише на рівні країни, але й на рівні окремого підприємства. При цьому підприємство буде працювати стабільно, якщо використані на ньому технології будуть високоефективними та надійними, і зможуть забезпечувати успішне функціонування усіх підрозділів передовими технологічними процесами. Важливою процедурою проведення технологічного аудиту є визначення критеріїв оцінки альтернативних технологій, які впливають на діяльність конкретного підприємства. Значний досвід і стрімкий процес накопичення знань у процесі пристосування передових зарубіжних технологій у національному виробництві сприятиме поступовому розширенню сфери дослідницької діяльності і переходу до створення власних технологій. Це в свою чергу служить підставою для реалізації інноваційної стратегії нового типу.

Література

1. Полунєв Ю. Інновації як чинник конкурентоспроможності бізнесу й країни // Матеріали Міжнародного форуму „Трансфер технологій та інновацій”. - К., 2007.
2. Зятковський І.В. Державна підтримка нових форм інноваційної діяльності промислових підприємств: організаційні та фінансові аспекти // Актуальні проблеми економіки. – 2007. - №6. – С. 73-82.
3. Модели коммерциализации результатов исследований. /Общая ред. С.Я. Бабаскина и В.Г. Зинова.- М.: АНХ, 2004. – 320 с.
4. Коммерциализация технологий: мировой опыт - российским регионам // Сборник статей под ред. Н.М.Фонштейн. - М.: "Moscow News", 1995
5. Шандра В.М. Імітаційна модель технологічного оновлення економіки інноваційного спрямування // Актуальні проблеми економіки. – 2007. - №8. – С. 92-99.
6. Инновационный менеджмент: / Абрамешин А.Е., Воронина Т.П., Молчанова О.П., Тихонова Е.А., Шленов Ю.В.; Под редакцией д-ра экон. наук, проф. О.П. Молчановой. - М.: Вита-Пресс, 2001. – С. 69-80
7. Покришка Д.С. Технологічна конкурентоспроможність економіки України на світовому ринку. // Стратегічна панорама. – 2006. – №2.

Надійшла 06.04.2008 р.

УДК 331.522.4

Л. В. СТЕПАНОВА

Полтавський університет споживчої кооперації України

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ЧИННИК УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Інноваційний тип розвитку характеризується перенесенням акценту на використання принципово нових прогресивних технологій, переходом до випуску високотехнологічної продукції, прогресивними організаційними і управлінськими рішеннями в інноваційній діяльності, що стосується як мікро-, так і макроекономічних процесів розвитку – створення технопарків, технополісів, проведення політики ресурсозбереження, інтелектуалізації всієї виробничої діяльності, софтизації та сервізації економіки. Об’єктивні зміни в суспільному економічному розвитку призвели до нової моделі розвитку економіки, для якої характерні принципово нові риси та пріоритети. Важливу роль в житті суспільства стали відігравати галузі, що ґрунтуються на так званих "високих технологіях", а також галузі, що безпосередньо задовольняють потреби людей.

Однією з важливих сфер життєзабезпечення населення, завдяки якій здійснюється ринкове узгодження товарних пропозицій та попиту, є торгівля. Торгівля – це особлива діяльність людей, яка пов’язана із

здійсненню актів купівлі-продажу. Вона представляє собою сукупність специфічних технологічних і господарських операцій, що спрямовані на обслуговування процесів обміну [1, с.11-14].

За нової моделі економічного зростання, що ґрунтується на інноваційному типі розвитку, передбачена зміна самого поняття науково-технічного прогресу і науково-технічного розвитку. З'являються нові суспільні пріоритети: добробут, інтелектуалізація виробничої діяльності, використання високих та інформаційних технологій, екологічність. Ця модель потребує нової фінансово-кредитної політики, ефективного стимулювання інновацій, розвитку наукоємних та скорочення природоексплуатуючих галузей на макрорівні; зміни типу підприємницької діяльності, активного залучення до виробництва малого та середнього приватного бізнесу на мікрорівні.

Головним компонентом інноваційного типу розвитку стають творчі кадри – люди, що володіють знаннями і є носіями нововведень в сфері організаційної, науково-технічної та екологічної культури.

Проблемами розвитку трудового потенціалу за інноваційного типу розвитку економіки займаються такі українські вчені, як: Д. Богиня, О. Грішнова, А. Колот, Т. Костишина, Л. Лісогор, М. Семикіна, Л. Шаульська та інші.

Метою даної статті є визначення актуальності впровадження інформаційних технологій в процеси управління розвитком трудового потенціалу на підприємствах торгівлі.

Серед стратегічних пріоритетних напрямів інноваційної діяльності в Україні не останнє місце належить впровадженню інформаційних технологій в управління підприємствами і, зокрема, управлінню розвитком трудового потенціалу торгівлі.

Працівники торгівлі займають досить велику питому вагу у загальній кількості штатних працівників різних видів економічної діяльності (табл. 1) [2, 3]. Так, у 2006 році питома вага облікової кількості працівників торгівлі зросла на 2,4 % порівняно з 2002 роком і на 1 % порівняно з 2005 роком, що свідчить про поступовий притік робочої сили в цю галузь. Торгівля займає п'яте місце серед видів економічної діяльності у 2006 році, а у 2002 році вона була на сьомому місці. Цей чинник також підтверджує прогресивний розвиток галузі, що дає підстави аналізувати стан трудового потенціалу в контексті його подальшого розвитку.

Розвиток персоналу необхідний для визначення відповідності працівника вакантній або займаній посаді. При заміщенні вакантної посади поважно встановити потенціал працівника, тобто професійні знання й уміння, життєвий і виробничий досвід, соціально-психологічний тип особи, рівень спільної культури, рівень здоров'я і працездатності, ряд інших характеристик. Оцінка і розвиток потенціалу дозволяють судити про перспективу вживання здібностей конкретної людини на певній посаді. Науково обґрунтований розвиток кадрів також передбачає планування службової кар'єри з врахуванням життєвих інтересів працівників; раціональне поєднання призначення, конкурсу і виборності залежно від категорії працівників і резерву кадрів; планомірний їх рух (підвищення, переміщення, пониження і вибуття) залежно від результатів оцінки; визначення термінів заняття посад і віку кадрів управління; наукову організацію робочого місця; визначення термінів заняття посад і віку кадрів управління; наукову організацію робочого місця; визначення умов і оплати праці.

Управління розвитком трудового потенціалу, на нашу думку, прямо залежить від ефективності оцінки та організації діяльності персоналу підприємства, тому доцільним є прискорення впровадження в управління підприємствами програмного забезпечення, що дозволить приймати ефективні управлінські рішення щодо розвитку трудового потенціалу.

Оптимальним інформаційним інструментом для управління розвитком трудового потенціалу на підприємстві, на нашу думку, було б програмне забезпечення, яке давало б змогу:

- ведення електронного архіву даних персоналу;
- ведення типових форм первинного обліку;
- ведення персоналізованого обліку працівників на підставі особистих карток співробітників за категоріями, професіями, підрозділами та іншими реквізитами;
- поповнення й редагування даних;
- автоматичного формування поточної документації й стандартних звітів (штатний розклад; журнал наказів; список вакантних посад; список співробітників з датами народження, прийняття на роботу, за підрозділами; список військовозобов'язаних за військкоматами; список застрахованих співробітників; списки звільнених співробітників, співробітників, що перебувають на випробувальному терміні роботи, списки відпускників, пенсіонерів, інвалідів, нових співробітників, із зазначенням віку, окладу, категорій, посад, статі, графіка відпусток (за відділами); звіти за віковими категоріями дітей, за переведеннями за будь-який період, за відрадженнями за будь-який період, звіти за відпустками за будь-який період; статистична звітність, динаміка зміни чисельності й розрахунок середньооблікової чисельності, кількість відпрацьованих співробітниками років і днів, формування довільних звітів з вибіркою даних за множинними ознаками тощо);
- пошуку і вибірки за будь-якими реквізитами (табельним номером, паспортними даними, категоріями, підрозділами і т.п.) з можливістю групування даних;
- формування регламентованої й статистичної звітності з можливістю коригування друкованих форм; друк звітності;
- використання даних класифікатора професій;
- формування штатного розкладу;
- формування таблиці обліку використання робочого часу з можливістю коригування;

- користування засобами настроювання інтерфейсу залежно від вимог користувача;
- можливості одночасної роботи з кількома базами даних;
- підтримки багатомовного програмного інтерфейсу (український, російський й ін.);
- коригування зовнішніх шаблонів для звітних форм;
- авторизації, ідентифікації й розмежування повноважень користувачів з використанням системи псевдонімів і паролів;
- використання зручного, інтуїтивно-зрозумілого інтерфейсу користувача для введення й обробки інформації.

Таблиця 1

Структура облікової кількості штатних працівників за видами економічної діяльності за 2002-2006 рр.

	Роки					Питома вага, %				
	2002	2003	2004	2005	2006	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.
Усього	12239,2	11782,5	11468,8	11520,4	11574,5	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Сільське господарство, мисливство та пов'язані з ним послуги	1676,9	1311,7	1094,1	932,4	801,6	13,7	11,1	9,5	8,1	6,9
Лісове господарство та пов'язані з ним послуги	100	98,4	98,1	95,1	90,5	0,8	0,8	0,9	0,8	0,8
Рибальство, рибництво	24,6	22	17,5	14,9	13,8	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1
Промисловість	3556,7	3435	3461,3	3440,1	3370,9	29,1	29,2	30,2	29,9	29,1
Будівництво	436,5	426,1	432,3	453,6	477	3,6	3,6	3,8	3,9	4,1
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	570,7	570,3	601,3	705,2	820,7	4,7	4,8	5,2	6,1	7,1
Діяльність готелів та ресторанів	84,4	78,9	76,3	80,5	84,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
Діяльність транспорту та зв'язку	1016,6	1002,3	992,6	1007,3	1000,7	8,3	8,5	8,7	8,7	8,6
Фінансова діяльність	164,5	181,6	205,9	236	278,3	1,3	1,5	1,8	2,0	2,4
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємствам	569,8	560,9	545,8	567,3	603,7	4,7	4,8	4,8	4,9	5,2
Державне управління	683,5	724,5	572,2	588,5	610,7	5,6	6,1	5,0	5,1	5,3
Освіта	1633	1651	1662,6	1686,4	1705,1	13,3	14,0	14,5	14,6	14,7
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	1335,8	1340,5	1331,4	1329,3	1329,6	10,9	11,4	11,6	11,5	11,5
Надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	384,8	378,1	377,4	383,8	387,4	3,1	3,2	3,3	3,3	3,3

Відділи роботи з персоналом чи менеджери з персоналу матимуть можливість помітно знизити трудомісткість робіт; автоматизувати кадровий документообіг і підготовку зовнішньої й внутрішньої звітності; підвищити продуктивність праці й виконавську дисципліну.

Впровадження інформаційних технологій у процеси оцінки трудового потенціалу надають також можливість підвищити ефективність управління його розвитком, так як:

- мають безпосередній зв'язок з інформацією про кваліфікацію, вік, досвід роботи працівника, що дозволяє провести атестацію та зробити висновки про необхідність підвищення кваліфікації чи перепідготовки кадрів, планування кар'єри працівників;

- мають кінцеві результати про різноманітні тестування та опитування працівників, які дозволяють оцінити необхідність проведення семінарів, тренінгів та інших видів навчання персоналу підприємств торгівлі.

Навчання персоналу призначене для забезпечення відповідності професійних знань і умінь працівників

сучасному рівню виробництва і управління. Вирізняють чотири форми навчання: підготовка робітників і службовців у професійних училищах, технікумах і вузах, що передбачає здобуття базової спеціальності; підвищення кваліфікації в учбових закладах (центрах, школах, інститутах), тобто здобуття нових знань по базовій спеціальності працівника; перепідготовка персоналу для придбання нової спеціальності; післявузівська освіта (магістратура, аспірантура, докторантура). Взаємодія вказаних видів навчання дозволяє забезпечити можливості для безперервного підвищення освіти кожного працівника, своєчасно регулювати відповідність між числом працівників і професійно-кваліфікаційною структурою персоналу.

Програмне забезпечення з такими можливостями має бути поєднане з іншими ланками підприємства (фінансовим відділом, бухгалтерією тощо), що надасть можливість керівництву підвищити ефективність роботи підприємства за рахунок правильного розміщення кадрів; скоротити час прийняття управлінських рішень і контролювати їхнє виконання; знизити витрати й реалізувати їх повний облік на управління персоналом.

Література

1. Орлова В.О. Особливості впливу податків на ефективність господарювання підприємств торгівлі // Аналітично-інформаційний журнал "Схід". – Донецьк. – 2003. - №8(58). – С.11-14.
2. Праця України 2003: Статистичний збірник \ Державний комітет статистики України: : 09-2-2/92/277 від 9.07.2004 р. – 386 с.
3. Праця України 2006: Статистичний збірник. Державний комітет статистики України: № 09/4-18/242 від 18.07.2007 р. – 334 с.

Надійшла 17.04.2008 р.

УДК 65.007

Л. Р. ПРУС

ПВНЗ «Університет економіки і підприємництва»

УПРАВЛІННЯ ВРАЖЕННЯМИ ЯК СУЧАСНА БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЯ

Обґрунтовано необхідність застосування організаціями управління враженнями клієнта, виділено відповідні дії менеджменту організації, кожену з яких необхідно враховувати при розробці заходів з підвищення конкурентоспроможності. Розглянуто характерні риси бізнесу у стилі шоу. Акцентовано увагу на промисловому туризмі як формі управління враженнями і проаналізовано приклади його впровадження.

Зміни, що відбуваються у сучасному бізнесі зумовлені зменшенням впливу традиційної реклами, ростом інформованості та незалежності споживача, появою культури вражень. Ріст впливу вражень та розваг на усі аспекти нашої культури є тенденцією, що спостерігається у наш час. Споживча цінність пройшла еволюційний шлях від сировини до товарів, послуг і, у висновку, до вражень. Відповідно на нові тенденції в різних сферах стала широка та зростаюча підтримка нових методів комунікації зі споживачем. Багато компаній звертаються до мобільного маркетингу, щоб відповідати специфічним демографічним характеристикам споживачів і спілкуватися з кожним, в надії створити споживчу цінність та стати частиною їх способу життя.

Споживчі враження покинули межі тематичних ресторанів та великих супермаркетів і просунулись у напрямку до нових ідей інтерактивної торгівлі, лабораторій споживчого тестування товарів та прогресивних брендів. Компанії постійно шукають нові шляхи до важкодоступних споживачів, використовуючи, наприклад партизанський маркетинг, який підкреслює наступальну сутність маркетингу.

Сьогодні багато організацій декларують тотальну клієнтоорієнтованість. Є підхід, що проголошує орієнтацію на клієнта, який базується на його задоволеності, що сприяє появі лояльності. За ним необхідно зробити все можливе, щоб клієнт пішов з магазину, ресторану або з компанії повністю задоволеним. Для цього характеристики товару або якості послуги повинні відповідати його очікуванням. Але при цьому виходить, що пріоритетним виявляється продукт, а не клієнт. Абсолютно не враховується те, як покупець відчуває себе, використовуючи придбаний продукт, які емоції або асоціації викликає у нього придбання і сервіс. Модель задоволеності клієнта при такому підході зосереджена швидше на функціональності продукції, ніж на його переживаннях.

На думку Бернда Шмідта [5] потрібно змістовніше вирішувати і шукати коріння проблеми в самих організаціях, які, не дивлячись на декларовану прихильність до клієнта, не можуть зробити так, щоб спілкування з організацією приносило йому тільки позитивні емоції. Тому дана концепція маскує фокус на продукті під гаслом орієнтації на клієнта.

Емоції, пов'язані з процесом здійснення купівлі, включають дещо більше, ніж просте придбання бажаного товару. Вони визначаються всім тим, що супроводжувало процес придбання: розташування, привітність персоналу, музика, розкладка товару, візок для купівель, знижки, акції. Останнім часом величезна увага приділяється не тому, як диференціювати продукт, послугу або організацію, а яким чином диференціювати сам процес «обміну» товару на гроші клієнтів. Такий підхід до диференціації покликаний

використовувати і інший підхід, що недавно запропонований, під назвою CRM (управління відносинами з клієнтами), також декларуючий свою зосередженість на клієнті. Проблема тільки у тому, що він зосереджується на інформації про послідовність здійснення купівель, яка важлива для самої організації і допомагає сформувати модель поведінки клієнта. Але такий підхід, як правило, сконцентрований на функціональних потребах клієнта, а його емоційні потреби звичайно ігноруються, а найчастіше проводиться елементарна реєстрація даних і система управління відносинами з клієнтом відносинами не управляє.

Виділення невирішених частин. Питання управління враженнями у практиці діяльності організацій є невивченим і не знайшло достатнього відображення в наукових джерелах. Враження є вже існуючим, але ще мало вивченим видом економічної пропозиції. Відділення вражень від послуг і продуктів в діяльності організації відкриває перед нею можливості для економічного зростання, як свого часу визнання послуг окремою пропозицією призвело до появи нового типу економіки на тлі промислової бази, що занепадала.

Новим підходом, який проголошує серйозне ставлення до клієнта, враховуючи не тільки функціональність продукту, але і все те, що додає цінність під час ухвалення рішення, процесу здійснення купівлі і безпосередньо використання придбаного товару. Цей підхід називається «управління враженнями клієнта» - СЕМ (customer experience management), який базується на ідеї задоволеності від процесу, а не тільки від результату. Управління емоціями клієнтів - нова парадигма, що представляє радикальний прелом в маркетингових і управлінських підходах, пропонуючи аналітичний і творчий погляд на світ клієнта, стратегічні інструменти для формування цього світу і механізми, які допомагають компаніям збільшити цінність для своїх клієнтів.

Щоб управління емоціями клієнтів було ефективним, організація повинна мати відповідну структуру, яка зробила б цей процес можливим. Ґрунтуючись на ідеї того, що клієнт - найголовніший ресурс бізнесу, необхідно зробити відповідні інвестиції в емоції і враження своїх клієнтів, щоб згодом одержати від цього фінансову віддачу. Для цього необхідно використовувати зовнішні ресурси, що мають відносини до СЕМ, а також відноситися до власних співробітників так само, як до клієнтів, які прагнуть одержати позитивні емоції. У зв'язку з цим управління людськими ресурсами (HRM) доцільніше назвати управлінням емоціями людських ресурсів.

Більшість сучасних методик управління людськими ресурсами заснована на тому, щоб погоджувати поведінку співробітників з місією, баченням і цілями організацій, які переважно є деклараціями. Але організації відчувають потребу в методах роботи із співробітниками, що дозволяють сформувати у них таку поведінку, результатом якої стануть позитивні враження і емоції клієнтів. Адже тільки співробітники з позитивними враженнями від організації, в якій вони працюють, створять продукти і послуги, що викликать позитивні емоції і переживання у клієнтів. У результаті такі продукти дійсно будуть затребувані ринком і організації (і їх власники) залишаться задоволені фінансовими результатами.

Для ефективного управління враженнями клієнтів необхідно здійснювати такі дії:

1. Детально і змістовно вивчати свій сегмент ринку.

При здійсненні продажу свого продукту слід обов'язково враховувати, що відбувається обслуговування не абстрактного покупця, а реальних людей, які мають власне бачення та життєву позицію. Їм потрібні саме товари, продукти чи послуги, а організації - потрібні саме вони: отже метою організації стає перевтілення у свій сегмент, у тих людей, для кого вона працює, щоб продати товар, продукт. Варто аналізувати свій сегмент зсередини - хто ці люди, що їх турбує, що вони прагнуть бачити і чого не люблять. У кінцевому підсумку успіх продавця залежить від розуміння потреб і поведінки споживача, в такій «економіці споживачів» продавець має не тільки чітко визначати свій сегмент, але й відчувати його потреби, використовуючи для цього всі можливі засоби комунікації – як вербальні, так і невербальні.

2. Визначати унікальні точки диференціації.

У агресивному конкурентному середовищі організації перейшли від задоволення потреб споживачів до того, що намагаються перевищити їх сподівання. Елементи диференціювання є необхідними, але недостатніми. Серед них – якість, орієнтованість на клієнта, ціна та розширення асортименту.

3. Розробка та реалізація стратегії розвитку організації у контексті формування і управління враженнями клієнтів. Слід впровадити філософію, що вся компанія - це єдиний «відділ маркетингу».

Діяльність компаній, які використовують управління враженнями називають бізнесом в стилі шоу, який має наступні стильові характеристики:

- Розваги. Як відомо, сучасні клієнти прагнуть розваг, тому справою організації – задовольнити це.
- Захопливість. Сучасні клієнти не завжди хочуть, щоб їх умовляли, засипали рекламними посланнями; вони можуть бажати також захопливих вражень, що їх змінюють.
- Руйнування стереотипів. В обмін на справжню лояльність та незгасаючу увагу клієнти потребують вражень, які перевершили б їх очікування. І бізнес в стилі шоу створює такі враження: небачені, що приховують в собі нову та раптову для покупців привабливість. Часто завдяки створеним враженням межа між клієнтом та організацією розмивається, і покупець перетворюється на проповідника бренду.
- Створення цінностей. Створені враження враховують потреби клієнта та орієнтовані на встановлення відносин з ним. Вони також створюють споживчу цінність, наприклад через навчання, задоволення, захоплення чи новий стиль у житті.

Реальними називаються шоу, які ставлять у реальному житті. Це можуть бути вечірки на честь випуску

нової продукції; інтерактивні демонстрації продукції; гастрольні шоу, що нагадують цирк шапіто; вистави вуличного театру; фестивалі, присвячені даному бренду, дегустації. Вони використовуються в таких галузях, як виробництво напоїв, автомобілів, програмного забезпечення, послуги мобільного зв'язку тощо.

Велика перевага реальних шоу полягає у тому, що вони дарують захоплюючі враження від бренду чітко визначеному колу клієнтів. Хороші реальні шоу подібні прямому маркетингу, тільки ключовому клієнту передаються враження, а не рекламний буклет. Такі шоу застосовуються, перш за все, для спеціальних груп клієнтів, які цінні для організації своєю постійністю, впливом на інших людей чи тим, що вони вирішують питання подальших придбань. Але найголовніше те, що реальні шоу пропонують клієнтам враження, які впроваджують бренд в їх життя. Найкращі реальні шоу інтерактивні: публіці дають можливість зіграти роль, випробувати товар чи задати питання, тобто взяти в шоу обгрунтовану участь [4, с. 53].

Управління враженнями є ефективним способом досягнути аудиторії, стійкої до взаємодії традиційного маркетингу, так як вони завжди дарують враження участі. Ще одна причина ефективності реальних шоу в тому, що їх дія на клієнта продовжується довше, а тому надовго залишається в пам'яті. Реальні шоу особливо ефективні завдяки безпосередній комунікації зі клієнтами, а також завдяки тому, що власними враженням людина часто ділиться з іншими.

Кожній організації в Україні слід взяти до уваги доведену закордонними компаніями ефективність використання культури вражень. Феєричне шоу, сюрпризи та будь-які цікаві несподіванки заохочують людей, зацікавлюють їх, звертають їхню увагу на певний бренд, на продукцію певної компанії.

Компанія вже пропонує не просто товари або послуги, але так чи інакше пов'язані з ними враження, які викликають у клієнта широку гамму відчуттів. Всі попередні економічні пропозиції не проникали у внутрішній світ покупця, тоді як враження по суті своїй особисті. Вони зачіпають людину на емоційному, фізичному, інтелектуальному або навіть на духовному рівнях.

Виробникам потрібно зосередити свої зусилля на тому враженні, яке супроводжує використання їх товарів, тому що більшість розробників продукції думає, в першу чергу, про внутрішній механізм самого товару (як він працює), а необхідно надати увагу тому, як покупець використовує цей товар. У центрі уваги опиниться споживач – його поведінка і емоції під час використання товару.

Виділяють чотири області вражень – розвага, навчання, відхід від реальності і естетика:

- *розвага* - враження відбуваються, коли люди пасивно поглинають враження за допомогою органів чуття, наприклад коли вони дивляться виставу, слухають музику або читають книгу.

- *навчання* - вимагає активної участі. Для того, щоб дійсно передати людині які-небудь знання і/чи прищепити уміння, необхідно залучати до процесу його розум (для інтелектуальної освіти) або тіло (для фізичної підготовки).

- *відхід від реальності* - характеризуються значно більшою мірою занурення, ніж розваги і навчання.

При відході від реальності людина повністю занурена у враження і бере активну участь в ньому.

- *естетичне враження* людина одержує тоді, коли стоїть на краю Гранд Каньйону, відвідує картинну галерею або музей, сидить в Cafe Florian у Венеції. Якщо учасники повчального враження хочуть вчитися, розважального – відчувати, відходу від реальності – діяти, то учасники естетичного враження просто хочуть перебувати там.

Приведення послуги або продукту у відповідність з особистими потребами клієнта – це шлях до створення позитивного враження, яке містить в собі елементи всіх чотирьох областей.

За умов гіперконкуренції клієнт з-поміж багатьох ідентичних продуктів обере той, про який складеться найкраще враження. В економіці вражень клієнтові хочеться бачити загальну організацію справи: він підсвідомо не відокремлює поведінки директора від поведінки його секретаря чи шофера. Враження про окремого працівника фірми - це вже враження про фірму.

Якщо потенційний покупець має доступ, нехай віртуальний - через засоби телекомунікацій, - до процесу створення його майбутньої машини, бачить людей, які безпосередньо задіяні у виробництві, він обере продукцію тієї компанії, де бачить світлі робочі приміщення, охайних працівників, що можуть створювати для нього ілюзію швидкості роботи та надійності кінцевого товару. Тому однією з форм управління враженнями клієнтів є промисловий (технічний) туризм.

Так, наприклад, компанія Starbucks, наприклад, пропонує своїм клієнтам «кавові враження» в привабливих кав'ярнях, де вони можуть сховатися від поспіху і суєти сучасного світу. Відома книжоторгова мережа Barnes & Noble також відкрила в своїх книжкових магазинах чудові кафе, забезпечує відвідувачів можливістю читати нові книги прямо в торгових залах, обладнавши їх для цього столами і стільцями, організовує вечірні лекції і вистави. Фірма REI, роздрібний продавець альпіністського спорядження, надає в своїх магазинах стіну для скелелазіння і імітацію водоспаду, щоб клієнти могли випробувати і відчути якість спорядження, яку вона продає. Bass PRO, компанія з роздрібного продажу спорядження для рибалки, пропонує в своїх магазинах клієнтам випробувати вудочку в басейні з рибами. Петербурзький завод «Балтика» (Росія) проводить екскурсії вже п'ять років і його щорічно відвідують 25 тис. чоловік. Одними із засновників такого виду туризму вважається компанія Heineken Experience, екскурсійні проекти якої й сьогодні є одними з головних видовищних туристських програм Амстердаму (Нідерланди).

Серед вітчизняних підприємств, що застосовують промисловий туризм, є ЗАТ «Баштанський сирзавод» (один з лідерів по виробництву твердих сирів на півдні України), завод «Зелений Гай» (місто Вознесенськ,

заснований ще у 1929р. як типове виноградарське господарство), шкіряний завод «ВОЗКО», компанія «Сандора» (лідер вітчизняного ринку соків), фабрика ялинкових іграшок в Теробовлі, скляний завод в Бережанах і пивний завод в Мікулінцах (всі три об'єкти розташовані в Тернопільській області).

В основному по цьому шляху йдуть виробники різних алкогольних напоїв: це і пивзавод «Оболонь», і Одеський і Артемівський заводи шампанських вин, і Інститут вина і виноробства «Магарач». Артемівський завод шампанських вин відкрив свої двері для туристів в 1999 р. З тих пір завод щорічно відвідує близько 5 тис. чол. Ідея проекту екскурсій по заводу з дегустацією вин під назвою «Українська Шампань» належить керівництву, причому для цього був створений екскурсійний відділ і побудований музей в гіпсових штольнях заводу. Призначенням екскурсії є залучення покупця до процесу розробки і виробництва товару.

Тепер конкурентна війна повертається в стіни автовиробництва, які намагаються порівнятися в легендарності з конвеєрами Форда. Тому, відкриваючи новий завод в Лейпцігу, керівництво BMW захотіло бачити своє нове виробництво нарочито «дизайнерським». Для цього компанія оголосила конкурс на розробку архітектурного проекту заводу і було створено будівлю, яка схожа на вискалений профіль доbermana. Завод в Лейпцігу – перший «дизайнерський» промисловий об'єкт BMW. Головний конкурент компанії, Audi, вже відкрила для відвідувачів і стилізувала під авіаційні ангари практично всі свої заводи.

Російські компанії застосовують і віртуальні екскурсії, подивитися на цехи в Інтернеті сьогодні пропонують «Балтіка», «Останкіно» і АВТОВАЗ. На сайті останнього можна навіть прослідити 10 основних етапів збірки автомобілів «Калина».

Основними перешкодами на шляху застосування концепції вражень є недостатнє розуміння ролі клієнтів у бізнесі і стратегічній конкурентоспроможності, недостатня історія організації, обмеженість фінансування витрат на відповідні заходи. Так, історія Heineken Experience починається з пивоварні, відкритої в 1867 році. Альтернатива історії - розкішна сучасність, як у BMW, але це вимагає крупних інвестицій в «виставкове» виробництво. На заводі «Балтіка» для туристів була спеціально побудована скляна галерея, яка веде з одного корпусу в інший.

Світовий досвід свідчить, що промисловий туризм для самого підприємства - це, швидше, боротьба за імідж, і побічно - за престиж того регіону, в якому воно розташоване, тому дуже часто регіональні органи влади стимулюють крупні підприємства, що знаходяться в регіоні, відкривати свої двері для туристів. В першу чергу це сприяє підвищенню туристичної привабливості регіону.

Висновки. Отже, вплив на клієнтів через їх враження – це інноваційна комунікаційна технологія, яка використовує оригінальні ідеї щодо створення шоу за участю потенційних споживачів задля подальшої взаємодії з ними. Місія бізнесу в стилі шоу полягає в тому, щоб створювати і розвивати спілкування та взаємодію організацій та клієнтів, для отримання ними нових знань та контактів і тим самим сприяти розвитку бізнесу, росту професіоналізму та підвищенню якості життя. Організації повинні піклуватися не тільки про себе та свій бренд, а й про клієнтів. Розвиваючи бізнес в стилі шоу, необхідно знати та враховувати як особливості бренду, так і потреби клієнтів. Довершене шоу дозволяє організації пройти шлях від розуміння клієнтів на найпростішому рівні до динамічної взаємодії та діалогу з ними. Саме так, на наш погляд, потрібно будувати співпрацю з клієнтами, щоб отримати знання про них, довгострокову вигоду і забезпечити стратегічну конкурентоспроможність.

Література

1. Мальцева А., Коберник И. Управление впечатлениями клиента // www.management.com.ua
2. Пайн Б. Джозеф, Гилмор Джеймс Х. Экономика впечатлений. – М. : Вільямс, 2005. - 304 с.
3. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998.
4. Шмитт Б., Роджерс Д., Вроцос К. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений. : Пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 400с.
5. Bernd H. Schmitt Customer experience management. A revolutionary approach to connecting with your customers.: Wiley; 2003, 288p.

Надійшла 16.04.2008 р.

УДК 658.47:65.012

Н. С. СТЕПАНЮК, В. М. АЛЄШКО
Хмельницький національний університет

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ПІДСИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ

В умовах економічної кризи в нашій країні постійно ведеться пошук нових форм і методів управління з метою її оздоровлення. До них відносяться в сучасних умовах досягнення маркетингу і логістики.

Головний принцип сучасного сервісу полягає в наступному: «Хто робить, той і обслуговує». Іншими

словами, хто виготовляє виріб, той організує і здійснює його сервіс. Правильно орієнтований сервіс, що супроводжує продукцію на всьому протязі її життєвого циклу, забезпечує постійну його готовність до нормального споживання і працездатність. Усе це пояснює важливість роботи з організації сервісу. Стаття присвячена формуванню підсистеми логістичного сервісу як складової логістики.

Питанням загального процесу формування та функціонування логістики присвячували свої праці зарубіжні вчені Деніел Л. Вордлоу, Дональд Ф. Вуд, Джеймс Джонсон, Поль Р. Мерфі. Питанням формування логістичних підсистем, а саме формування сервісної підсистеми займалися Гаджинський А.М, Анікін Б.А., Смахов А.А. В працях цих вчених виділяються логістичні підсистеми та значення підсистеми логістичного сервісу в самій системі логістики.

Сучасна вітчизняна і світова практика свідчать про зростання ролі послуг у підвищенні конкурентноздатності підприємств. Це пояснюється в першу чергу тим фактом, що покупець фактично купує не тільки товар як фізичний об'єкт, але і послуги, які супроводжують його продаж. У цих умовах для більшості споживачів стала важливою не сама пропозиція, а, скоріше, суб'єктивний спосіб її сприйняття.

Тому в останні роки прерогативою логістики поряд з управлінням матеріальними потоками є й управління сервісними потоками. Крім того, логістичний підхід виявився ефективним і для підприємств, які тільки надають послуги (транспортні, експедиторські, вантажопереробні та ін.) [1, с.93-96].

На Заході широко використовується поняття “логістика сервісного відгуку” (SRL), що визначається як процес координації логістичних операцій, необхідних для надання послуг найефективнішим щодо витрат і задоволення запитів споживачів способом. SRL – підхід є найчастіше основним стратегічним елементом менеджменту багатьох закордонних фірм, які надають послуги. Критичними елементами цього підходу є прийом замовлень на послуги і моніторинг надання послуг. Як і матеріальні потоки, потоки послуг поширюються у певному середовищі доставки (для готової продукції – у розподільчій мережі), у якій існують ланки логістичної системи, логістичні канали, ланцюги і т.д. Цю мережу потрібно побудувати так, щоб з максимальною ефективністю задовольняти вимоги клієнтів щодо рівня обслуговування. Прикладами подібних мереж є мережі станцій технічного обслуговування і пунктів автосервісу автомобілебудівних фірм, мережі передпродажного і після продажного сервісу більшості фірм, які виробляють промислові електро побутові товари і т.п. Таким чином, предметом логістичного сервісу є певний комплекс (набір) відповідних послуг.

Послуга в узагальненому розумінні - це деяка дія, що приносить користь споживачу. Послуга як продукт праці має споживчу вартість, і це визначає її товарний характер, який виражається в здатності бути реалізованою споживачами як своєрідний товар. Ця риса споріднює послуги з матеріальним товаром. При цьому вартість сервісних послуг іноді може перевершувати витрати безпосередньо на виробництво продукції. [2, с.205].

Надання послуг, тобто задоволення будь-яких потреб, називається сервісом. Сервіс нерозривно пов'язаний з розподілом і є комплексом послуг, які надаються в процесі замовлення, купівлі, постачання і подальшого обслуговування товарів.

Оскільки логістичний сервіс може бути реалізований тільки в сферах розподілу і обігу, він є певною сукупністю послуг, які надаються в процесі безпосереднього постачання товарів споживачам, що є завершальним етапом просування матеріального потоку логістичними ланцюгами. Відповідно об'єктом логістичного сервісу виступають конкретні споживачі матеріальних потоків.

Логістичне сервісне обслуговування споживачів може здійснюватися як самим виробником, так і торгово-посередницькою структурою. Це залежить від виду логістичної системи, рівня вимог споживачів і стратегії постачальника (виробника, торгового посередника).

Виходячи на ринок логістичних послуг, продуценти повинні враховувати основні характеристики даної товарної категорії, які визначають умови і параметри логістичної діяльності. Такими характеристиками є:

- неможливість відчутти послуги “на дотик”. Виявляється в складності специфікації послуг сервісною фірмою, а також у складності їх оцінки покупцем;
- невіддільність від джерела. Логістичні покупки як форма діяльності невіддільні від свого джерела на відміну від матеріального товару, який може існувати належно від присутності або відсутності його джерела (продуцента);
- зміна якості. Якість логістичних послуг виявляє тенденцію до коливань залежно від ступеня досконалості логістичної системи, вимог клієнтів, впливу багатьох випадкових факторів;
- адресність послуг. Логістичні послуги надаються замовнику безпосередньо. Це відрізняє їх від товару в матеріальному вигляді, який випускається, орієнтуючись, як правило, не на конкретного споживача, а на загальний попит цільового ринку;
- унікальність для одержувача. Кожна логістична послуга, яка надається, унікальна для одержувача. Інша подібна послуга буде відрізнятися від попередньої за своїми параметрами, термінами, якістю, умовами виробництва і споживання;
- неможливість накопичення послуг. Послуги не можна зробити про запас, їх не можна складувати, тобто накопичення “запасу” даного виду продукції неможливе;
- еластичність попиту. Перевагою логістичних послуг порівняно із товаром у матеріальному вигляді є їх велика еластичність на ринку збуту. У нормальних економічних умовах дуже швидко зростає попит на логістичні послуги зі зниженням на них цін і збільшенням доходів підприємств – споживачів. При чому темпи

зростання попиту на логістичне обслуговування значно перевищують його динаміку на матеріальні товари;

- оперативність. На відміну від товарів у матеріальному вигляді або інших видів діяльності, де швидкість і стрімкість виконання робіт не завжди є позитивними щодо кінцевого результату, логістичні послуги, як правило, дають тим більший економічний ефект, чим швидше відбувається їх реалізація. Дуже часто саме оперативність послуг залучає потенційних замовників. [3, с.174]

Зазначені характеристики і особливості просування послуг відіграють важливу роль у логістичному процесі при дистрибуції товарів.

Природа логістичної діяльності передбачає можливість надання споживачу різноманітних логістичних послуг. В цілому всі роботи й операції в сфері логістичного обслуговування можна класифікувати за такими ознаками:

1. За часом здійснення:

- послуги передпродажного характеру – це роботи й операції з формування попиту на логістичне обслуговування. До них відносять: консультації, демонстрації (у деяких випадках – пробне використання);

- логістичні послуги в процесі реалізації – надаються в процесі реалізації товарів. Вони забезпечують ефективне просування матеріальних потоків і доставку продукції до місця призначення, строго дотримуючись замовлень споживачів. Сюди можна віднести: наявність товарних запасів на складі, підбір та комплектацію партій постачань, пакування, маркування, формування вантажних одиниць, надання інформації про проходження вантажів, роботу із забезпечення надійності постачань;

- логістичні послуги після продажного характеру. До них відносять: послуги із гарантійного обслуговування, послуги із забезпечення запасними частинами, зобов'язання щодо розгляду претензій покупців, забезпечення зворотних потоків, забезпечення обміну продукції і т.д.

2. За змістом робіт:

- жорсткий сервіс – включає послуги, пов'язані із забезпеченням працездатності безвідмовності й погоджених параметрів експлуатації товару;

- м'який сервіс – послуги, зв'язані з більш ефективною експлуатацією товарів в конкретних умовах роботи споживача, а також розширенням сфери його використання.

3. По відношенню до споживача:

- прямий сервіс – включає послуги, спрямовані на безпосереднього споживача;

- непрямий сервіс – послуги, які безпосередньо не стосуються такого споживача.

Підсистема обслуговування споживачів займає особливе місце у логістичній системі. Перша особливість цієї підсистеми полягає в тому, що споживач, на якого спрямовано логістичний сервіс, є частиною системи, а не тільки її метою. Тому під час формування підсистеми логістичного сервісу споживачів необхідно розглядати як специфічний структурний елемент, інтегрований зовнішнім середовищем у логістичну систему.

Інша особливість підсистеми обслуговування полягає в тому, що саме вона є базою у забезпеченні зворотних зв'язків між споживачами і продуцентами логістичних послуг. [4, с.208]

Широка номенклатура логістичних послуг і значний діапазон, у якому може змінюватися їх якість, вплив послуг на конкурентоспроможність фірми і величину витрат, а також деякі інші фактори підкреслюють необхідність для фірми мати точно визначену стратегію в сфері логістичного обслуговування споживачів.

Логістичний сервіс повинен ґрунтуватися на шести основних принципах:

- обов'язковість пропозиції. Підприємство, яке реалізує вироби, що потребують обслуговування, але не пропонує споживачу жодних видів сервісу, приречене на поразку в конкурентній боротьбі;

- необов'язковість використання. Підприємство зобов'язане пропонувати, але не може нав'язувати клієнтам сервіс, оскільки вибір покупця повинен бути абсолютно вільним;

- еластичність. Пакет наданих послуг повинен бути досить широким – від мінімально необхідних до максимально доцільних;

- зручність. Сервіс повинен надаватися в тому місці і в такій формі, що влаштовували б покупця;

- раціональна цінова політика. Сервіс повинен бути не стільки джерелом додаткового прибутку, скільки стимулом для придбання товарів і засобом зміцнення довіри покупців до підприємства;

- інформаційна віддача. У процесі надання послуг потрібно організувати збір інформації про всі сторони експлуатації товарів, про оцінки клієнтів, про поведінку і форму сервісу конкурентів.

Таким чином, узагальнена послідовність дій, які забезпечують формування підсистеми логістичного сервісу, полягає у наступному:

- сегментація споживчого ринку, тобто його поділ на конкретні групи споживачів, для кожної з яких можуть знадобитися певні послуги відповідно до особливостей споживання;

- визначення переліку найбільш значимих для покупців послуг;

- ранжування послуг, які входять у складений перелік. Зосередження уваги на найбільш значимих для покупців послугах;

- визначення стандартів послуг у розрізі окремих сегментів ринку;

- оцінка послуг, які надаються, встановлення взаємозв'язку між рівнем сервісу і вартістю послуг, які надаються, визначення рівня сервісу, необхідного для забезпечення конкурентоздатності компанії;

- встановлення зворотного зв'язку з покупцями для забезпечення відповідності послуг потребам

покупців. [5, с.49-50]

Сегментація споживчого ринку може здійснюватися за географічним фактором, за характером сервісу або за якою-небудь іншою ознакою. Вибір значимих для покупців послуг, їх ранжування, визначення стандартів послуг можна здійснити, проводячи різні опитування. Оцінка послуг, які надаються, визначається різними способами. Наприклад, рівень надійності постачання можна вимірити часткою поставлених вчасно партій. Ресурси підприємства концентруються на наданні покупцям виявлених, найбільш важливих для них послуг.

У процесі формування і подальшого вдосконалювання підсистеми логістичного сервісу продуценти послуг повинні прагнути до виконання таких основних вимог:

- постійно підвищувати надійність обслуговування і готовність до виконання замовлень і запитів споживачів логістичних послуг;

- знижувати сукупні витрати, пов'язані з обслуговуванням і утриманням запасів;

- знижувати собівартість товару – послуги.

Висновки. Діяльність виробника будь-якої продукції, але особливо технічно складної (як виробничого, так і збутового призначення) приречена на невдачу, якщо не організовано належним чином високоякісний сервіс.

В минулому сервіс був однією з найбільш відсталих сфер виробничо-збутової діяльності вітчизняних підприємств і об'єднань як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. У виробників ще спостерігається менталітет минулих років, що склався в умовах дефіциту ринку, в силу якого вони не цікавилися долею своїх виробів, що залишили заводську територію. Тому організація необхідного сервісу являє собою складну задачу. Її рішення полегшується наявністю багатого світового досвіду сервісної діяльності, який необхідно використовувати, враховуючи специфіку української економіки.

Сервіс повинен бути обіцяний покупцю. Інакше кажучи, текст з описом змісту сервісу, що робиться підприємством, повинен бути доведений до покупців даного сегмента ринку. Насамперед потрібно запам'ятати, який саме рівень сервісу даного сегменту покупці вважають відмінним.

Гарантії сервісу і його якостей повинні бути більшими, чим очікує покупець. У цьому випадку вони викликають позитивні емоції і прагнення продовжувати контакт із джерелом таких емоцій. З огляду на важливість сервісного обслуговування як знаряддя конкуренції, багато фірм засновують у себе підрозділи, що працюють зі скаргами і зауваженнями клієнтів, займаються питаннями кредитування, матеріально-технічного забезпечення, технічного обслуговування та інфраструкції.

Література

1. Гаджинский А.М. Основы логистики. – М.: ИОЦ Маркетинг, – 1996. – № 4. – С. 93–96.
2. Логистика: Учебное пособие / Под ред. Б.А.Аникина. – М.: ИНФРА-М, – 1997. – С. 205.
3. Рынок и логистика / Под редакцией М.П.Гордона. – М.: Экономика, – 1993. – С. 174.
4. Семенов А.И. Предпринимательская логистика. – Спб.: Политехника, – 1997. – С.208.
5. Смехов А.А. Введение в логистику. – М.: Транспорт, – 1993. – С.49-50.

Надійшла 06.04.2008 р.

УДК 658.589

С. В. ВОВЧОК

Київський національний університет технологій та дизайну

СИСТЕМА РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ: СУТНІСТЬ, СТРУКТУРА ТА ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ

Сучасний стан формування ринкових відносин в Україні потребує від підприємств легкої промисловості прискорення розвитку досягнутого рівня виробництва. Досягти цього можливо лише за умови використання ефективних методів управління та організації виробництва, а також застосування високо прогресивної техніки і технології – тобто використання інновацій, які дають можливість підвищити продуктивність праці, зменшити сукупні витрати підприємства, виготовляти конкурентоспроможну продукцію. У зв'язку з цим особливе значення має питання організації інноваційної діяльності на підприємствах легкої промисловості.

Проблемами розвитку інноваційного потенціалу, його сутності, структурою та функціями займалися багато вітчизняних та закордонних вчених: Л. Берталанфі [1], В.Н. Садовський [2], І.В. Крайнюченко, В.П. Попов [3], Г. Клир [4], Л. Акофф [5], В.В. Дубічинського [6], М.В. Месарович [7], В.Н. Волкова [8], В.А. Фетисов [9], П.В. Алексеев, А.В. Панин [10], О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан [11] та інші.

Сутність інноваційного потенціалу найбільш повно можна розкрити в системному плані як “систему розвитку інноваційного потенціалу”. Система (від грец. systema — ціле, складене із частин; сполучення) - чисельність елементів, які знаходяться у відносинах і зв'язках один з одним, які формують визначену

цілісність, єдність [12]. Незважаючи на те, що поняття система існує з давніх часів, перші спроби визначити його як самостійну наукову категорію відбувалися лише у тридцяті роки минулого століття з появою перших концепцій загальної теорії систем (А. Богданов, Л. Берталанфі). Отже Л. Берталанфі визначив систему як комплекс взаємодіючих елементів, а все, що складається із пов'язаних одна з одною частин і називається системою [1]. Це визначення найширше і найпростіше тому, що у світі все якимось чином є пов'язаним і може бути названо системою. Подальший період характеризується різноманітними підходами до розуміння сутності поняття “система”.

Наприклад, В. Н. Садовський наводить біля 40 визначень поняття «система», які отримали найбільше розповсюдження у літературі [2]. Являє собою певний інтерес класифікація багатьох визначень сутності системи, наданих в роботах І.В. Крайнюченко та В.П. Поповим [3].

Першу групу становлять найбільш загальні визначення системи як комплексу елементів, які знаходяться у взаємодії [13,14].

Однак, це дуже загальне визначення, під яке підпадають практично всі явища і об'єкти. Більш динамічними, характерними для складних економічних систем, є наступні визначення системи: “зібрання або з'єднання об'єктів, об'єднаних регулярно взаємодією або взаємозалежністю» [4]. Або: “мережа взаємопов'язаних елементів любого типу, концепцій, об'єктів, людей» [5]. Подібне визначення наведене у сучасному тлумачному словнику української мови “система – це порядок, зумовлений правильним, планомірним розташуванням та взаємним зв'язком частин чого-небудь” [6].

Друга група визначень відбиває точку зору кібернетики, згідно методології якої виділяються входи і виходи системи. Входи і виходи забезпечують взаємодію кібернетичної системи з оточуючим середовищем. Через входи діють стимули зовнішнього середовища, а реакції системи відбуваються через виходи. При цьому використовується концепція «чорного ящика», згідно якої не відбувається розкриття внутрішнього змісту системи (ящика). «Чорний ящик» неможливо зобразити сукупністю елементів у зв'язку з тим, що невідома його внутрішня побудова.

Кібернетичні визначення “системи” прийнято трактувати як пристрій, який приймає один або більше входів і генерує один або більше виходів [2]. Аналогічним є і інше формулювання, в якому система являє собою відображення входів і станів об'єкта в його виходах [7].

Видно, що кібернетичне поняття «система» є максимально формалізованим, однак будь-яке спрощення, особливо для складних економічних систем неминує стає гальмом розвитку, до чого і призвела концепція «чорного ящика».

Третю групу становлять визначення системи, які пов'язують її з цілеспрямованою активністю. У визначеннях системи, поряд із елементами (А), зв'язками (R), враховується ціль (результат). Символічно ця група визначень надана у роботі В. Н. Волкової [8]:

$$S \equiv \langle A, R, Z \rangle, \quad (1)$$

де Z - ціль, результат

Ціль - це стан, якого система повинна досягнути у процесі свого функціонування [9]. За іншим трактуванням, система – це складна єдність, сформована різними факторами і які мають загальний план і які слугують досягненню загального результату (цілі) [4].

Філософське поняття “результат” базується на визнанні тісної єдності його з поняттям “цілі”. Це підтверджується визначенням поняття “результат”, наданим сучасним тлумачним словником української мови, відповідно до якого “результат – це кінцевий підсумок, заради якого здійснюється певна дія, наслідок якоїсь дії” [6].

В подальшому у визначенні системи почали включати, поряд із елементами, зв'язками і цілями, спостерігача N, тобто суб'єкта, який досліджує і приймає рішення про розвиток системи [8]:

$$S \equiv \langle A, R, Z, N \rangle \quad (2)$$

В той же час опису деяких систем, особливо, економічних, у наведеному вище вигляді, бракує комунікативності, тобто взаємодії спостерігача із зовнішнім оточенням. Це особливо актуально в ринкових умовах господарювання, де переважають ризики, невизначеність, конкуренція. Слід також враховувати, що економічні системи є відкритими системами і повинні взаємодіяти із зовнішнім середовищем.

Тому, на наш погляд, формула системи повинна мати такий вигляд:

$$S \equiv \langle A, R, Z, N, K \rangle, \quad (3)$$

де K – комунікаційні мережі.

Таким чином, один і той же об'єкт при дослідженні може бути наданий у різних аспектах, на різних рівнях існування, що допомагає зрозуміти одну і ту ж систему на різних стадіях пізнання і проектування, описуючи її різними засобами. Тобто термін система на різних стадіях її розгляду можна вкладати різні поняття, описуючи систему у різних формах існування.

У розумінні сутності системи, вирішальна роль належить поняттю «елемент». Відповідно до сучасного тлумачного словника української мови “елемент – це найпростіша, основна складова частина цілого” [6].

Критеріальна властивість елемента полягає у його безпосередній участі у створенні системи і означає, що без будь-якого одного елемента, система не може бути створена. Елемент виступає в якості неподільного компонента системи при даному способі її розгляду.

В той же час існує поняття «підсистема», яке використовується при аналізі складних систем. Це відбувається у випадках, коли між елементами і системою знаходяться «проміжні» комплекси, які є більш складними, ніж елементи, але менш складними, ніж сама система. Підсистема виступає елементом системи і в свою чергу може стати системою по відношенню до елементів, які її складатимуть. Аналогічним чином будуються відносини між поняттями «система» і «елемент»: вони переходять один в одне. Таким чином, система і елемент є відносними поняттями.

Наявність елементів в системі є обов'язковою, але не завершеною характеристикою системи, до неї повинно входити уявлення про її структуру.

Основні визначення поняття структура зводяться до того, що вона являє собою сукупність стійких відносин і зв'язків між елементами. Тлумачний словник української мови визначає структуру як «взаєморозміщення, взаємозв'язок частин цілого» [6].

Закономірним є питання, якими саме компонентами визначається якість системи - елементами або структурою? Ряд філософів, серед них переважають представники школи структурно-функціонального аналізу, очолюваної Т. Парсонсом, вважають, що якість системи детермінується повністю або переважно структурою, відносинами, стійкими зв'язками всередині системи. [12].

Інші дослідники вважають, що вирішальну роль у побудові якісної системи належить елементу, який класифікується в якості основного, атрибутивного компоненту системи. При цьому первинне значення у визначенні якості системи належить її елементам. Саме природа елементів обумовлює спосіб їх взаємозв'язку; елементи детермінують структуру [1].

За своєю значущістю для системи зв'язки елементів (навіть при класифікації їх як стійки) не є рівнозначними: одні з них несуттєві, інші – суттєві, закономірні. Структура перш за все детермінує (визначає) закономірні зв'язки елементів. Серед закономірних найбільш значущі інтеграційні зв'язки (або інтеграційні структури). Ми в цілому поділяємо позицію дослідників, які вважають, що якість системи визначається, по-перше, елементами (їх природою, властивостями, кількістю) і, по - друге, структурою, тобто, їх зв'язком, взаємодією. В матеріальних, економічних системах не може бути «чистих» структур, адже вони можливі лише в уяві, абстракції, як не можуть існувати в реальній дійсності і "чисті" елементи. Тільки в єдності елементів і структури може існувати система взагалі і економічна, зокрема. І все ж - таки, в наукових дослідженнях правомірним є встановлення пріоритетів, тому, на наш погляд, структурні фактори є переважаючими в силу того, що відображають стійкі, закономірні зв'язки між елементами і взаємодію між ними, а значить є більш впливовими компонентами, ніж елементи системи, які не входять до її структури або незначно на неї впливають.

Згідно із теорією систем властивості самої системи не зводяться до суми властивостей елементів, які її складають. Вони за сприятливих умов можуть якісно перевищувати властивості елементів внаслідок чого виникає синергійний ефект. Прагнення щодо збереження своїх властивостей є загальною ознакою всіх консервативних систем. У цьому зв'язку існує класифікація систем на відкриті і закриті. В суцільному, безперервному, зв'язаному середовищі не може існувати ізольованих моделей, адже їх може створити лише свідомість.

Оскільки сила системи визначається силою її зв'язків, кожний елемент системи може оцінюватися своїм внеском у загальний успіх, адже підвищення ефективності окремих її елементів або підсистем може викликати розбалансованість і протиріччя, що знизить ефективність системи в цілому.

Як зазначалося, система є відносно відокремлена цілісність, яка протистоїть зовнішньому середовищу. Що стосується економічної системи, то вона має як макроекономічне середовище (законодавча база, державна політика, макроекономічні показники, вплив глобалізації), так і безпосереднє оточуюче її середовище. Саме при взаємодії із безпосереднім середовищем система формує і проявляє свої властивості. Взаємовідносини типу «система - середовище» передбачають, не тільки численність внутрішньо системних відносин і зв'язків між елементами систем, але і комплекс її зовнішніх відносин і зв'язків.

Система являє собою певну цілісність значної кількості взаємодіючих елементів, тому з огляду внутрішньої побудови, повинна мати відповідну структуру. Отже здійснення інноваційної діяльності підприємством передбачає реалізацію його інноваційного потенціалу. Для формування інноваційного потенціалу необхідною є наявність на підприємстві певних ресурсів [11].

Під матеріальними ресурсами мається на увазі наявність у підприємства дослідної бази, технологічного обладнання, ресурсу площ.

Технологічна документація, патенти, ліцензія, бізнес-план щодо освоєння новацій, інноваційна програма підприємства формують інтелектуальні ресурси підприємства.

Фінансові ресурси складаються із власних, запозичених, залучених коштів, які можуть бути використані у процесі освоєння інновацій.

Така складова інноваційного потенціалу, як кадрові ресурси, передбачає наявність на підприємстві не тільки лідера-новатора, а й команди працівників, які зацікавлені в інноваціях. Сюди ж відносять і партнерські зв'язки з науково-дослідними установами, досвід проведення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), досвід управління проектами.

Інфраструктурні ресурси формуються власними підрозділами НДДКР, відділом головного технолога, відділом маркетингу, патентно-правовим та інформаційним відділами.

Від стану інноваційного потенціалу залежить вибір стратегії, яка надасть змогу виконати поставлені цілі у напрямку інноваційного розвитку підприємства. Основними зовнішніми умовами, які впливають на необхідність прискорення інноваційної діяльності на підприємстві, є: загроза застарівання існуючих товарів; виникнення нових потреб у споживачів; скорочення життєвого циклу товарів; загострення конкуренції. Але ефективність інновацій залежить від наявності таких внутрішніх факторів, як: здатність керівництва та персоналу виділяти й оцінювати економічні, соціальні та технологічні зміни у зовнішньому середовищі, орієнтація керівника на довгострокову перспективу та наявність чітких стратегічних цілей, розгалужена система збуту і маркетингу, здатність досліджувати й оцінювати ринкові тенденції, здійснення постійного пошуку нових ринкових пропозицій, вміння аналізувати й реалізовувати нові ідеї.

Висновки. В легкій промисловості в цілому спостерігається низький рівень інноваційної активності, характерний практично для всіх видів діяльності, пов'язаної з інноваціями, і проявляється в різних її підгалузях.

Серед факторів виробничого характеру доцільно відмітити недостатньо високий рівень розвитку дослідницької бази на виробництві, неготовність більшості підприємств до освоєння інноваційних процесів, інноваційних видів продукції, нестаток інформаційного забезпечення про нові технології, ринки збуту, можливості кооперування з іншими підприємствами і науковими організаціями, відсутність професійного інноваційного менеджменту.

Проблема інноваційного розвитку підприємств легкої промисловості є багатоаспектною і повинна передбачати удосконалення законодавчого його забезпечення, а також активізацію дії фінансово-економічних, техніко-технологічних, організаційно-управлінських важелів, форм, інструментів.

Формування інноваційного потенціалу з огляду теорії систем цілеспрямованої активності викликаний наступними чинниками. По-перше, відсутністю такого підходу в науковій економічній літературі. По-друге, на наш погляд, тільки представлення інноваційного потенціалу у вигляді системи дозволяє поглиблено виявити його сутність, структуру, а також взаємодію і взаємобумовленість структурних елементів, що сприяє розвитку інноваційного потенціалу та можливостей підприємства у інноваційній діяльності для задоволення зростаючих потреб ринку.

Література

1. Философский словарь. - М.: Политиздат, 1980; Философский словарь / Под ред. И.Т.Фролова. – 5–е изд. –М.:Политиздат,1987.–590с.
2. Берталанфи Л. Общая теория систем. - М.: Системное моделирование, 1969
3. Садовский В. Н. Основания общей теории систем. Логико-методологический анализ. М., 1974. С. 77 — 106
4. Крайнюченко И.В., Попов В.П. 2005, Holism.narod.ru/sustems.
5. Советский энциклопедический словарь. - М., 1980. С. 109
6. Советский энциклопедический словарь / Гл.ред.А.М.Прохоров. –4–е изд. –М.: Сов. Энциклопедия, 1989. – 632с.
7. Klir G. J. An Approach to General System Theory. - New York, 1969
8. Акофф Р. Л. Системы, организации и междисциплинарные исследования // Системные исследования. Ежегодник. 1969. 1969.
9. Сучасний тлумачний словник української мови /За заг.ред. д.філ. н., проф.В.В. Дубічинського.- Х.: Видавн.дім "Школа", 2006.- С. 800. 1008 с.
10. Месарович М. Основание общей теории систем // Общая теория систем. - М.: Мир, 1966.
11. В. Н. Волкова «Из истории теории систем и системного анализа». - СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004
12. Фетисов В. А. Основы системного анализа. М., 1988
13. Алексеев П.В., Панин А.В. Философия. М., 1998. С. 374 –381
14. Шляхи активізації інноваційної діяльності підприємств: Монографія/ О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.: - К.: КНУТД, 2005. – С.198

Надійшла 16.04.2008 р.

УДК 65::011.3

К. О. ЧИГИРИК

Київський національний університет технологій та дизайну

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

В умовах незбалансованості експортно-імпортних операцій на фармацевтичному ринку України скорочення ринку лікарських засобів, недосконалої податкової системи, обмеженості коштів державного бюджету, недостатності іноземних інвестицій, один із реальних напрямків нарощування інвестиційних ресурсів

– поступове заміщення на внутрішньому фармацевтичному ринку України асортименту лікарських засобів, які пропонують західні компанії, препаратами вітчизняного виробництва. Це обумовлює, з одного боку, необхідність підтримки з боку держави вітчизняного виробника і в тому числі, шляхом спрямування бюджетних коштів для закупівлі вітчизняних ЛЗ, як це робиться в більшості країн. З іншого боку, потрібне переосмислення стратегії діяльності українських фармацевтичних підприємств, усвідомлення низької ефективності в сучасних умовах оборонної стратегії і необхідності переходу до наступальної стратегії. По суті, як відмічають провідні фахівці в галузі фармації, сьогодні в Україні потрібна орієнтація на інноваційну модель розвитку фармацевтичної промисловості [1,2].

Слід визначити, що проблема оцінки ефективності фармацевтичного виробництва знайшла відображення в роботах таких вчених, як Д.С. Волох, В.М. Толочко, А.В. Кабачна, Т.М. Розсоха, [3-5]. Окремі аспекти оцінки ефективності інвестиційної діяльності досліджуються в роботах З.М. Мнушко, А.Б. Горбенко [7]. На сьогодні в наукових джерелах з питань інноваційного менеджменту також відсутні загально прийняті підходи до визначення ефективності інноваційної діяльності підприємств. У більшості наукових джерел аналізуються лише локальні показники, які її характеризують.

У відповідності з Законом “Про інноваційну діяльність” інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери. Існують класифікації інновацій: за предметним змістом; за характером задоволення потреб; за роллю в процесі виробництва; за масштабами розповсюдження; за значущістю; за спрямованістю впливу на процес виробництва та інші. За критерієм новизни інновації розподіляються на радикальні (базові) та модифікаційні. Фахівці вважають, що ступінь зрілості інноваційної діяльності визначається часткою процесних інновацій в їх загальній кількості, тобто по мірі інноваційного розвитку підприємства повинно відбуватися зміщення акценту з продуктових на процесні інновації. Аналізуючи інноваційні процеси у вітчизняному фармацевтичному виробництві, слід відмітити, що сьогодні в ньому переважають продуктові інновації. Це в певній мірі обумовлюється як специфікою виробництва, так і загальним рівнем інноваційного потенціалу галузі. Окрім цього, імовірність успіху нововведень у фармацевтичній промисловості значно нижча, ніж в інших галузях, внаслідок високої насиченості і наукомісткості фармацевтичного ринку, які є наслідком високого рівня конкуренції.

Розповсюдженою є думка, що інноваціям обов’язково повинні бути властиві такі риси, як науково-технічна новизна, виробнича застосовуваність, комерційна реалізація. Комерційний аспект визначає інновацію як економічну необхідність, усвідомлену через потреби ринку. І.Шумпетер вважав, що очікування надприбутків – головна рушійна сила інноваційного розвитку підприємств [8].

Під інноваційним процесом традиційно розуміється процес, пов’язаний зі створенням, освоєнням та розповсюдженням інновацій. Ми розділяємо думку, що інноваційний процес більш широке поняття ніж інноваційна діяльність, оскільки це процес перетворення наукового знання в інновацію, який можна уявити як послідовний ланцюг подій, у ході яких інновація визріває від ідеї до конкретного продукту, технології або послуги і розповсюджується при практичному використанні. На відміну від НТП інноваційний процес не закінчується впровадженням, тобто першою появою на ринку нового продукту, послуги або доведенням до проектної потужності нової технології. Цей процес не переривається і після впровадження, оскільки по мірі дифузії нововведення удосконалюється, набуває нових, раніше не відомих споживчих властивостей. Це відкриває для нього нові сфери застосування і ринки, а відповідно, і нових споживачів, які сприймають даний продукт, технологію або послугу як нові саме для них. Серед основних етапів інноваційної діяльності, як правило, називають такі: 1) попередні ринкові дослідження і формування цілей інноваційної діяльності; 2) аналіз альтернативних інноваційних проектів; 3) аналіз ринкових перспектив нового виробу; 4) аналіз економічної ефективності інноваційного проекту; 5) промислове виробництво; 6) впровадження нововведень на ринок.

Однією із центральних проблем управління інноваційною діяльністю підприємств є проблема її інвестиційного забезпечення. Інвестиційна діяльність, яка пов’язана з інвестиціями саме в інновації, називається інноваційно-інвестиційною діяльністю. Об’єктами інноваційно-інвестиційної діяльності у фармації є: організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва та (або) соціальної сфери; інвестиції в інноваційні програми і проекти; нові знання; виробничі обладнання та процеси; інфраструктуру фармацевтичного виробництва і підприємництва; субстанції і методи їх одержання; механізми формування споживчого ринку і активізації збуту та ін. Суб’єктами інноваційно-інвестиційної діяльності у фармації можуть бути держава, міжнародні організації, юридичні та фізичні особи. На думку фахівців, вплив інноваційного процесу на виробництво проявляється не тільки в освоєнні нових продуктів і технологій, але і в збільшенні економічного та інноваційного потенціалу підприємства як передумови впровадження вже нових поколінь технологій та продуктів, підвищення подальшої прийнятливості підприємства до інновацій [9].

Молчанов Н.Н. пропонує оцінювати інноваційний потенціал підприємств за такими характеристиками: кількість і частка НДДКР, виконаних на рівні винаходів, з одержанням авторських свідоцтв; кількість і питома вага винаходів, запатентованих за кордоном; кількість і питома вага ліцензій, які продані в інші країни; відношення витрат на проведення НДДКР до обсягу продукції; відношення витрат на проведення НДДКР до чисельності про-мислово-виробничого персоналу; питома вага працівників, зайнятих НДДКР, у загальній

чисельності промислово-виробничого персоналу [10]. Таким чином, можна зробити висновок, що на сьогодні не існує загально визначеного поняття “інноваційний потенціал підприємства”, хоча більшість вчених додержується думки, що інноваційний потенціал відображає сукупність накопичених підприємством інноваційних ресурсів. Але економічний розвиток підприємства, його конкурентоспроможність залежать не тільки від накопиченого інноваційного потенціалу, але і від рівня його використання, ефективності інноваційної діяльності.

В монографії Т.Г. Егерта [11] до факторів, що визначають рівень інноваційного розвитку підприємства, в першу чергу, відносяться: темпи оновлення виробничого апарату, фондоозброєність виробництва, технічна і органічна будова виробництва, питома вага фахівців із вищою і середньою спеціальною освітою, рівень продуктивності праці, наукомісткість виробництва.

Держкомстат України для оцінки інноваційного розвитку підприємства рекомендує наступну групу показників: структура інноваційних витрат, науково-технічний рівень робіт, структура інноваційної продукції, сума прибутку від реалізації інноваційної продукції та її частка в загальній сумі прибутку, обсяги продажу інноваційної продукції на зовнішньому і внутрішньому ринках, доступ до нових ринків збуту і частка на традиційних ринках збуту.

Висновки. Націленість фармвиробників на освоєння нових видів продукції, впровадження прогресивних технологій, вихід на нові сегменти фармацевтичного ринку, участь в інвестиційних проектах в значній мірі залежать від створення відповідної системи фінансового забезпечення інноваційно-інвестиційних процесів, яка повинна стимулювати підприємства щодо вибору стратегічних пріоритетів у розвитку виробництва. Впровадження цієї системи передусім передбачає:

- перспективне бачення динаміки та напрямків формування потоків фінансових ресурсів, що сприятимуть зростанню капіталу і зростанню підприємства в цілому;
- визначення та аналіз основних фінансових важелів впливу на прискорення науково-технічного прогресу на рівні підприємств;
- створення умов щодо стимулювання накопичення капіталу;
- підвищення рентабельності капіталу, його здатності до самозростання;
- радикальну перебудову фінансових інструментів і методів управління виробництвом;
- використання нових каналів фінансування інноваційно-інвестиційних процесів та ін.

Але водночас із реалізацією стратегічної спрямованості управління фінансами ця система повинна сприяти регулярному, з найменшими витратами і без загрози втрати фінансової стійкості, забезпеченню підприємства фінансовими ресурсами, необхідними для безперервного здійснення поточної діяльності з випуску ЛЗ і контролю за ефективним використанням цих ресурсів. В умовах нестабільного соціально-економічного середовища, для якого притаманні постійні коливання ринкової кон'юнктури, не передбачені зміни цін на сировину, енергетичні ресурси, жорстка конкурентна боротьба як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках, зростання недоступності позикових джерел фінансування, використання процесного підходу у керуванні фінансовими ресурсами підприємств стає малоефективним.

Виникає необхідність у такому підході, який надавав би змогу підприємству не тільки максимально гнучко пристосовуватися до мінливого середовища, а в певній мірі впливати на ці зміни у вигідному для нього напрямку, що забезпечує його тривалу життєздатність, динамічну фінансову стійкість і довгострокову прибутковість. Вирішення цієї проблеми можливе шляхом впровадження стратегічного фінансового менеджменту, який є результатом об'єднання системного і ситуаційного підходів в управлінні фінансами. У стратегічному фінансовому менеджменті, на відміну від процесного підходу, центр ваги переноситься у сферу планування та реалізації фінансової стратегії. Основна увага повинна приділятися не стільки контролю за поточною фінансовою діяльністю, скільки спрямованості фінансового управління на формування такого фінансового ресурсного потенціалу, який забезпечить досягнення стратегічних цілей підприємства через реалізацію його стратегічних конкурентних переваг. Це відповідно передбачає спрямованість фінансової діяльності на довгострокову прибутковість, високу норму накопичення та активну інноваційно-інвестиційну діяльність, використання сучасних фінансових інструментів, прийомів та методів. Ефективність функціонування кожного підприємства в ринковій економіці, перспективи його розвитку, в першу чергу, визначаються можливістю випускати конкурентоспроможну продукцію. При цьому слід враховувати, що у фармацевті існують високі вимоги до якості продукції, жорстка система внутрішнього та зовнішнього контролю та інші обмежуючі фактори. Для подолання цих проблем необхідна активізація інноваційно-інвестиційної діяльності українських хіміко-фармацевтичних підприємств (ХФП).

Література

1. Пономаренко М.С., Загорій В.А., Огородник В.В. Основні питання стратегії розвитку фармацевтичного виробництва // Вісн. фармац. – 2002. – № 6. – С. 4 - 7.
2. Черних В.П. Концептуальні аспекти реформування фармацевтичної галузі // Вісник фармацевції. – 2001. – № 4. – С. 3 - 8.
3. Волох Д.С. Научные основы и пути повышения социально-экономической эффективности управления лекарственным обеспечением: Дис... д-ра фармац. наук. – Харьков, 1990. – 44 с.

4. Кабачная А.В. Теоретические и методические основы повышения эффективности производства лекарственных средств на фармацевтических фабриках: Дис... д-ра фармац. наук. – Харьков, 1990. – 268 с.
5. Мнушко З., Грекова И., Пестун И. Конкурентоспособность иммуностимулирующих лекарственных средств с позиций потребителей // Провизор. – 2000. – № 6. – С. 11 - 13.
6. Шумпетер И. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – 456 с.
7. Инновационный менеджмент: Учеб. для вузов / С.Д. Ильенкова, Л.М. Гохберг, С.Ю. Ягудин и др.; Под ред. С.Д. Ильенковой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 327 с.
8. Молчанов Н.Н. Инновационный процесс: организация и маркетинг. – СПб., 1995. – 218 с.
9. Эгерт Т.Е. Интеллектуальный потенциал – Технический прогресс – Цена. – М.: Система, 1991. – 179 с.

Надійшла 06.04.2008 р.

УДК 338.46

О. Г. КУЗЬМИЧ

Київський національний університет технологій і дизайну

ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОБУТОВИХ ПОСЛУГ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ

Останні десятиліття характеризуються збільшенням ролі сфери послуг у світовій економіці. Збільшення спектру запропонованих послуг супроводжується також ростом числа зайнятих у цій сфері. Частка сфери послуг у сукупному ВВП до теперішнього часу становить близько 70% від його загального обсягу й значно перевищує частку сфери виробництва товарів. У сфері послуг зайнято більше половини працездатного населення світу [1].

Для промислово-розвинутих країн середньорічні темпи приросту ВВП у сфері послуг за останні два десятиліття склали в середньому 6 % і істотно випереджають за значенням темпи приросту ВВП у сфері виробництва товарів (близько 2,5%). Аналогічні тенденції характерні й для ряду країн, що розвиваються, де темпи виробництва в галузях сфери послуг мають ще більш високі значення [2].

Оскільки саме сфера послуг є тим сектором економіки, що розвивається найбільш динамічно, то саме вона є об'єктом уваги вчених та бізнес-суспільства. Саме розвиток сфери послуг демонструє інноваційну активність, що забезпечує значний ріст економіки та вагому питому вагу зайнятості населення. Особливої уваги заслуговує аналіз тенденцій і перспектив розвитку сфери послуг в країнах ЄС [2].

Особливе місце у структурі господарювання займає підприємництво у сфері побутових послуг. У всьому світі, в т.ч. і в Україні, постійно розширюються обсяги побутового обслуговування населення – організованої діяльності суб'єктів бізнесу, пов'язаної з наданням побутових послуг. Підприємства сфери побутових послуг мають свої специфічні особливості, що відрізняють їх від виробничих підприємств особливістю операційного процесу, формою управління та обслуговування. Ці особливості обумовлюють організацію процесу надання послуги, результати фінансово-економічної діяльності. Процес виробництва і споживання побутових послуг співпадають в тривалості і часовому просторі. Ця особливість значно ускладнює осмислення і використання побутової послуги як «товару» та виключає можливість виробництва послуги на «склад». Якщо в цій сфері не можливо створити запаси, то підприємства змушені функціонувати в умовах постійного балансування між попитом і пропозицією як за обсягом послуг так і по структурі. Така специфіка функціонування впливає на організацію фінансової роботи підприємств побутового обслуговування і вимагає від керівництва шукати інноваційні організаційні та технологічні заходи.

Звертаючись до теорії, ми бачимо, що саме поняття інновації є багатоаспектним: бізнес-інновації, маркетингові, організаційні, процесні, продуктові, логістичні інновації. В цьому контексті інновації в сфері послуг є лише однією з компонент [2]. Аналіз тенденцій розвитку інноваційної політики в країнах ЄС дає можливість зробити висновок про те, що інноваційна політика в сфері послуг є лише наслідком балансування між промисловими інноваціями та інноваціями сфери послуг.

Активізація інноваційних процесів висуває на одне з перших місць проблему організації ефективного управління в умовах ринкової економіки. Основу ефективного управління складає достовірна і своєчасна інформація про процеси, які відбуваються в різних сферах суспільного життя з позиції соціально-економічного розвитку та формування регулюючих впливів, що направлені на підтримку позитивних та послаблення негативних тенденцій розвитку. Організація системи інформаційно-аналітичної підтримки процедур прийняття рішень органами управління дасть можливість сприяти застосуванню регулюючих впливів на рівні менеджменту підприємств сфери побутового обслуговування. Основою такої системи на регіональному рівні може стати система регіонального соціально-економічного моніторингу, на основі інформаційних баз якої можливо приймати обґрунтовані рішення по широкому колу питань економічного і соціального розвитку.

Система моніторингу соціально-економічних процесів доцільно будувати за чіткою структурою підсистем рівнів влади (муніципальної, місцевої, регіональної). Оскільки цілі місцевого самоуправління направлені на забезпечення соціальних нормативів. Але більша частина послуг розподіляється через

суспільний сектор і не може забезпечити свій розвиток самостійно без бюджетного фінансування. Найбільш ефективною для бюджету є соціально-побутова інфраструктура, як елемент, що забезпечує необхідні соціальні стандарти та приносить певні доходи. Саме побутові послуги, в наслідок своєї специфіки, локалізуються та спеціалізуються на задоволення потреб населення муніципального рівня. Вони дають можливість концентрувати до місцевих бюджетів певну частину коштів, що можуть бути використані на відтворення усієї соціальної інфраструктури. Таким чином, є сенс почати проектування системи моніторингу з ринку побутових послуг з метою забезпечення влади інформаційно-аналітичною підтримкою для обґрунтування управлінських рішень.

Під місцевим моніторингом ринку побутових послуг варто розуміти організацію постійної системи спостереження, оцінювання та прогнозу економічної кон'юнктури ринку цих послуг, що утворилися а територіальній дільниці в умовах конкуренції. Він дозволить на першому етапі вивчити сучасний стан ринку та оцінити якісний дисбаланс між попитом і пропозицією, сформувавши пропозицію по його усуненню та накопичувати інформацію по змінам цього стану та виявляти результати регулюючих впливів. Аналітична інформація дасть можливість виявити закономірності, побудувати модель прогнозування ринку побутових послуг та оцінити кількісно результати тих чи інших змін, що дозволить оптимізувати вибір рішення по реалізації того чи іншого управлінського рішення.

Організація моніторингу передбачає розв'язання конкретних ситуаційних завдань на основі інформації отриманої за погодженим алгоритмом і однозначно сформульованим показником.

Основними завданнями моніторингу ринку побутових послуг є наступні:

- організація спостереження, отримання достовірної та об'єктивної інформації про стан змін кон'юнктури ринку побутових послуг, а також про рівень життя населення, та рівень задоволеності громадян якістю різного виду побутових послуг;

- оцінювання та системний аналіз інформації, виявлення причин, що спричиняють той чи інший характер процесів;

- забезпечення в установленому порядку інформацією, що отримана в результаті моніторингу органів управління, підприємств і закладів незалежно від їх рівня підпорядкування та форм власності;

- розробка прогнозів розвитку побутових послуг на місцевому рівні;

- підготовка рекомендацій, направлених на усунення негативних процесів і підтримку позитивних тенденцій, доведення цієї інформації до відповідних органів управління.

Інформаційна система управління (а моніторинг по суті і є нею) повинна будуватися на принципах системності, цілеспрямованості, своєчасності та достовірності.

Системність, а саме системний підхід до організації моніторингу означає, що він повинен поділятися на окремі підсистеми, які можуть працювати як в комплексі, так і незалежно один від одного. Це дозволяє поступово розширювати можливості його використання. Системний підхід орієнтує також на принципи комплексності, забезпечення якого вимагає дотримання ряду вимог, а саме:

- моніторинг окремих напрямів розвитку повинен здійснюватися у взаємозв'язку з іншими напрямками;

- не треба обмежуватись лише фіксацією фактичної інформації, а є сенс вирішувати сукупність завдань моніторингу по кожному із напрямів (спостереження за ходом процесу, аналіз, розробка рекомендацій, що направлені на покращення тенденцій процесу, який досліджується, виявлення і аналіз результатів реалізації впроваджених регулюючих впливів);

- періодичність спостережень за обраними об'єктами та аналіз змін, що відбуваються, стабільність та порівнянність в часі показників, які запропоновані для моніторингу;

- поступовий розвиток системи моніторингу (розширення кількості показників, удосконалення методичного інструменту, який використовується).

Принцип цілеспрямованості передбачає, що вся система моніторингу проектується для вирішення конкретних управлінських завдань. Це дозволить створити економічно ефективну систему, забезпечить обмеження управлінських структур надлишковою інформацією, оскільки це вимагає використання людських фінансових і технічних засобів.

Також досить важливим є дотримання вимог, що висуваються до самої інформації: своєчасність, достовірність, повнота, репрезентативність.

Функціонування моніторингу вимагає певного правового забезпечення. Мова може йти про спеціальне положення, в якому регламентуються: правові механізми взаємодії інформаційного фонду моніторингу з органами управління, закладами, організаціями, що відповідають за проведення моніторингу, користувачами інформації – юридичними та фізичними особами. З одного боку, є необхідність передбачити правові форми захисту інформації, гарантії інформаційної безпеки (інакше збір інформації практично неможливий) з іншого боку – необхідно відпрацювати можливість комерційного використання отриманої інформації, оскільки інформаційний фонд може мати безліч даних, що є корисними для суб'єктів господарювання (розробників бізнес-планів або організацій, що перевіряють якість бізнес-планів з метою прийняття рішень про їх фінансування).

Дослідження процедур формування типових інформаційних систем дало можливість запропонувати алгоритм формування системи моніторингу ринку побутових послуг на місцевому рівні (рис. 1).

часто досліджуються проблеми колективно-договірного регулювання трудових доходів найманих працівників [1, с.42]. Проте досі не створено справді дієвої моделі чи механізму мотивації праці найманих працівників, яка б враховувала причини мотиваційного гальмування [2].

Мета статті проблемного характеру полягає в тому, щоб, дослідивши праці вітчизняних та зарубіжних науковців, по новому поглянути на зміст поняття «мотивація». Спробувати дати відповідь на питання: «Чи є мотивація способом маніпулювання людьми?». Дослідити правила ефективного управління мотивацією, що базуються на особливостях людської психіки, визначити причини мотиваційного гальмування.

Здатність до мотивації можна розуміти як здатність дати комусь іншому привід до здійснення якої-небудь дії, або здатність схилити людину до чого-небудь [2]. Це створює досить тонку грань між маніпулюванням особистістю чи групою людей та мотивацією. Якщо ви здійснюєте мотиваційний вплив на когось, то вам здається, що тут мова йде про щось позитивне. Адже немає нічого поганого в тому, що в людини з'являється стимул. Якщо ж ви самі усвідомлюєте, що є об'єктом мотивації, то може виникнути відчуття, що вами маніпулюють, не стільки спонукаючи до дії, скільки за допомогою спритних трюків, намагаючись нав'язати визначену модель поведінки. Грамотно спроектована система мотивації персоналу на підприємстві, в ідеалі, не повинна формувати у працівників подібних негативних уявлень.

Почасти мистецтво мотивації полягає в тому, щоб у кінцевому рахунку ніхто нічого не втратив. Ви досягаєте своїх цілей, створюючи мотивацію в інших. Якщо, наприклад, у вас є штат співробітників, ви сподіваєтеся, що стимулюючи їх певним чином, досянете від них кращих показників у роботі. Ті ж, кого спонукають до тієї або іншої дії, повинні або взагалі не зауважувати мотивації (і таким чином, просто радіти своїм успіхам) або вважати її позитивною підтримкою, що підсилює їхнє задоволення результатами власної праці. У силу того, що межа між підтримкою і маніпуляцією досить хитка, мистецтво мотивації неможливо зафіксувати у виді строгого набору правил. Тому основу мистецтва мотивування складають ряд спрямовуючих принципів і досвід, отриманий в результаті їхнього застосування на практиці.

Мотивація — це дуже могутній інструмент впливу, сфера впливу якого виходить далеко за межі традиційних уявлень про неї як засіб стимулювання персоналу до роботи. З її допомогою, наприклад, можна змусити людей більш завзято трудитися, а команду діяти більш згуртовано. Ви можете переконати персонал компанії прийняти на віру амбіційні плани й устремління її керівництва [3, с.397].

На перший погляд мотивація постає як витончена маніпуляція людьми; іншими словами, мотивація є спосіб змусити інших робити те, що хочеш, при цьому, в ідеальному випадку, вони не повинні цього усвідомлювати. Однак нещира, показна мотивація буде «працювати» до означеного моменту, але в за кінцевим рахунком збанкрутує. Щоб мотивуючий вплив був глибоким і тривалим, він повинен стати чимось більшим: чимось на зразок нагороди за працю всім учасникам цього процесу [4, с.343]. Безумовно, всі хто дотичні до мотивації інших людей хочуть нею скористатися, а не просто підвищити ефективність праці або поліпшити якість продукції, що випускається, і звичайно, вони не прагнуть створити команду робітників, що сліпо підкоряється «лінії партії». Вони хочуть, щоб люди, одержували дійсне задоволення від своєї праці.

Найбільші труднощі в створенні мотивації виникають при роботі з індивідом. Ситуації можуть бути різними. Це може бути підтягування відстаючого працівника або допомога людині з низькою самооцінкою. Або, навпаки, вам доведеться мати справу з талановитим індивідом, що не знайшов належного застосування своїм талантам. Якою б не була специфіка ситуації для мотивації, відправною точкою повинна бути думка про те, що ви маєте справу з окремою особистістю. У дійсності ера технологічних відкриттів і масового виробництва закріпила за робітником образ гвинтика в гігантській промисловій машині. Звичайно, зараз уже ніхто так не вважає, але спадщина минулого все ще існує. В основі такого підходу лежить усе та ж бездушна система цінностей, що виникла на ґрунті уявлення про людей, як про взаємозамінні деталі. Тому спочатку керівництво думає про організацію підприємства, а потім займається підбором кадрів для нього.

Незалежно від застосовуваних прийомів мотивації потрібно враховувати визначені правила управління мотивацією, що базуються на особливостях людської психіки [5, с.86]. Вони відбивають накопичений управлінський досвід і забезпечують ефективність застосовуваних методів мотивації. Найбільш важливі з цих правил можуть бути сформульовані в такий спосіб:

1. Позитивне відзначення працівника ефективніше і конструктивніше негативного, особливо в довгостроковій перспективі.

Американський психолог Б. Скіннер пише: «Людина, що була покарана, не стає в силу цього менш схильною поводитися як раніше, у кращому випадку вона вчиться, як уникати покарання». Позитивне відзначення підвищує самооцінку, мотивує оволодіння новими навичками, збільшує ініціативність. Люди рідко вважають, що їх покарали справедливо, тому в довгостроковому аспекті негативне підкріплення викликає відкритий або прихований опір.

2. Непередбачені і нерегулярні заохочення стимулюють краще, ніж очікувані і прогнозовані.

Люди швидко звикають до сформованої системи стимулювання. Якщо заохочення стає очікуваним, воно швидко втрачає свою мотивуючу силу — людина просто перестає реагувати на нього. Більш того, відсутність очікуваного заохочення буде сприйматися як несправедливість. Так що замість стимулюючих настає гальмуючий ефект. Яскравим прикладом дії даного правила є широко застосовувана в попередні роки система «прогресивок», коли за виконання плану підприємством усі його працівники одержували визначену надбавку до заробітної плати. Оскільки план виконувався практично завжди, дана надбавка розглядалася як

складова частина заробітної плати і мало стимулювала працівників. Тимчасова її відсутність викликала невдоволення серед працівників. Отже, навіть системи заохочення працівників, що довели свою ефективність необхідно час від часу змінювати.

3. Заохочення має бути конкретним і невідкладним: чим більший часовий інтервал, тим менший ефект.

Працівник має знати за що конкретно відбулося заохочення. Відтак ці бажані дії будуть закріплені й одержать подальший розвиток. Негайне заохочення сильніше стимулює працівників і їх оточуючих, ніж відкладене в часі. Воно може набувати різних форм. Наприклад, президент компанії ІВМ Т. Уотсон запровадив випускання чеків прямо на місці подій за досягнення, що він виявляв під час перевірки своїх підприємств.

4. Великі нагороди, що рідко та мало кому дістаються, звичайно викликають заздрість, а незначні та при щонайліпшій нагоді - задоволення.

Свої досягнення люди переважно оцінюють шляхом порівняння з результатами інших, а не за абсолютними показниками. Великі нагороди, що мало кому дістаються демотивують інших співробітників, усіх тих, хто їх не одержав. Вони викликають напруженість серед персоналу, приводять до погіршення взаємин. У той же час невеликі, часто і багатьма одержувані заохочення впливають на індивіда і колектив у цілому позитивно.

Потрібно підкреслити, що крім грошей існує також безліч форм мотивації працівників, що не передбачають грошових винагород. Негрошові форми мотивації можна згрупувати в такий спосіб [6, с.301]:

Суспільне визнання окремої особистості:

1. Планування кар'єри (тобто план службового росту).
2. Внутрішнє планування кабінету, його розміри.
3. Поїздки до підприємства замовника.
4. Спеціально відведені місця для паркування машин.
5. Щорічні конференції, на яких відзначаються заслуги працівника перед фірмою.
6. Спеціальні статті у внутрішньофірмовій пресі.
7. Спеціальні завдання.
8. Почесні нагороди, що вручаються в присутності колег співробітника.
9. Дошка з прізвищем і фото працівника, що вивішується біля входу у фірму.

Суспільне визнання діяльності групи:

1. Статті про досягнення групи співробітників в інформаційному бюлетені фірми.
2. Дошка відділу з прізвищами співробітників.
3. Організація обідів з керівництвом вищої ланки.
4. Вручення сувенірів усім співробітникам групи.

Особисте визнання з боку вищого керівництва:

1. Подяка в письмовій формі на довідках і звітах, підготовлених співробітниками.

2. Лист на домашню адресу співробітника від керівника, з вираженням подяки за конкретний внесок цього співробітника в діяльність фірми.

3. Листівки, що присилають співробітникові з нагоди його дня народження або круглих дат трудової діяльності з вираженням вдячності за його працю.

Цілком ймовірні випадки, коли гроші не мають стимулюючого впливу зовсім не тому, що людина захоплена винятково самим змістом трудового процесу або на перший план висуває для себе питання кар'єри і соціального престижу. Є причини іншої якості, дві з них виявлені ще Ф. Тейлором (західна модель мотивації праці) і Е. Мейо (японська модель мотивації праці) [2].

По-перше, як показав Ф. Тейлор, розмір премії має складати не менш 30% основної заробітної плати, тому що в іншому випадку вона втрачає свою стимулюючу силу через зниження «чутливості».

По-друге, як довів у ході своїх досліджень Е. Мейо, найближче соціальне оточення, наприклад, бригада, може блокувати активність своїх членів шляхом установлення неформальних норм виробітку. Їхнє перевищення спричинить каральні санкції у відношенні «відступника».

К. Киллен звернув увагу ще на цілий ряд такого роду факторів. Перший з них — це недостатні фізичні або інтелектуальні можливості людини. Справа в тім, що далеко не кожному працівникові під силу виконувати або перевиконувати необхідні нормативи для одержання додаткової оплати.

Друга причина - небажання більше працювати, а виходить, і заробляти, полягає в тяжінні частини співробітників до соціальних і психологічних контактів. Наприклад, співробітник може відмовитися від роботи у вихідні дні за подвійну оплату для того, щоб провести час у колі родини або друзів.

Наступна причина може полягати в низькому рівні потреб окремих працівників через їхню нерозвиненість. У таких працівників існують досить низький поріг «насичення», після якого вони не хочуть прикладати додаткові зусилля по зароблянню грошей.

Нарешті, низький ефект матеріального стимулювання може відбуватися через недовіру до адміністрації. Знаючи про негативний досвід минулого, працівники не захочуть працювати інтенсивніше, побоюючись, що нові результати стануть трудовою нормою й у підсумку за ті ж гроші прийдеється працювати більше.

Таким чином, для забезпечення ефективного управління мотивацією необхідно досліджувати як фактори, що впливають на її результативність, так і причини мотиваційного гальмування, застосовувати

правила управління мотивацією, що базуються на особливостях людської психіки. Для створення ефективної системи мотивації на підприємстві, необхідно враховувати всі проблемні моменти та тонкощі здійснення мотиваційного процесу, а також не обійтися без використання передового досвіду та результатів наукових досліджень у даній сфері. Необхідно запроваджувати гнучку систему мотивації праці, яка б не тільки викликала задоволеність працею як окремого працівника так і груп працівників, стимулювала високу продуктивність праці, а й враховувала б особистісні інтереси та не викликала недовіри працюючих.

Література

1. Л. Безтелесна, Г. Міщук, С. Мартинюк. Удосконалення механізму мотивації продуктивності найманих працівників // Україна: аспекти праці. - 2006. - №1
2. Інтернет портал для управленців: www.management.com.ua
3. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Підручник - К.: Знання, 2006. - 559с.
4. Управление персоналом. Уч. пособие / Под ред. Б.Ю. Сербиновского и С.И. Самыгина. М.: Издательство Приор, 1999 – 432с.
5. Шкатула В.И. Настольная книга менеджера по кадрам. - М.: Издательская группа Норма-Инфра-М, 1999. – 527с.
6. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: навчальний посібник. Видання друге, перероблене й доповнене.-К.: Кондор, 2006.-308 с.

Надійшла 06.04.2008 р.

УДК [334.735.009.12:330.322:330.341.1] (477)

Я. О. БАРИБІНА

Полтавський університет споживчої кооперації України

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Стрімкий розвиток глобалізаційних процесів та прагнення України інтегруватися до світогосподарських зв'язків, посилює необхідність адаптації вітчизняних підприємств до динамічної економічної ситуації та стрімкої зміни конкурентного середовища. Адаптація системи споживчої кооперації в умовах реформування ринкової економіки відбувається надзвичайно складно, хоча зроблено деякі кроки щодо відродження споживчої кооперації у різних напрямках її функціонування.

Стратегічно важливим напрямком розвитку національної економіки є розвиток споживчої кооперації, як соціально-орієнтованої системи. В зв'язку з цим виникає необхідність науково обґрунтованого підходу щодо вдосконалення механізму управління конкурентоспроможністю підприємств торгівлі споживчої кооперації України з врахуванням факторів впливу і конкурентоспроможного потенціалу.

Торгівельна галузь не достатньо використовує власні конкурентні переваги і потенційні можливості розвитку, тому метою нашого дослідження є пошук напрямків реалізації конкурентного потенціалу в системі споживчої кооперації шляхом активізації інноваційної діяльності та значного нарощування обсягів інвестицій. Збільшення припливу інвестицій має бути пріоритетним напрямом діяльності всіх суб'єктів системи. Інвестиційно-інноваційна модель повинна забезпечити подальший розвиток, конкурентоспроможність, економічне зростання системи споживчої кооперації.

Формування інноваційно-інвестиційної моделі розвитку споживчої кооперації зумовлює необхідність оцінки інноваційно-інвестиційного потенціалу споживчої кооперації в цілому та окремо взятих галузях з метою аналізу існуючих факторів.

Для переважної більшості інноваційно-активних підприємств споживчої кооперації нововведення стосуються перш за все освоєння виробництва нових видів продукції. Питома вага підприємств, які проводили комплексну механізацію та автоматизацію виробництва або впроваджували нові технологічні процеси, в загальній кількості по системі дуже низька. Саме цим обумовлена необхідність дослідження інноваційно-інвестиційного потенціалу споживчої кооперації в умовах інноваційної конкуренції з метою підвищення її конкурентоспроможності.

Дослідженням загальноекономічного потенціалу присвячено роботи О.Климахіна, Е.В. Лапіна, І.О.Джайн, С.В.Онишко, А.Є. Воронкова, В.О. Кузьмінського. Перспективи розвитку підприємств ряд авторів пов'язують з інноваційною діяльністю та інноваційним потенціалом: М.Ю.Слімова, Н.І. Ніроновича, С.Г. Полякова та інших.

У "Стратегії економічного і соціального розвитку України (2004-2015)" накреслені орієнтири перспективного розвитку кооперації в цілому і споживчої кооперації зокрема.[1] Ними передбачено розширення кооперативного сектору економіки та інтеграція кооперативних систем, посилення соціальної місії та реалізація потенціалу кооперації в економічному зростанні і соціальному розвитку країни. Враховуючи, що

інтереси суспільства збігаються з цілями кооперації, саме ця платформа є визначальною при виборі пріоритетів розвитку. У такому контексті стратегічним напрямком розвитку споживчої кооперації є перехід до інвестиційно-інноваційної моделі управління конкурентоспроможністю.

Побудова інноваційної моделі управління конкурентоспроможністю підприємства можлива за умови функціонування дієвого конкурентного середовища.[2] Сьогодні Україна посідає останні місця у всіх міжнародних рейтингах за показниками ризику, якості бізнесового середовища та інвестиційного клімату, рівня розвитку інфраструктури і корупції. Така загальна картина протягом тривалого часу стримувала іноземних інвесторів від розгортання діяльності в Україні, тому рівень прямих іноземних інвестицій в Україні у розрахунку на душу населення залишається одним із найнижчих у Східній Європі разом з тим про зростання привабливості окремих сфер бізнесу і регіонів свідчить стійка тенденція зростання обсягів прямих інвестицій [3].

За даними Держкомстату, обсяг прямих іноземних інвестицій в Україну в січні – березні 2006 р. виріс на 12,5% на \$2.039 млрд. і станом на 1 квітня 2006р. -\$18,4 млрд. Чистий приріст іноземних іноземного капіталу дорівнює \$875.604 млн, у тому числі було вкладено \$ 989,628 млн, вилучено \$ 114,024 млн.

Необхідність відновлення інвестиційної динаміки в споживчій кооперації зумовлено тим, що нині в умовах ринкового середовища і наростаючої конкуренції ресурсний потенціал системи не повністю відповідає жорстким ринковим вимогам. Стає очевидним, що поступальний розвиток кооперації на базі потужного ресурсного потенціалу необхідно здійснити шляхом активізації інвестиційної політики і стимулювання інноваційної діяльності. Це потребує:

- по-перше, суттєвого розширення бази інвестиційних ресурсів, доведення фінансових інвестицій у необоротних активах споживчої кооперації до 500-550 млн.грн;
- по-друге, посилення інвестиційної активності кооператорів, а також населення через пайові механізми та кредитні спілки;
- по-третє, залучення кредитних ресурсів для перспективного інвестування у нові основні засоби, технології, високотехнологічні проекти, в тому числі шляхом спрощення доступу зовнішніх та зарубіжних інвесторів у систему споживчої кооперації;

В Україні зарубіжні інвестиції у сферу внутрішньої торгівлі за темпами і масштабами поступаються лише обробній та харчовій промисловості. У 2005 році вони досягли \$ 1,5 млрд., що складає 2/3 всіх інвестицій у сферу торгівлі.

- по-четверте, формування умов для ефективного розвитку інвестиційної діяльності, диверсифікації і якісного оновлення матеріально-технічного потенціалу споживчої кооперації. Тут важливо активізувати наукові дослідження вчених вищих навчальних закладів системи в області нових технологій, методів господарювання, організації і управління, а також створити в споживчій кооперації технопарки, центри досвіду, інноваційні фонди для активізації інноваційної діяльності [4].

Таблиця 1

Класифікація показників інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємства [6]

Складові потенціалу	Вид показника	Показники
Фінансова	Кількісний	<ul style="list-style-type: none"> • Обсяги прибутку; • Обсяги прибутку, що спрямовуються на науково-технічний розвиток підприємства; • Обсяги обігових коштів; • Обсяги здійснених інвестицій в основний капітал; • Обсяги залучених власних коштів.
	Якісний	<ul style="list-style-type: none"> • Кредитно-інвестиційний імідж підприємства
Кадрова	Кількісний	<ul style="list-style-type: none"> • Чисельність працівників узагалі; • Кількість спеціалістів, які виконують науково-технічні роботи; • Кількість працівників, які виконують науково-технічні роботи за сумісництвом.
	Якісний	<ul style="list-style-type: none"> • Ініціативність та творча активність працівників; • Професійні здібності; • Освіта; • Рівень кваліфікації.
Науково-технічна	Кількісний	<ul style="list-style-type: none"> • Основне і допоміжне науково-дослідне обладнання; • Комп'ютерний парк(вихід до мережі Інтернет).
	Якісний	<ul style="list-style-type: none"> • Права та патенти на використання об'єктів промислової власності; • Технічний рівень розробок; • Рівень інформаційного забезпечення; • Досвід у здійсненні наукових досліджень.
Виробничо-технологічна	Кількісний	<ul style="list-style-type: none"> • Виробничі потужності підприємства та рівень їх завантаження; • Рівень механізації та автоматизації виробництва; • Придбано нових технологій; • Впроваджено нові чи удосконалені технологічні процеси; • Освоєно чи значно удосконалено нові види продукції найменувань
	Якісний	<ul style="list-style-type: none"> • Відповідність характеристик продукції сучасним вимогам ринку
Управлінсько-інфраструктурна	Кількісний	<ul style="list-style-type: none"> • Кількість підрозділів, які функціонально пов'язані з інноваційно-інвестиційною діяльністю
	Якісний	<ul style="list-style-type: none"> • Організаційне забезпечення управлінських рішень інноваційно-інвестиційної діяльності

В умовах ринкових відносин формування конкурентоспроможного потенціалу займає важливе значення, оскільки дозволяє підприємству зберегти свою життєдіяльність. Для закріплення конкурентоспроможного потенціалу необхідне створення виробничих систем нового покоління, завдяки чому підприємства будуть націлені на постійне впровадження і виробництво нових, більш удосконалених виробів; ціленаправлене скорочення всіх видів витрат на виробництво продукції; на підвищення якості виробів при зниженні цін на них [5]. Розширення цих меж залежить від прогресивності інновацій, які впроваджуються на підприємстві, тобто від наявного інноваційно-інвестиційного потенціалу.

Враховуючи вищевикладений матеріал пропонуємо авторське визначення поняття «інноваційно-інвестиційний потенціал» - це здатність і готовність підприємства здійснювати інноваційну діяльність за умови достатнього інвестиційного забезпечення з ефективним використанням потенціалу підприємства з метою підвищення його конкурентоспроможності.

Наявність різних видів ресурсів на підприємстві дає можливість розглядати інноваційно-інвестиційний потенціал як спроможність підприємства до їх ефективного використання. На основі узагальнення видів ресурсів виділяють складові елементи інноваційно-інвестиційного потенціалу, що мають певну систему показників: збільшення об'єму продажу, підвищення якості продукції, питома вага інноваційних змін, економічність норм і нормативів та ін. [6].

Оцінка інвестиційного потенціалу здійснюється по фактичному та запланованому об'єму продаж за формулами [5]

$$O_{III} = \frac{I_{nnp}}{I_{nф}}, \quad (1)$$

де $I_{нф}$ – фактичний інноваційний потенціал підприємства;

$I_{нпр}$ – прогнозований інноваційний потенціал.

Розрахунок інноваційного потенціалу здійснюється по формулі:

$$I_{II} = \sum_{i=1}^n (1 + Y_{uzi} * S_i) * d_i, \quad (2)$$

де U_{uzi} – оцінка росту рівня параметра i -й продукції по інноваційному заділу, якщо U_{uzi} менше або рівний нулю, то приймається $=0$;

S_i – ступінь готовності до впровадження інноваційного заділу i -й продукції;

d – питома вага в обсязі продаж підприємства;

n – кількість видів продукції що випускається.

Оцінка рівня зростання параметрів інноваційних характеристик продукції проводиться на основі прямих кількісних розрахунків або експертним методом. Вибір методу залежить від складності продукції, що випускається, кількості оцінюваних параметрів і виду параметру.

Інноваційний потенціал розраховується по двох базах порівняння: перша – фактичний об'єм продажу, друга – прогнозований об'єм продажів після освоєння інноваційного заділу.

В результаті розрахунків можливі варіанти. Варіант 1- значне перебільшення прогнозованого значення над фактичним підтверджує високий рівень інноваційного потенціалу, тобто можливість забезпечення суттєвих конкурентних переваг підприємства. Варіант 2 – незначне підвищення характеризує позитивний інноваційний потенціал, який також дає можливість забезпечення лідерських позицій підприємства. Варіант 3 – результат розрахунку дорівнює одиниці. В цьому випадку варто говорити про стабільний інноваційний потенціал підприємства, який дозволяє йому утримувати завойовані конкурентні переваги і створювати стійку позицію галузі. Варіант 4, коли O_{III} менше одиниці. В цьому випадку можна говорити про негативний інноваційний потенціал, що передбачає відсутність інноваційних ідей і розробок, ресурсів для проведення ефективної інноваційної політики, команди новаторів. Така ситуація скоріш за все, ускладнює існування підприємства

Споживча кооперація маючи глибокий інноваційний потенціал повинна поживати процеси інвестування, які мають супроводжуватися реформуванням системи відносин власності, глибоким зрушенням в галузевій структурі, впровадженням та подальшим розвитком нових видів діяльності - кредитно-банківської, страхової, інвестиційної та створенням відповідної інфраструктури для забезпечення їх функціонування.

Активізація інвестиційної діяльності та значне нарощування обсягів інвестицій має стати першочерговим завданням споживчої кооперації на перспективу. Тому формування інвестиційних ресурсів розглядається як одне з найважливіших питань не тільки інвестиційної, а й фінансової стратегії системи споживчої кооперації, що дасть змогу забезпечити необхідними джерелами і коштами як реалізацію інвестиційних проєктів, так і нормальне функціонування і фінансову стійкість господарської діяльності на перспективу.

На мікроекономічному рівні, з огляду на важливість нарощення внутрішніх ресурсів економічного розвитку, процес інвестування необхідно, у першу чергу, розглядати з позицій показників власних інвестиційних ресурсів підприємств. У науково-практичній літературі зустрічаються два підходи до трактування сутності й кваліфікації власних джерел інвестування. Перший підхід заснований на фінансових результатах, другий - на русі грошових потоків. Відповідно до першого підходу до внутрішніх джерел інвестування належить чистий прибуток, амортизаційні відрахування, приріст забезпечень наступних витрат і платежів. У фінансовому менеджменті це дістало назву чистий Cash-flow [7].

Серед джерел фінансового забезпечення інноваційно-інвестиційного розвитку можуть бути:

- власні кошти суб'єктів господарювання споживчої кооперації у формі прибутку або амортизаційних відрахувань;
- збільшення реінвестованого прибутку на підприємствах здатна забезпечити політика розподілу чистого прибутку на виробничий та соціальний розвиток, реформування централізованих фондів інноваційного спрямування
- об'єктивна переоцінка основних фондів, визначення термінів їх корисного використання та способів нарахування амортизації, сприятиме проведенню ефективної амортизаційної політики.

Для нарощування інвестицій можуть використовуватись кошти іноземних інвесторів, пайові внески фізичних та юридичних осіб, венчурний капітал, інвестиційний лізинг, банківські інвестиційні кредити, бюджетні інвестиційні асигнування, благодійні та благочинні внески, інструменти фондового ринку через випуск продаж акцій, облігацій та інших цінних паперів, що суттєво розширить можливості поповнення інвестиційних ресурсів.

Ефективна інноваційно-інвестиційна політика, спрямована на формування раціональної галузевої структури споживчої кооперації, стабілізацію та зміцнення фінансово-економічного становища, здатна забезпечити подальший поступальний розвиток та економічне зростання системи споживчої кооперації.

Література

1. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.) / Україна. Укоопспілка. – К.: ЦССТУ Укоопспілка, 2004. – 62 с.
2. Тарнавська Н.П. Побудова інноваційної моделі управління конкурентоспроможністю підприємства з урахуванням динамізму міжнародного ринку капіталів // Науковий світ Полтавського університету споживчої кооперації України. - №1(18). – 2006 С. 52 – 58
3. Розвиток внутрішніх ринків в Україні: добробут завдяки конкуренції.-К.: Альфа-Принт, 2003. 91 С.
4. Про господарсько - фінансову діяльність у 2007 році та основні напрями економічного і соціального розвитку споживчої кооперації України у 2008 році : постанова п'ятих зборів Ради Укоопспілки дев'ятнадцятого скликання / Україна. Укоопспілка // ВІСТІ. Діловий випуск. - 30/11/2007. - С.28-30.
5. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. Монография. – 2-е изд., стереотипное.- Луганск : Изд-во Восточноукраинского национального университета им.В.Даля, 2004. -320с.
6. Касич А.О. Інноваційно-інвестиційна складова конкурентоспроможності підприємства. // Науковий світ Полтавського університету споживчої кооперації України. - №1(21). – 2007. с 49 – 53.
7. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: - К.: КНЕУ, 2003.-554 с.

Надійшла 28.04.2008 р.

УДК 65.015.001.76

Л. П. КОНДРАЦЬКА

Тернопільський національний економічний університет

РОЗВИТОК ТЕОРЕТИЧНИХ ЗАСАД ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ РОБОЧОЇ СИЛИ: ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД

Проблема управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку робочої сили є новою для вітчизняної науки, і необхідність її вирішення є актуальною для сучасної економічної ситуації з характерною для неї конкуренцією за робочу силу, у першу чергу - кваліфіковану. З особливою гостротою ця проблема постане у майбутньому, коли значно більшою мірою проявляться результати демографічної і міграційної криз. Вирішення проблеми управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку робочої сили значною мірою визначає можливості підприємств формувати необхідні кількісно-якісні характеристики персоналу з урахуванням перспектив розвитку. Актуальність теми визначається також необхідністю забезпечення високого іміджу підприємства і гарантування його привабливості для потенційних і теперішніх працівників. Ця проблема не втрачає своєї актуальності й за умов високого рівня безробіття, оскільки сьогодні значне число громадян, не зайнятих трудовою діяльністю, вважають за доцільне мати статус безробітних і займатися самозабезпеченням, тим самим підтверджуючи низький рівень привабливості пропонувананих вітчизняними підприємствами робочих місць. За умов високого рівня безробіття ця проблема не є глобальною, всеохоплюючою і критичною (за виключенням конкуренції за висококваліфіковані і дефіцитні кадри), однак за наявності цілого ряду гострих питань у формуванні та реалізації демографічної і міграційної політики і, як наслідок, зростанні дефіциту на окремі професії, проблема управління конкурентоспроможністю підприємств на ринку робочої сили у близькому майбутньому постане з новою силою.

Проведене узагальнення наукових джерел показало, що цілісне дослідження проблеми управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку робочої сили відсутнє. Сьогодні ці питання не є пріоритетними для підприємств України, хоча за умов гуманізації праці та формування “нової економіки”, яка у якості пріоритетів оперує знаннями та процесом управління ними, постає гостра проблема пошуку нових, нетрадиційних шляхів формування і використання персоналу, здатного продукувати інновації, розвивати знання, формувати нові вміння і навички. Вирішення цієї проблеми потребує використання інноваційних підходів створення привабливих для найманих працівників умов реалізації свого трудового потенціалу за відповідну систему винагород.

Проблема конкурентоспроможності підприємства на ринку робочої сили в Україні практично не досліджується з позицій комплексності, хоча крім загальнотеоретичних, вона має і свої, специфічні аспекти. Так, конкурентами на ринку робочої сили для будь-якого підприємства є не лише об’єкти, що належать до однієї сфери бізнесу, а й інші організації міста і регіону, де реальний або потенційний працівник може з більшим успіхом, бажанням і активністю реалізувати свій потенціал, сумістивши свої очікування з очікуваннями організації.

Ми лише частково поділяємо думку М.Василевського і Р.Патори, які вважають, що сьогодні проблеми підприємства на ринку робочої сили зводяться до наступних: як отримати працівника, що має очікувану компетенцію, тобто певний діапазон знань, вмінь і відповідальності, а отже, підготовлений до виконання професійних обов’язків; як вирішити головне питання відповідності договору праці, тобто як здійснити повну специфікацію обов’язків роботодавця, який гарантує оплату за виконану роботу і можливі інші зобов’язання, і обов’язків іншої сторони – продавця праці стосовно кількості і якості праці; як забезпечити стабільність ставлення працівника з високою придатністю до результативної діяльності підприємства [1, с. 175].

До актуальних невирішених питань, які є визначальними і пріоритетними при виробленні підходів до розв’язання конкретних прикладних завдань, є формулювання економічної категорії конкурентоспроможності підприємства на ринку робочої сили, окреслення конкурентоспроможності як об’єкта управлінського впливу, а також вирішення проблем:

- на макрорівні – формування науково обґрунтованої державної кадрової політики у взаємозв’язку з інноваційною, технічною, демографічною, міграційною політикою в умовах розпочатого економічного зростання;

- на мікрорівні – вироблення методичних рекомендацій і практичних заходів у сфері конкуренції за необхідну робочу силу як засобів управління конкурентоспроможністю, а саме - питання оптимізації і гнучкості персоналу, здатного вирішувати не лише поточні, а й перспективні плани діяльності (формування запасу компетенції), масштаби інвестування в персонал як пріоритетний ресурс підприємства, створення надійного організаційного і інформаційного забезпечення для можливостей планування розвитку і реалізації конкурентних переваг, побудованих на персоналі.

Проведений нами аналіз наукових джерел показав, що переважна більшість авторів у загальному розумінні визначають конкурентоспроможність як певну перевагу відносно конкурента. Так, загальним є визначення Б.В.Буркінського і А.А.Стрільця: “Конкурентоспроможність – це здатність досягати, відповідати найвищим результатам в якійсь галузі, або іншими словами, відповідати кращим показникам, що характеризують об’єкт даного типу” [2, с. 246]. Доповнюючи і конкретизуючи зазначене визначення, науковці трактують конкурентоспроможність об’єктів на різних рівнях (товар, підприємство, галузь, регіон, держава), а серед методів оцінювання найчастіше виділяють оцінювання на основі конкурентоспроможності товару, конкурентних переваг тощо.

Однак, як ми вже підкресливали, економічна категорія конкурентоспроможності підприємства на ринку робочої сили як наукове поняття, що відображає діяльність підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринках робочої сили та створення передумов для залучення робочої сили необхідної кількості і якості, досліджена мало. Використання поняття „внутрішній ринок робочої сили” серед науковців і практиків сприймається неоднозначно, хоча, за нашим переконанням, воно є коректним. Так, В.М.Петюх вказує: „На кожному підприємстві час од часу виникають робочі місця. Певна частина робочих місць буде заміщені працівниками даного підприємства в порядку підвищення по службі, планової ротації кадрів, з метою підвищення заробітної плати, поліпшення умов праці, тобто за рахунок пропозиції на внутрішньофірмовому ринку праці. Досвід підприємництва за рубежом, особливо в Японії, свідчить про незаперечні переваги задоволення внутрішньофірмового попиту на робочу силу внутрішньо фірмовою пропозицією” [3, с. 201]. Такої ж точки зору дотримується й А.Я.Кибанов [4, с.191].

Нами проаналізовані публікації стосовно окремих аспектів конкурентоспроможності підприємства на ринку робочої сили Г.А.Конової [5, с. 345-353], Є.В.Маслова [6, с. 21], М.А.Окландера [7, с. 73-74; 8, с. 113-137], конкурентоспроможності робочої сили – Д.П.Богині [9, с. 438-439] та Н.М.Глевацької [10, с. 73-77], конкурентоспроможності колективу – Г.О.Колеснікова [11, с. 25], конкурентоспроможності персоналу, конкурентоспроможності працівників – В.А.Савченка [12, с. 16-29], конкурентних переваг персоналу Р.А.Фатхутдінова [13, с. 120-131], однак цілісне дослідження цієї проблеми відсутнє.

Під конкурентоспроможністю підприємства на ринку робочої сили найчастіше розуміють сукупність наданих працівникам умов, які позитивно відрізняють дане підприємство від аналогічних підприємств, а також здатність підприємства бути обраним у якості місця роботи [5, с. 350]. Це визначення Г.А.Конової, хоча й

акумулює важливі аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку робочої сили, не враховує стратегічних аспектів його діяльності, необхідності і частоти організаційних змін, а також створення умов для випереджуючого його розвитку з метою реалізації місії підприємства і забезпечення самореалізації працівників.

У своєму дослідженні ми оперуємо категорією “ринку робочої сили”, а не “ринку праці”, оскільки поділяємо думку про те, що робоча сила являє собою потенційну здатність до праці, а праця – функціонуючу здатність [3, с.8-9]. Ми ж ставимо перед собою завдання дослідити не тільки відносини щодо зайнятих, а й щодо незайнятих членів суспільства, тому використання категорії “ринку робочої сили” вважаємо коректним.

Формулювання економічної категорії конкурентоспроможності підприємства на ринку робочої сили базується не тільки на дослідженні суті і співвідношення попиту і пропозиції на ринку робочої сили, а й таких стадій відтворення цього специфічного товару, як виробництво, розподіл, обмін і використання [1, с. 14]. Їх взаємодія за певних економічних умов забезпечує перерозподіл зайнятих, прагнучи до відносної рівноваги. При цьому спостерігається тісна взаємодія ринку товарів, капіталу і робочої сили. Як відомо, в ринкових умовах відсутні гарантії повної зайнятості, а основні суб'єкти ринку робочої сили – роботодавці (покупці) і наймані працівники (продавці, працесемці) – одночасно виступають виразниками попиту і пропозиції. Ринку робочої сили, маючи свої особливості функціонування (безробіття, бідність тощо), породжує ряд суттєвих проблем, що потребують вирішення на державному рівні з метою зняття соціальної напруженості. Ці та інші риси ринку робочої сили обумовлюють обов'язковість їх урахування при трактуванні економічної категорії конкурентоспроможності підприємства на ринку робочої сили і подальшій побудові механізму управління його конкурентоспроможністю на цьому ринку.

Зокрема, В.М.Петюх підкреслює, що ринок робочої сили є самостійною комплексною системою, однак він функціонально пов'язаний з ринком товарів і послуг, ринком капіталу, ринками житла, інформації, освітніх послуг та духовних благ, ринком робочих місць і тому безпосередньо залежить від зазначених ринків, а з іншого боку – впливає на їхнє формування [3, с. 7]. Крім того, ми переконані, що механізм функціонування сучасного ринку робочої сили не обмежується лише процесами обміну робочої сили, а поширюється на інші фази відтворення робочої сили як специфічного товару (рис. 1).

Н.М. Глевацька описує конкуренцію між виробниками за найкращих працівників необхідних професій, кваліфікацій, що відповідають необхідній специфікації робіт як одну з форм конкуренції [10, с. 74]. Однак у сучасних економічних умовах конкуренція за кваліфіковану робочу силу набиратиме нового змісту, і гострота конкуренції буде залежати від темпів інноваційного розвитку та створення прогресивних робочих місць.

Отже, конкурентоспроможність підприємства на ринку робочої сили ми визначаємо як вираз його здатності бути пріоритетним при виборі місця роботи конкретним індивідом (реальним або потенційним працівником), а також створення для нього набору вигод з урахуванням можливостей формувати, розвивати і реалізувати свій потенціал, сумістивши сподівання підприємства з власними. Конкурентоспроможність підприємства на ринку робочої сили є також його системоутворюючою властивістю у сфері залучення персоналу необхідної кількості і якості, яка базується на прогнозах розвитку підприємства та узгодженні життєвих циклів продукції, що потребує випереджуючого розвитку персоналу.

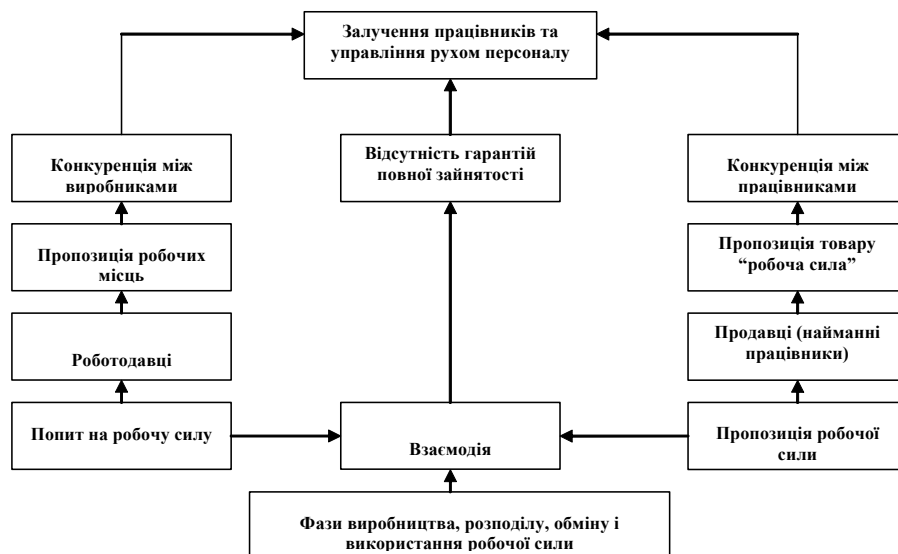


Рис. 1. Взаємодія попиту і пропозиції робочої сили у формуванні конкурентоспроможності підприємств на ринку робочої сили

Управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку робочої сили – глобальна для підприємства проблема, оскільки спрямована як у внутрішнє, так і в зовнішнє середовище менеджменту. Ефективність діяльності будь-якої організації залежить від її вміння адаптуватися до зовнішнього середовища та передбачати динаміку і зміну тенденцій розвитку конкурентного середовища, адже відповідно до сучасної

управлінської парадигми головні передумови успіху знаходяться не всередині, а поза організацією [14, с. 143]. Забезпечення ж конкурентоспроможності підприємства залежить, згідно управлінської теорії, від його уміння визначати основні чинники зовнішнього середовища, що впливають на успіх, адаптуватися до них і, по можливості, впливати на ці чинники (наприклад, формувати нові ринки, стимулювати клієнта тощо). За однією з точок зору [15] до них відносять споживачів (клієнтуру), конкурентів та постачальників ресурсів. Ці чинники здійснюють прямий вплив на діяльність підприємства, а опосередковано на його успіх впливають економічна ситуація, законодавство, технологія, політика, культура, міжнародні відносини. Є й інші тлумачення і класифікації чинників прямого і опосередкованого впливу на досягнення успіху підприємства, однак ми зупинимося на зазначених вище і спробуємо розглянути їх у контексті окресленої нами проблеми – управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку робочої сили.

Основні чинники зовнішнього середовища, що прямо впливають на предмет нашого дослідження, ми трактуємо так:

1. Клієнтура підприємства у системі управління його конкурентоспроможністю на ринку робочої сили поділяється на два типи і трактується нами, на відміну від інших, як певна двоєдина система:

1. Конкретні сегменти ринку, що споживають продукцію чи послуги підприємства і на основі цієї інформації робить висновок про його привабливість.

2. Зовнішній ринок робочої сили (потенційні працівники підприємства).

Виділення двох типів клієнтів можна пояснити специфікою досліджуваної категорії конкурентоспроможності підприємства на ринку робочої сили. Звичайно, потреби покупців конкретних сегментів ринку, задля яких працює або буде працювати підприємство, визначають долю підприємства на ринку і, як наслідок, впливають на перспективи його існування як суб'єкта господарювання, на можливість створювати і підтримувати у належному стані робочі місця, а також формувати конкурентоспроможні системи винагород та інші засоби своєї привабливості для робочої сили. Отже, у першій групі чинників саме ця категорія клієнтури є пріоритетною, вищою за порядком від інших чинників, які є вагомими, але усе ж похідними стосовно зазначеної підгрупи.

Зовнішній ринок робочої сили як клієнтура підприємства у контексті досліджуваної проблеми розглядається у науковій літературі лише фрагментарно, у інших контекстах, ми ж пропонуємо розглядати проблему з точки зору пропозиції підприємства зовнішньому оточенню, у першу чергу – з метою залучення персоналу необхідної кількості і якості. Особливістю такої взаємодії є зустрічне задоволення потреб: працівника – в отриманні місця роботи, а підприємства – у забезпеченні процесу створення матеріальних благ необхідною робочою силою.

1. Конкуренти підприємства у системі забезпечення його конкурентоспроможності на ринку робочої сили.

1. Підприємства, що мають вакансії аналогічних професій незалежно від сфери бізнесу.

2. Підприємства, що випускають аналогічну продукцію.

На противагу традиційним трактуванням внутрігалузевої і міжгалузевої конкуренції, в управлінні конкурентоспроможністю підприємства на ринку робочої сили необхідно враховувати й регіональний аспект конкуренції; її рівень буде залежати від універсальності і дефіцитності конкретної професії. Крім того, підприємства-конкуренти теж створюють напругу для конкретного підприємства у приваблюванні робочої сили певної кваліфікації, якщо порівнювати їх компетенцію за визначеною системою критеріїв.

3. Постачальники підприємства у системі управління його конкурентоспроможністю на ринку робочої сили.

До цього типу чинників ми відносимо зовнішній ринок робочої сили (вільний ринок робочої сили, підприємства різних форм власності, центри зайнятості, кадрові агенції, навчальні заклади різних рівнів акредитації тощо). До чинників внутрішнього середовища, що визначають конкурентоспроможність підприємства на ринку робочої сили, ми віднесли цілі і завдання діяльності, внутрішній ринок робочої сили, фінанси, виробничий процес, структуру підприємства.

Ми вже звертали увагу на те, що найманий працівник зберігає товар “робоча сила”, навіть працюючи на підприємстві. Отже, і в цій сфері управління підприємством є свої особливості, які необхідно враховувати при формуванні систем управління персоналом як засобу створення і підтримування дієвих систем управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку робочої сили. Отримавши статус найманого працівника, індивід не втрачає робочої сили і має можливість внутрізаводського переміщення, удосконалення, розвитку, просування по службі. В такій ситуації підприємство, як і у випадку з потенційним працівником, також пропонує себе своєму персоналові як місце і засіб реалізації свого потенціалу, тобто прагне за допомогою певних мотивів залучити або утримати робочу силу необхідної кількості і якості у межах свого підприємства.

Як бачимо, у процесі управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку робочої сили модифікується не лише набір і трактування чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, а й трансформується їх вплив на результативний показник, видозмінюється взаємний вплив і зміщуються акценти. Зокрема, зовнішній і внутрішній ринки робочої сили ми одночасно розглядаємо і як постачальника, і як клієнтуру підприємства при побудові системи управління його конкурентоспроможністю на ринку робочої сили. Крім того, регіональні конкуренти теж виступають і як зовнішнє джерело робочої сили, і як клієнтура підприємства.

Отже, при побудові системи управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку робочої сили може здійснюватися потрійний вплив на окремого індивіда: подвійний – як на споживача продукції та як на клієнта підприємства щодо прикладання робочої сили в умовах вибору, а також як постачальника ресурсу.

Особливістю сфери вироблення управлінських команд при взаємодії підприємства із зовнішнім ринком робочої сили є те, що на тип клієнтів 1.1. підприємство впливає через “посередника” – товар з певним набором функціональних характеристик, на тип клієнтів 1.2. – через служби зайнятості, кадрові агенції, рекламу, систему винагород. При взаємодії з внутрішнім ринком робочої сили (персоналом підприємства) керівництво діє через систему менеджменту: лінійних і функціональних керівників, службу управління персоналом, систему винагород тощо.

Таке розуміння економічної категорії „конкурентоспроможність підприємства на ринку робочої сили” і реалізація запропонованого підходу дасть можливість виробити перспективну концепцію формування системи управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку робочої сили в умовах демографічної кризи і зменшення пропозиції робочої сили. Реалізація запропонованого підходу на методичному рівні дозволить оптимізувати кількісно-якісні параметри всіх категорій персоналу і розробити конкурентоспроможну систему винагород з метою утримувати працівників необхідної кваліфікації і гармонізувати очікування персоналу з очікуваннями менеджменту підприємства.

Література

1. Василевський М., Патора Р. Інформація та кадри в логістичних системах. – Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2001. – 272 с.
2. Буркинський Б.В., Стрелец А.А. Экономическая оценка конкуренто-способности // НАН Украины. Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований. – Харьков, 1997. – 246 с.
3. Петюх В.М. Ринок праці: Навч. Посібник. – К.: КНЕУ, 1999. – 288 с.
4. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А.Я.Ки-банова. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 512 с.
5. Основы управления персоналом: Учеб. для вузов / Б.М.Генкин, Г.А.Кононова, В.И.Кочетков и др.; Под ред. Б.М.Генкина. – М.: Высшая шк., 1996. – 383 с.
6. Маслов В.Е. Управление персоналом предприятия: Учебное пособие / Под ред. П.В.Шеметова. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 2000. – 312 с.
7. Окландер М. Концепция логистики и управление персоналом // Персонал. – 1998. - №6. – С. 73-75.
8. Окландер М.А. Контуры экономической логистики. – К.: Наукова думка, 2000. – 174 с.
9. Богиня Д.П. Конкурентоспроможність робочої сили: її сутність та розвиток в ринковій економіці // Соціальні пріоритети ринку праці в умовах структурної модернізації економіки: Наукові доповіді. Т. 2. – К., 2000. – С. 438-446.
10. Глевацька Н.М. Конкурентоспроможність робочої сили як виробничий фактор // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. № 469 “Логістика”. – Львів: Вид-во Нац.ун-ту “Львівська політехніка”, 2003. – С. 73-77.
11. Колесніков Г. Концептуальні основи формування організаційної культури українського менеджменту // Вісник ТАНГ. – 2002. - № 7/4. – С. 23-26.
12. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу: Навч.посібник. – К.: КНЕУ, 2002. – 251 с.
13. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. – М.: ЗАО “Бизнес-школа “Интел-Синтез”, 1997. – 304 с.
14. Пушкар Р.М., Тарнавська Н.П. Менеджмент: теорія та практика. Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Тернопіль: Карт-бланш, 2003. – 490 с.
15. Donnelly J.H., Gibson J.L., Ivancevigh J.M. Fundamentals of Management, 1987.

Надійшла 16.04.2008 р.

ВИПУКЛА ГРА НА ОДИНИЧНОМУ КВАДРАТІ З ЯДРОМ, ЩО ДОРІВНЮЄ СУМІ ОБОХ ЧИСТИХ СТРАТЕГІЙ ТА ЇХ ДОБУТКУ

Представлено розв'язування випуклої гри на одиничному квадраті, де функцією виграшу є сума стратегій гравців, що множаться на відповідні коефіцієнти, додана до добутку стратегій, помноженого на коефіцієнт. Шістьом розглянутим випадкам знаків цих трьох коефіцієнтів відповідають дев'ять варіантів розв'язку даної гри.

Формулювання задачі дослідження

Для розв'язування багатьох конфліктних техніко-економічних задач застосовують відносно простий математичний апарат теорії антагоністичних ігор і, зокрема, теорії випуклих ігор. Зазвичай випукла гра задається її функцією виграшу $H(x, y)$, яка визначається на одиничному квадраті

$$S = X \times Y = [0; 1] \times [0; 1], \quad (1)$$

де чиста стратегія $x \in X$ першого гравця вибирається із сегменту $X = [0; 1]$, а чиста стратегія $y \in Y$ другого — із сегменту $Y = [0; 1]$. Таким чином, точки одиничного квадрата (1) $[x \ y] \in S \subset \mathbb{R}^2$, де $x \in X$, $y \in Y$, є ситуаціями у чистих стратегіях у такій випуклій грі. Деякі випуклі ігри, що задані у загальному виді, розв'язані у роботах [1 — 8], проте залишаються класи найпростіших випуклих ігор, розв'язки яких у загальному виді не представлені досі. У роботі [5] розпочато розв'язування однієї такої гри, де ядром є сума стратегій гравців, що множаться на коефіцієнти, додана до добутку стратегій, помноженого на коефіцієнт. Продовжимо розв'язування цієї гри. Знайдемо розв'язки антагоністичної випуклої гри на одиничному квадраті (1) з функцією виграшу або ядром

$$H(x, y) = ax + bxy + cy + k, \quad (2)$$

де $a \in \mathbb{R} \setminus \{0\}$, $b \in \mathbb{R} \setminus \{0\}$, $c \in \mathbb{R} \setminus \{0\}$, $k \in \mathbb{R}$, причому випадок $a > 0$, $b \in \mathbb{R} \setminus \{0\}$, $c > 0$ досліджувати не будемо — він був розглянутий у роботі [5].

Основна частина дослідження

Будемо позначати через V_{opt} значення гри, через X_{opt} — множину оптимальних чистих стратегій першого гравця, а Y_{opt} — множину оптимальних чистих стратегій другого гравця. Множину оптимальних змішаних стратегій першого гравця позначатимемо $\tilde{\Omega}_1$, а другого — $\tilde{\Omega}_2$. Розв'язок гри записуватимемо як $\mathfrak{R} = \langle X_{\text{opt}}, Y_{\text{opt}}, V_{\text{opt}} \rangle$ або, якщо існують оптимальні змішані стратегії, то відповідно їм $\mathfrak{R} = \langle \{X_{\text{opt}}, \tilde{\Omega}_1\}, Y_{\text{opt}}, V_{\text{opt}} \rangle$, $\mathfrak{R} = \langle \{X_{\text{opt}}, \tilde{\Omega}_1\}, \{Y_{\text{opt}}, \tilde{\Omega}_2\}, V_{\text{opt}} \rangle$ або ще $\mathfrak{R} = \langle X_{\text{opt}}, \{Y_{\text{opt}}, \tilde{\Omega}_2\}, V_{\text{opt}} \rangle$.

1. Випадок $a > 0$, $b > 0$, $c < 0$. Якщо $b > 0$, то максимум ядра (2)

$$\max_{x \in [0; 1]} H(x, y) = H(1, y) = a + by + cy + k = a + (b + c)y + k. \quad (3)$$

Мінімум функції (3) залежить від знаку суми $b + c$. При $b > -c$

$$\min_{y \in [0; 1]} \max_{x \in [0; 1]} H(x, y) = \min_{y \in [0; 1]} H(1, y) = \min_{y \in [0; 1]} [a + (b + c)y + k] = H(1, 0) = a + k = V_{\text{opt}}, \quad (4)$$

$$\arg \min_{y \in [0; 1]} \max_{x \in [0; 1]} H(x, y) = \arg \min_{y \in [0; 1]} H(1, y) = \arg \min_{y \in [0; 1]} [a + (b + c)y + k] = \{0\} = \{y_{\text{opt}}\} = Y_{\text{opt}}. \quad (5)$$

Множину оптимальних чистих стратегій першої сторони можна визначити за допомогою розв'язку $x = x_0$ рівняння

$$V_{\text{opt}} = a + k = ax + k = H(x, 0) = H(x, y_{\text{opt}}), \quad (6)$$

звідки $x_0 = 1$ і $\{1\} = \{x_{\text{opt}}\} = X_{\text{opt}}$. При $b < -c$

$$\min_{y \in [0; 1]} \max_{x \in [0; 1]} H(x, y) = \min_{y \in [0; 1]} H(1, y) = \min_{y \in [0; 1]} [a + (b+c)y + k] = H(1, 1) = a + b + c + k = V_{\text{opt}}, \quad (7)$$

$$\arg \min_{y \in [0; 1]} \max_{x \in [0; 1]} H(x, y) = \arg \min_{y \in [0; 1]} H(1, y) = \arg \min_{y \in [0; 1]} [a + (b+c)y + k] = \{1\} = \{y_{\text{opt}}\} = Y_{\text{opt}}. \quad (8)$$

Множину оптимальних чистих стратегій першої сторони визначаємо за допомогою розв'язку $x = x_0$ рівняння

$$V_{\text{opt}} = a + b + c + k = ax + bx + c + k = H(x, 1) = H(x, y_{\text{opt}}), \quad (9)$$

звідки $x_0 = 1$ і знову $\{1\} = \{x_{\text{opt}}\} = X_{\text{opt}}$. При $b = -c$ виходить, що

$$\min_{y \in [0; 1]} \max_{x \in [0; 1]} H(x, y) = \min_{y \in [0; 1]} H(1, y) = \min_{y \in [0; 1]} [a + (b+c)y + k] = \min_{y \in [0; 1]} (a+k) = a+k = V_{\text{opt}}, \quad (10)$$

$$\arg \min_{y \in [0; 1]} \max_{x \in [0; 1]} H(x, y) = \arg \min_{y \in [0; 1]} H(1, y) = \arg \min_{y \in [0; 1]} [a + (b+c)y + k] = \arg \min_{y \in [0; 1]} (a+k) = \{[0; 1]\} = Y_{\text{opt}}. \quad (11)$$

Для визначення множини оптимальних чистих стратегій першої сторони маємо рівняння

$$V_{\text{opt}} = a + k = ax + (bx + c)y_{\text{opt}} + k = H(x, y_{\text{opt}}), \quad (12)$$

де $y_{\text{opt}} \in Y_{\text{opt}} = [0; 1]$, з якого послідовно отримуємо

$$ax - a + (bx - b)y_{\text{opt}} = 0, \quad (13)$$

$$a(x-1) + (x-1)by_{\text{opt}} = 0, \quad (14)$$

$$(x-1)(a + by_{\text{opt}}) = 0, \quad (15)$$

і, оскільки $a + by_{\text{opt}} > 0$, то $x-1 = 0$, тобто $\{1\} = \{x_{\text{opt}}\} = X_{\text{opt}}$.

2. Випадок $a > 0$, $b < 0$, $c < 0$. Перейдемо до розв'язування даної гри при $b < 0$. Якщо $a > -b$, то максимумом ядра (2) є (3). Оскільки $c < 0$, $b < 0$, то $b+c < 0$ і маємо мінімакс (7), а також відповідний аргумент зовнішнього екстремуму (8) і $\{1\} = \{x_{\text{opt}}\} = X_{\text{opt}}$. Якщо $a < -b$, то максимум ядра (2) залежить від знаку $a + by$: при $a + by > 0$ цим максимумом є (3), при $a + by < 0$ отримуємо

$$\max_{x \in [0; 1]} H(x, y) = \max_{x \in [0; 1]} [x(a + by) + cy + k] = H(0, y) = cy + k. \quad (16)$$

При $a + by = 0$, очевидно, що максимум ядра (2) є незалежним від чистих стратегій першого гравця. Оскільки $-\frac{a}{b} < 1$, то тепер цей максимум можна записати у загальному виді:

$$\max_{x \in [0; 1]} H(x, y) = \max_{x \in [0; 1]} [x(a + by) + cy + k] = \begin{cases} H(0, y) = cy + k, & y \in \left[-\frac{a}{b}; 1\right], \\ H(1, y) = a + (b+c)y + k, & y \in \left[0; -\frac{a}{b}\right]. \end{cases} \quad (17)$$

Мінімумом функції (17) є

$$\min_{y \in [0; 1]} \max_{x \in [0; 1]} H(x, y) = \min \left\{ \min_{y \in \left[-\frac{a}{b}; 1\right]} (cy + k), \min_{y \in \left[0; -\frac{a}{b}\right]} [a + (b+c)y + k] \right\} = \min \left\{ c + k, k - \frac{ac}{b} \right\} = c + k = V_{\text{opt}}, \quad (18)$$

де аргументом мінімуму (18) є $\{1\} = \{y_{\text{opt}}\} = Y_{\text{opt}}$, і з рівняння

$$V_{\text{opt}} = c + k = ax + bx + c + k = H(x, 1) = H(x, y_{\text{opt}}) \quad (19)$$

отримуємо $\{0\} = \{x_{\text{opt}}\} = X_{\text{opt}}$. При $a = -b$ максимумом ядра (2) є

$$\max_{x \in [0; 1]} H(x, y) = \max_{x \in [0; 1]} [ax(1-y) + cy + k] = H(1, y) = a(1-y) + cy + k. \quad (20)$$

Мінімумом функції (20) є

$$\min_{y \in [0; 1]} \max_{x \in [0; 1]} H(x, y) = \min_{y \in [0; 1]} H(1, y) = \min_{y \in [0; 1]} [a(1-y) + cy + k] = \min_{y \in [0; 1]} [(c-a)y + a + k] = c + k = V_{\text{opt}}, \quad (21)$$

$$\begin{aligned} \arg \min_{y \in [0; 1]} \max_{x \in [0; 1]} H(x, y) &= \arg \min_{y \in [0; 1]} H(1, y) = \arg \min_{y \in [0; 1]} [a(1-y) + cy + k] = \\ &= \arg \min_{y \in [0; 1]} [(c-a)y + a + k] = \{1\} = \{y_{\text{opt}}\} = Y_{\text{opt}}. \end{aligned} \quad (22)$$

Проте тепер з рівняння (19) неможливо визначити множину оптимальних чистих стратегій першого гравця. Тому визначимо цю множину з нерівності, що відповідає прийнятній ситуації для другого гравця [7, 8]:

$$V_{\text{opt}} = c + k \leq x_{\text{opt}}(a - ay) + cy + k = ax_{\text{opt}}(1-y) + cy + k = H(x_{\text{opt}}, y), \quad (23)$$

$$(c - ax_{\text{opt}})(1-y) \leq 0, \quad (24)$$

звідки для $y \neq 1 = y_{\text{opt}}$ отримуємо $x_{\text{opt}} \geq \frac{c}{a}$ і, зрештою, $X_{\text{opt}} = \{[0; 1]\}$.

3. Випадок $a < 0, b > 0, c > 0$. Максимум ядра (2) залежить від співвідношення коефіцієнтів a і b . Якщо $b > -a$, то

$$\max_{x \in [0; 1]} H(x, y) = \max_{x \in [0; 1]} [x(a + by) + cy + k] = \begin{cases} H(0, y) = cy + k, & y \in \left[0; -\frac{a}{b}\right], \\ H(1, y) = a + (b+c)y + k, & y \in \left[-\frac{a}{b}; 1\right]; \end{cases} \quad (25)$$

$$\min_{y \in [0; 1]} \max_{x \in [0; 1]} H(x, y) = \min \left(\left\{ \min_{y \in \left[0; -\frac{a}{b}\right]} (cy + k), \min_{y \in \left[-\frac{a}{b}; 1\right]} [a + (b+c)y + k] \right\} \right) = \min \left(\left\{ k, k - \frac{ac}{b} \right\} \right) = k = V_{\text{opt}}, \quad (26)$$

де аргументом мінімуму (26) є $\{0\} = \{y_{\text{opt}}\} = Y_{\text{opt}}$, а з рівняння

$$V_{\text{opt}} = k = ax + k = H(x, 0) = H(x, y_{\text{opt}}) \quad (27)$$

отримуємо $\{0\} = \{x_{\text{opt}}\} = X_{\text{opt}}$. Якщо $b < -a$, то максимумом ядра (2) є (16), а

$$\min_{y \in [0; 1]} \max_{x \in [0; 1]} H(x, y) = \min_{y \in [0; 1]} H(0, y) = \min_{y \in [0; 1]} (cy + k) = k = V_{\text{opt}}, \quad (28)$$

звідки відразу $\{0\} = \{y_{\text{opt}}\} = Y_{\text{opt}}$, $\{0\} = \{x_{\text{opt}}\} = X_{\text{opt}}$. Якщо $b = -a$, то матимемо (16), (28) і $\{0\} = \{y_{\text{opt}}\} = Y_{\text{opt}}$, $\{0\} = \{x_{\text{opt}}\} = X_{\text{opt}}$.

4. Випадок $a < 0, b > 0, c < 0$. Максимум ядра (2) знову залежить від співвідношення коефіцієнтів a і b . При $b > -a$ маємо (25). Припустимо, що $b > -c$. Тоді

$$\min_{y \in [0; 1]} \max_{x \in [0; 1]} H(x, y) = \min \left(\left\{ \min_{y \in \left[0; -\frac{a}{b}\right]} (cy + k), \min_{y \in \left[-\frac{a}{b}; 1\right]} [a + (b+c)y + k] \right\} \right) = \min \left(\left\{ k - \frac{ac}{b}, k - \frac{ac}{b} \right\} \right) = k - \frac{ac}{b} = V_{\text{opt}}, \quad (29)$$

звідки $\left\{-\frac{a}{b}\right\} = \{y_{\text{opt}}\} = Y_{\text{opt}}$. З рівняння

$$V_{\text{opt}} = k - \frac{ac}{b} = H\left(x, -\frac{a}{b}\right) = H(x, y_{\text{opt}}) \quad (30)$$

визначити множину оптимальних чистих стратегій першого гравця неможливо. Тому визначимо цю множину з нерівності, що відповідає прийнятній ситуації для другого гравця [7, 8]:

$$V_{\text{opt}} = k - \frac{ac}{b} \leq x_{\text{opt}}(a + by) + cy + k = H(x_{\text{opt}}, y), \quad (31)$$

$$-c \frac{a + by}{b} \leq x_{\text{opt}}(a + by). \quad (32)$$

Так як $y \neq y_{\text{opt}} = -\frac{a}{b}$, то $a + by \neq 0$, але може бути як $a + by > 0$, так і $a + by < 0$. Тому із (32)

$X_{\text{opt}} = \left[-\frac{c}{b}; 1\right] \cap \left[0; -\frac{c}{b}\right] = \left\{-\frac{c}{b}\right\} = \{x_{\text{opt}}\}$. Крім того, у даному випадку гравці мають ще й оптимальні змішані

стратегії. Нехай щільність розподілу імовірностей $\omega_1(x)$ на сегменті $X = [0; 1]$ є змішаною стратегією першого гравця, а щільність розподілу імовірностей $\omega_2(y)$ на сегменті $Y = [0; 1]$ є змішаною стратегією другого.

Позначимо

$$\Omega_1 = \left\{ \omega_1(x) : \int_X \omega_1(x) dx = 1 \right\}, \quad (33)$$

$$\Omega_2 = \left\{ \omega_2(y) : \int_Y \omega_2(y) dy = 1 \right\}, \quad (34)$$

а $\hat{\omega}_1(x) \in \hat{\Omega}_1 \subset \Omega_1$, $\check{\omega}_2(y) \in \check{\Omega}_2 \subset \Omega_2$. Тоді з нерівності, що відповідає прийнятній ситуації у змішаних стратегіях для другого гравця [7, 8], отримуємо:

$$V_{\text{opt}} = k - \frac{ac}{b} \leq \int_X H(x, y) \hat{\omega}_1(x) dx = (a + by) \int_X x \hat{\omega}_1(x) dx + (cy + k) \int_X \hat{\omega}_1(x) dx = (a + by) \int_X x \hat{\omega}_1(x) dx + (cy + k), \quad (35)$$

$$-c \frac{a + by}{b} \leq (a + by) \int_X x \hat{\omega}_1(x) dx, \quad (36)$$

$$\hat{\Omega}_1 = \left\{ \hat{\omega}_1(x) \in \hat{\Omega}_1 \subset \Omega_1 : \int_X x \hat{\omega}_1(x) dx = -\frac{c}{b} \right\}. \quad (37)$$

Аналогічно з нерівності, що відповідає прийнятній ситуації у змішаних стратегіях для першого гравця [7, 8], отримуємо:

$$V_{\text{opt}} = k - \frac{ac}{b} \geq \int_Y H(x, y) \check{\omega}_2(y) dy = (bx + c) \int_Y y \check{\omega}_2(y) dy + (ax + k) \int_Y \check{\omega}_2(y) dy = (bx + c) \int_Y y \check{\omega}_2(y) dy + (ax + k), \quad (38)$$

$$-a \frac{c + bx}{b} \geq (bx + c) \int_Y y \check{\omega}_2(y) dy, \quad (39)$$

$$\check{\Omega}_2 = \left\{ \check{\omega}_2(y) \in \check{\Omega}_2 \subset \Omega_2 : \int_Y y \check{\omega}_2(y) dy = -\frac{a}{b} \right\}. \quad (40)$$

Якщо $b < -c$, то разом з (25), оскільки $-a \frac{c}{b} > (a + b + c) \left(-\frac{c}{b}\right) = -a \frac{c}{b} + (b + c) \left(-\frac{c}{b}\right)$, маємо

$$\begin{aligned} \min_{y \in [0; 1]} \max_{x \in [0; 1]} H(x, y) &= \min \left\{ \left\{ \min_{y \in [0; -\frac{a}{b}]} (cy + k), \min_{y \in [-\frac{a}{b}; 1]} [a + (b+c)y + k] \right\} \right\} = \\ &= \min \left\{ \left\{ k - \frac{ac}{b}, a + b + c + k \right\} \right\} = a + b + c + k = V_{\text{opt}}, \end{aligned} \quad (41)$$

$\{1\} = \{y_{\text{opt}}\} = Y_{\text{opt}}$, а з рівняння (9) отримуємо $\{1\} = \{x_{\text{opt}}\} = X_{\text{opt}}$. При $b = -c$ буде

$$\begin{aligned} \min_{y \in [0; 1]} \max_{x \in [0; 1]} H(x, y) &= \min \left\{ \left\{ \min_{y \in [0; -\frac{a}{b}]} (cy + k), \min_{y \in [-\frac{a}{b}; 1]} [a + (b+c)y + k] \right\} \right\} = \\ &= \min \left\{ \left\{ k - \frac{ac}{b}, a + k \right\} \right\} = \min(\{k + a, a + k\}) = a + k = V_{\text{opt}}, \end{aligned} \quad (42)$$

звідки $y_{\text{opt}} \in \left\{ \left[-\frac{a}{b}; 1 \right] \right\} = Y_{\text{opt}}$, а з (12) — (15) отримуємо $\{1\} = \{x_{\text{opt}}\} = X_{\text{opt}}$.

При $b < -a$ маємо (16), а також

$$\min_{y \in [0; 1]} \max_{x \in [0; 1]} H(x, y) = \min_{y \in [0; 1]} H(0, y) = \min_{y \in [0; 1]} (cy + k) = c + k = V_{\text{opt}}, \quad (43)$$

$\{1\} = \{y_{\text{opt}}\} = Y_{\text{opt}}$, а з рівняння (19) випливає $\{0\} = \{x_{\text{opt}}\} = X_{\text{opt}}$.

Нарешті, якщо $b = -a$, то і тут максимумом ядра (2) є (16), і знову $V_{\text{opt}} = c + k$, $\{1\} = \{y_{\text{opt}}\} = Y_{\text{opt}}$. З рівняння (19) визначити множину X_{opt} неможливо. Тому визначимо цю множину з нерівності, що відповідає прийнятній ситуації для другого гравця [7, 8]:

$$V_{\text{opt}} = c + k \leq x_{\text{opt}}(a + by) + cy + k = bx_{\text{opt}}(-1 + y) + cy + k = H(x_{\text{opt}}, y), \quad (44)$$

$$0 \leq bx_{\text{opt}}(y - 1) + c(y - 1) = (bx_{\text{opt}} + c)(y - 1), \quad (45)$$

а так як $y \neq 1 = y_{\text{opt}}$, то $(y - 1) < 0$, $bx_{\text{opt}} + c \leq 0$ і $x_{\text{opt}} \leq -\frac{c}{b}$; при $b < -c$ буде $X_{\text{opt}} = \{[0; 1]\}$, а при $b \geq -c$, очевидно, що $X_{\text{opt}} = \left\{ \left[0; -\frac{c}{b} \right] \right\}$.

5. Випадок $a < 0$, $b < 0$, $c > 0$. Тут $a + by < 0 \quad \forall y \in [0; 1]$, тому максимумом ядра (2) є (16). Далі маємо (28) і $\{0\} = \{y_{\text{opt}}\} = Y_{\text{opt}}$, $\{0\} = \{x_{\text{opt}}\} = X_{\text{opt}}$.

6. Випадок $a < 0$, $b < 0$, $c < 0$. Тут також $a + by < 0 \quad \forall y \in [0; 1]$, тому маємо (16) і, оскільки $c < 0$, далі із (43) отримуємо $\{1\} = \{y_{\text{opt}}\} = Y_{\text{opt}}$, $\{0\} = \{x_{\text{opt}}\} = X_{\text{opt}}$.

Висновок

Таким чином, кожному із шести розглянутих випадків знаків параметрів a , b і c ядра (2) відповідає свій розв'язок, який, втім, може ще додатково залежати від співвідношення деяких з цих параметрів. Якщо $a > 0$, $b > 0$, $c < 0$, $b > -c$, то

$$\mathfrak{R} = \langle \{1\}, \{0\}, a + k \rangle; \quad (46)$$

якщо $a > 0$, $b > 0$, $c < 0$, $b < -c$, або $a > 0$, $b < 0$, $c < 0$, $a > -b$, або $a < 0$, $b > 0$, $c < 0$, $b > -a$, $b < -c$, то

$$\mathfrak{R} = \langle \{1\}, \{1\}, a + b + c + k \rangle; \quad (47)$$

якщо $a > 0$, $b > 0$, $c < 0$, $b = -c$, то

$$\mathfrak{R} = \langle \{1\}, \{[0; 1]\}, a+k \rangle; \quad (48)$$

якщо $a > 0, b < 0, c < 0, a < -b$, або $a < 0, b > 0, c < 0, b < -a$, або $a < 0, b < 0, c < 0$, то

$$\mathfrak{R} = \langle \{0\}, \{1\}, c+k \rangle; \quad (49)$$

якщо $a > 0, b < 0, c < 0, a = -b$, або $a < 0, b > 0, c < 0, b = -a, b < -c$, то

$$\mathfrak{R} = \langle \{[0; 1]\}, \{1\}, c+k \rangle; \quad (50)$$

якщо $a < 0, b > 0, c > 0$, або $a < 0, b < 0, c > 0$, то

$$\mathfrak{R} = \langle \{0\}, \{0\}, k \rangle; \quad (51)$$

якщо $a < 0, b > 0, c < 0, b > -a, b > -c$, то

$$\mathfrak{R} = \left\langle \left\{ \left\{ -\frac{c}{b} \right\}, \left\{ \hat{\omega}_1(x) \in \hat{\Omega}_1 \subset \Omega_1 : \int_x x \hat{\omega}_1(x) dx = -\frac{c}{b} \right\} \right\}, \left\{ \left\{ -\frac{a}{b} \right\}, \left\{ \tilde{\omega}_2(y) \in \tilde{\Omega}_2 \subset \Omega_2 : \int_y y \tilde{\omega}_2(y) dy = -\frac{a}{b} \right\} \right\}, k \right\rangle; \quad (52)$$

якщо $a < 0, b > 0, c < 0, b > -a, b = -c$, то

$$\mathfrak{R} = \left\langle \{1\}, \left\{ \left[-\frac{a}{b}; 1 \right] \right\}, a+k \right\rangle; \quad (53)$$

якщо $a < 0, b > 0, c < 0, b = -a, b \geq -c$, то

$$\mathfrak{R} = \left\langle \left\{ \left[0; -\frac{c}{b} \right] \right\}, \{1\}, c+k \right\rangle. \quad (54)$$

Література

1. Романюк В. В. Випукла гра на одиничному квадраті з ядром типу квадратичної форми // Науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету "Наука й економіка". — Випуск 1 (9), 2008. — С. 319 — 325.
2. Романюк В. В. Розв'язування однієї випуклої гри на одиничному квадраті з ядром, де є додатний зважений квадрат стратегії першого гравця // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2007. — № 5. — Т. 2. — С. 154 — 157.
3. Романюк В. В. Строго випуклі ігри з функціями виграшу, які містять квадрат стратегії другої сторони та зважену стратегію першої або зважений добуток стратегій обох сторін // Всеукраїнський науково-виробничий журнал "Інноваційна економіка". — № 4 (6), 2007. — С. 111 — 115.
4. Романюк В. В. Щодо питання розв'язування деяких випуклих ігор у загальному виді // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2008. — № 1. — Т. 1. — С. 177 — 185.
5. Romanuke V. V. The convex game on the unit square with the kernel, that is the sum of the weighted strategies and their weighted product // Математическое моделирование, обратные задачи, информационно-вычислительные технологии: сборник статей VII Международной научно-технической конференции. — Пенза: РИО ПГСХА, 2007. — С. 73 — 77.
6. Романюк В. В. Нестрого випукла гра на одиничному квадраті з ядром, що містить добуток чистих стратегій // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2008. — № 1. — Т. 2. — С. 175 — 179.
7. Романюк В. В. До питання загального розв'язку однієї нескінченної антагоністичної гри // Вісник Хмельницького національного університету. Технічні науки. — 2008. — № 2. — С. 34 — 38.
8. Романюк В. В. Загальні розв'язки однієї неперервної антагоністичної гри // Науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету "Наука й економіка". — Випуск 4 (8), 2007. — С. 73 — 100.

Надійшла 08.04.2008 р.

НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ АКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Розглядаючи менеджмент, як складне соціальне явище, на яке впливає низка чинників (соціальних, економічних, політичних, технологічних), зазначимо, що основним у сучасному менеджменті є визначення стратегічних та оперативних цілей організації, реалізація яких передбачається наявними та потенційними можливостями підприємства, в тому числі матеріальними, фінансовими, трудовими ресурсами. Досягнення цілей ґрунтується на реалізації таких методів управління (класичних та нових), застосування яких дозволяє привести до рівноваги в динамічному середовищі суперечливі за своїм походженням інтереси клієнтів, співробітників, власників капіталу, суспільства.

“Організаційна система може досягти своїх цілей з різними вкладаннями і трансформаційними процесами. Ось чому потрібно розглядати різноманітні форми і способи вирішення проблем, а не шукати якийсь один “оптимальний” вихід, що приводить до швидких результатів [1, с. 36].

“Ділова активність є якраз тим механізмом, який не дає організації зупинитись на досягнутому, спонукає її бути в русі, динамічно розвиватись.”, приводить підприємство в стан рівноваги та стійкості [2, с. 139-140]. Питання ділової активності не залишаються поза увагою вітчизняних науковців, зокрема Рзаєва Т.Г., Марченко О.І., Мних Є.В., Крамаренко Г.О., Чорна О.Є., Мошенський С.З, Олійник О.В, Мец В.О., Лахтіонова Л.А., та інші. “Ділова активність доволі широке поняття й охоплює практично всі аспекти роботи підприємства”[3, с.253], погоджуються вони. Проте слід констатувати, що дана категорія розглядається ними переважно у якості предмету економічного або фінансового аналізу в рамках аналізу як загальної функції менеджменту. І хоча за змістом стадій (періодів) процесу управління аналіз розподіляється на перспективний, оперативний і поточний, все ж основною ціллю аналізу є виявлення причинних зв'язків між подіями (отриманими кінцевими результатами, станом параметрів виробничо-господарських процесів) й умовами, що призвели до таких подій або які можуть виникнути в майбутньому. [4, с. 275-276]. Отже дослідження категорії “ділова активність” за всіма складовими фінансово-виробничих ресурсів в рамках аналізу як загальної функції менеджменту обмежується створенням повної, достовірної, релевантної інформаційної бази, необхідної для обґрунтування, оцінювання, прийняття управлінських рішень. Ділова ж активність – це процес, де в динаміці реалізуються функції менеджменту на основі постійно оновленої інформації, що дає можливість приймати і реалізовувати управлінські рішення відповідно виникаючих проблем. Такий погляд на ділову активність як динамічний процес обґрунтовує необхідність управління нею”[2, с. 139-140]

Будь-який процес управління (менеджменту) можна розглядати як інформаційну взаємодію суб'єкта і об'єкта. “Ця взаємодія досягається через систему прямих та зворотних інформаційних потоків” [3, с. 11] Прямий зв'язок визначає параметри впливу на об'єкт, “зворотній – оцінює ефективність такого впливу та доцільність його корекції” [3, с.12]. Суб'єктом виступає керуюча система організації – в особі менеджерів всіх ієрархічних ланок управління, які з метою ефективного використання наявних виробничих ресурсів виконують різні управлінські ролі - від генератора ідей до розпорядника. Об'єктом в даному випадку виступають взаємопов'язані підсистеми ділової активності підприємства: управлінська підсистема ділової активності, ресурсна підсистема, операційна підсистема, маркетингова підсистема [2, с. 138]. Управління даними підсистемами реалізується в рамках виробничої та управлінської технології через застосування методів управління (адміністративних, економічних, соціально-психологічних), які виконуються суб'єктами управління під час реалізації загальних та конкретних управлінських функцій. Одним із загальних правил формування технології менеджменту організації є те, що “склад операцій і спосіб їхнього виконання визначається загальними функціями управління, а характеристика об'єкта, на який спрямовано примусовий вплив, описується конкретними функціями управління, кожна з яких реалізовується за допомогою власної технології.” [4, с.150]. Загальні функції управління діловою активністю підприємства, такі як планування, організування, мотивування, контролювання, повинні розглядатися в процесі управління комплексно, оскільки загальні функції взаємодіють та проникають одна в одну. Реалізація загальних функцій буде відбуватись при взаємодії з конкретними функціями управління, зміст яких залежить від специфіки об'єкту управління діловою активністю, а саме від особливостей окремої підсистеми ділової активності (ресурсної, операційної, маркетингової, управлінської). Структуру конкретних функцій ділової активності створюють задачі управління, а саме: робота з людьми, предметами, інформацією.

Система ділової активності на підприємстві складається із двох різновекторних частин: внутрішньої ділової активності та зовнішньої ділової активності. Метою управління внутрішньою діловою активністю є “мобілізація внутрішніх ресурсів економічного зростання, що проявляється у зростанні економічного потенціалу підприємства або підвищенні ефективності його використання” [3, с. 253]. Метою управління зовнішньою діловою активністю є досягнення цільової частки на ринках продукції (послуг), капіталу, праці. Кінцевою метою управління всією системою ділової активності на підприємстві є “оптимізація функціонування системи, досягнення якомога більшого корисного ефекту при найменших зусиллях і витратах” [1, с. 63]. Наведемо вищесказане у вигляді рис. 1.

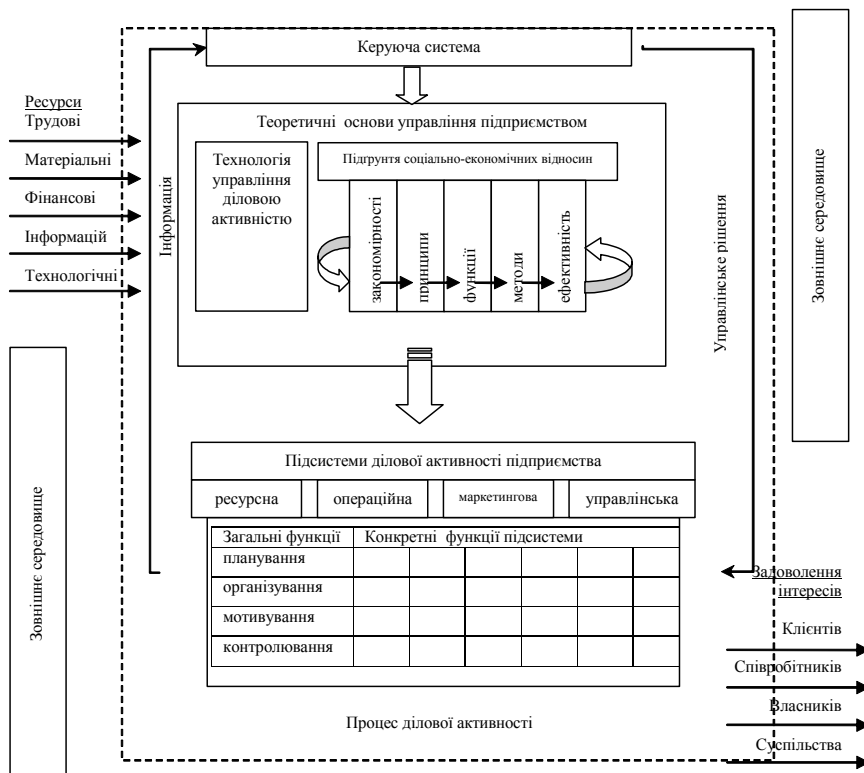


Рис. 1. Ділова активність як процес

Процес вирішення задач управління використовує конкретний вид технології як спосіб перетворення вхідних ресурсів на продукцію, одержувану на виході. Основною характеристикою технології є її мінливість” [4. с.99-100]. “В умовах глобалізованої економіки, підприємства кардинально вдосконалюють діяльність не лише через конкуренцію чи заради прибутку, але й заради виживання”[5, с.19]. Невміння вчасно усвідомити необхідність зміни технології може призвести до втрат позицій на ринку, до припинення діяльності у раніше прибутковій сфері бізнесу, і навпаки, технологія – може бути основним інструментом в конкурентній боротьбі[4. с.99-100].

В зв’язку з цим технології управління діловою активністю притаманні 2 аспекти: якісний та динамічний. Останній проявляється у відповідності реакції до характеру зміни зовнішнього середовища, зокрема, конкурентної ситуації та у швидкості проведення маркетингових, виробничих, ресурсних, управлінських змін. Підсистеми ділової активності можна розглядати як відокремлені та одночасно взаємопов’язані процеси управління. Маркетингова активність, операційна активність, ресурсна активність, управлінська активність з точки зору системного підходу є взаємопов’язаними між собою видами діяльності, з яких складається загальний процес управління діловою активністю підприємства.

Кожна з цих підсистем ділової активності має власні елементи, структуру та організацію. В межах цих підсистем реалізуються власні функції менеджменту.

Елементами кожної такої структури є „ланки, рівні, органи, ієрархія менеджменту”[6, с.137]. До ланок підсистем ділової активності віднесемо організаційні утворення або окремі виконавці, які знаходяться на певному ієрархічному рівні, наприклад: відділ маркетингу, технічний відділ, відділ кадрів, апарат управління підприємством, або маркетолог, інженер, технолог, економіст, директор з маркетингу, директор з фінансів, генеральний директор тощо.

Всі ланки підсистем знаходяться на певних ієрархічних рівнях, які повинні бути підпорядковані особі, або групі осіб, що є носіями організаційної структури системи менеджменту, тобто посадовим особам певного рівня управління.

Організаційна структура підсистем ділової активності безпосередньо впливатиме на розподіл функцій між підсистемами, створюватиме передумови до організаційного характеру внутрішніх зв’язків між елементами підсистеми та зовнішніх зв’язків між підсистемами. Недоліки структури стануть на заваді до ефективного використання ресурсів організації.

Зв’язки між елементами будуть визначатись зв’язками між конкретними функціями (видами діяльності) підсистем. Підкреслюючи динамічність категорії „ділова активність” звертаємо увагу на те, що керована система має знаходитись в стані постійного розвитку, з відповідним коригуванням функцій, які нею виконуються, а відповідно, оскільки функції детермінують характер зв’язків між елементами підсистем ділової активності, то такі зв’язки повинні розвиватись, змінюватись разом із розвитком керованої системи в просторі та в часі. При цьому послідовність змін має відбуватись як формально так і неформально.

Ефективне управління діловою активністю підприємством повинно ґрунтуватись на надійній теоретичній базі, оскільки лише чітке усвідомлення значення та змісту таких фундаментальних категорій, як

закономірності менеджменту, принципи менеджменту, функції менеджменту, методи менеджменту, ефективність менеджменту, надасть можливість керуючій системі здійснювати те, що має назву наукове управління.

Здійснення управління діловою активністю підприємства вимагає дотримання низки принципів, зокрема, „збереження цілісності системи, її єдності з навколишнім середовищем і наступної спрямованої упорядкованості елементів системи, її удосконалення, направлене на поліпшення функціонування усієї системи” [1, с. 248].

Від методів, які застосовуються при управлінні підсистемами ділової активності залежить якість виконання функцій, кількість рівнів організаційної структури управління діловою активністю.

Організація є насамперед соціальним утворенням, формою спільної діяльності людей. Тому важливу роль в стратегії та тактиці розвитку ділової активності організації займає процес формування ділової активності свідомого працівника, реалізації потенціалу працюючого. Стає нагальним питання „створення такої системи управління, за якої працівнику об’єктивно була би не вигідна пасивна трудова участь в процесі виробництва” [6, с. 485]. Підґрунтям, на якому базуються соціальні відносини, є культура організації, складовою якої є культура менеджменту. Саме вона визначає систему цінностей, пріоритетів, специфіку організації процесу управління, культуру праці, ефективність різноманітних комунікативних засобів, якими передається інформація. Рівень культури менеджменту напряму залежить від раціональної організації комунікативних процесів, пов’язаних із збиранням, обробленням, передаванням внутрішньої та зовнішньої інформації.

Процес управління підсистемами ділової активності ґрунтується на інформації про стан підсистем та їх взаємозв’язок із зовнішнім середовищем. З метою недопущення прийняття суб’єктивного, необґрунтованого, неефективного управлінського рішення керуючою системою, інформація має відповідати загальним вимогам, таким як: точність, чітка періодичність надходження, своєчасність, достатність, корисність, доступність. З метою створення ефективної схеми інформаційних потоків між підсистемами ділової активності та між керуючою та керованою системою в цілому на підприємстві необхідно враховувати ієрархічність системи менеджменту командної інформації. Це означає, що обробка вхідної та формування вихідної зовнішньої інформації є прерогативою керівників вищого рівня управління. Передача внутрішньої інформації від відправника до одержувача по ієрархічним сходам в межах комунікативного процесу повинна йти одночасно з процесом агрегування такої інформації, з метою зростання ступеня її концентрації. Як ідеальний варіант операції, пов’язані з обробленням інформації здійснюються в межах комплексної системи інформаційного забезпечення процесу управління діловою активністю підприємства.

Особливо важливим при управлінні підсистемами ділової активності є формалізоване створення ефективних „зон контролю”, які б надали можливість забезпечити єдність окремих елементів підсистем ділової активності. Лише чітке управління між зонами контролю може організувати проходження найкоротшим шляхом інформації, необхідної для прийняття управлінського рішення, та подальшу швидку реалізацію технології прийняття рішення, організації і контролю за його виконанням. Процес розроблення управлінського рішення є багатограним видом управлінської діяльності, який передбачає низку складних комплексних дій, та який направлений, зокрема, на подолання конфлікту між раціональною та ірраціональною складовими управлінського рішення.

Шлях управлінського рішення від керуючої системи до підсистем ділової активності має здійснюватись у формі, яка б таке рішення відобразила у найбільш зрозумілій для майбутнього виконавця формі, наприклад, у формі постанов, наказів, розпоряджень, вказівок, резолюцій, тощо.

Виконання рішення в межах кожної підсистеми ділової активності має здійснюватись через залучення працівників всіх ієрархічних рівнів структури підсистеми, шляхом реалізації повного циклу процесу управління в межах окремої підсистеми ділової активності.

Отже, залишається до кінця не вирішена проблематика управління діловою активністю підприємства, що потребує подальших досліджень

Література

1. Осовська Г.В., Осовський О.А. “Менеджмент організацій”: навчальний посібник.-К.: Кондор, 2005.- 860 с.
2. Мукомела-Михалець В.О., Бурий С.А. “Система ділової активності підприємства” //Вісник Хмельницького університету. 2007. - №3 -Т.2.- С. 137-140.
3. Мних Є.В. “Економічний аналіз: Підручник. –Київ: Центр навчальної літератури, 2003. - 412 с.
4. Мартиненко М.М. “Основи менеджменту”: Підручник.-К.: Каравела, 2005. - 496 с.
5. “Сучасні концепції менеджменту”: Навч. посібник/За ред. д.е.н., проф. Л.І. Федулової. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 536 с.
6. Хміль Ф.І. Основи менеджменту. – Підручник. – К.: Академвидав, 2005. - 608 с.

Надійшла 20.04.2008 р.

ПРАКТИКА ГОСПОДАРЮВАННЯ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ КОРПОРАТИВНИХ КОНФЛІКТІВ

На момент створення Україна, як незалежна держава, являла собою країну з високорозвинутою індустрією, продуктивним сільськогосподарським комплексом, високим науково-технічним потенціалом. Сьогодні питома вага економіки України у світовій економіці складає лише 0,5%. Українська економіка переживає кризу. Не минула вона і корпоративний сектор, який все більше руйнують численні корпоративні конфлікти. Одним з проявів таких потрясінь є рейдерство, масштаби якого особливо збільшились за останні два роки.

Питання становлення і розвитку корпоративного сектору економіки та проблеми, що виникають в практиці господарювання акціонерних товариств розглядають як науковці так і фахівці-практики. Серед них слід відзначити праці вітчизняних дослідників В.Голікова, О. Поважного, Є.Григоренка, О. Мендрула, О. Пасхавера, М. Четова, М. Йохни, Л. Федулової, О. Кібенко, Г. Назарової, Д. Задихайло, В. Євтушевського, Л. Довгань, П. Круша, серед російських – А. Радигіна, Р. Капелюшнікова, Т. Долгопятової, О. Осипенко, І. Храбової та інших.

Незважаючи на серйозність наукових розробок і напрацювань, питання корпоративного управління взагалі і дослідження корпоративних конфліктів зокрема, залишаються дуже актуальними і потребують все нових досліджень.

Україна ступила на шлях соціально-економічних перетворень. В країні відбуваються типові для індустріальних держав процеси укрупнення бізнесу. Дрібні акціонерні товариства поглинаються великими, розпорошені промислові активи об'єднуються і через злиття з банками стають фінансово-промисловими групами, виникають великі світові бренди, що витісняють дрібних виробників та реалізаторів. Але крупним бізнесом набагато складніше управляти. Вищому менеджменту корпорацій необхідно підтримувати рівновагу між своїми інтересами та інтересами решти учасників – трудового колективу, акціонерів (як працюючих так і не працюючих на підприємстві, як крупних так і дрібних), постачальників та підрядників, фіскальних служб, влади та соціуму. Як зазначають науковці [1], цілі менеджменту змінюються в залежності від типу корпоративного управління, що відображає баланс інтересів різних стратегічних груп. Наприклад, „якщо корпоративне управління цілком орієнтовано на власника, то мета менеджменту – збільшення майна власника, підвищення вартості бізнесу. Якщо ж корпоративне управління регулюється державою (підприємство зі значною часткою державної власності) це викликає роздвоєння цілей – з одного боку це збереження і збільшення майна компанії, а з іншого – соціальна відповідальність і сплата податків” [1, с. 144].

Створити і утримувати баланс між інтересами різноманітних учасників бізнесу компанії можна завдяки якісному корпоративному управлінню. За ефективно побудовану систему корпоративного управління іноземні власники бізнесу готові платити до 40% вартості компанії [2, с. 70]. На думку експерта – менеджера відділу консультаційних послуг в області бізнес-ризиків компанії „Ернст енд янг” в Україні „ефективна система корпоративного управління приносить тим, хто її створив цілий ряд переваг: полегшує доступ до фондового ринку, підвищує якість прийняття рішень, покращує сприйняття компанії ринком, підвищує її конкурентоспроможність, знижує ризик, підвищує результати діяльності, вдосконалює ділові взаємовідносини” [2, с. 71].

Сьогодні вже не викликає заперечень той факт, що корпоративний сектор є одним з основних елементів сучасних розвинутих економік. Виник він в результаті приватизаційних реформ. Вони тривають і дотепер. Цілі їх проведення на різних етапах були і є різними. Проте, кінцева мета одна, зазначають спеціалісти, сформувані потужний конкурентоспроможний корпоративний сектор та перебудувати застарілі неефективні моделі управління вітчизняними підприємствами [3, с. 5].

Приватизація змінила життя українців. Але одним з недоліків всіх економічних програм в Україні є твердження про необхідність суцільної приватизації державних підприємств. Хоча, як свідчить досвід країн з розвинутою економікою, 35% підприємств, які мають стратегічне значення, знаходяться у державній власності. В країнах Європи приватизується не більше двох-трьох підприємств в рік за умови глибокого економічного та юридичного обґрунтування необхідності таких дій. При цьому більшість таких підприємств є збитковими. Наш практичний досвід говорить про щорічні майже 100 об'єктів, які „заганяють в приватизацію” без всякої підготовки. Зокрема, в 2008 р. планується приватизувати Одеський припортовий завод, при тому, що він кожного року дає мільярд гривень прибутку [4, с. 2].

Іншим суттєвим недоліком економічних програм є думка про те, що роль держави в управлінні економікою, в контролі за нею має зменшуватися. Практика свідчить, що злочинів в економіці значно менше там, де більше соціального контролю. В країнах Заходу це громадянський контроль. Ми ж, відмовившись від партійного та народного контролю, нічим їх не замінили і отримали тіньову економіку гігантських розмірів. Законів в нашій державі в більшості не дотримуються. Прикладом підприємства, яке хочуть приватизувати обходячи закон, може бути Східний гірничо-збагачувальний комбінат в Жовтих Водах. Це підприємство

стратегічного значення, тому знаходиться у списках таких, що не підлягають приватизації. Завдяки вмілому керівництву, воно з розряду збиткових (всі 1990-ті роки) вже в 2005 році вийшло на гарні позиції, в 2006 р. – стабілізувало виробництво, а з 2007 р. – пішло його зростання. За перші півроку чистий прибуток склав 175 млн. грн., підвищувалась зарплата, планувалась подальша модернізація виробництва. Генеральний директор комбінату виступав проти виводу підприємства з списку об'єктів, що не підлягають приватизації. Але можновладці мали свою мету і вирішили позбутися директора, з яким не вдалося домовитися. Спекулюючи на аварії, що трапилась на комбінаті в травні 2007 року, вони звинуватили керівника у безвідповідальності і відсторонили його від роботи. Після відставки директора комбінат внесли у список підприємств, що підлягають приватизації та призначили „свого” керівника. В той момент на рахунках підприємства знаходилось 120 млн. грн., комбінат мав напрацьованих контрактів майже на 80 млн. грн., чистий прибуток на модернізацію виробництва перевищував 70 млн. грн. На захист гендиректора виступив трудовий колектив, деякі ЗМІ. Суд повернув керівника на роботу, але на той час рахунки підприємства були вже порожні, штучно створена кредиторська заборгованість складала 14 млн. грн. Крім того, новий директор проводив тендери, до яких спеціально допускались підприємства з завищеними цінами. Тобто, розорення Східного ГЗК потрібно було з метою подальшої приватизації. Почалась підготовка до рейдерського захоплення. В очікуванні штурму сотні працівників комбінату вийшли до будівлі адміністрації, з'явились телебачення, що стало на заваді захопленню. Зараз на комбінаті працює два гендиректора, хоча того, що свого часу відродив підприємство, в міністерстві попередили про повторне звільнення у зв'язку з закінченням терміну контракту. „Так виглядає третій український перерозподіл власності”, - відзначає „Робітничка газета”, що висвітлює даний корпоративний конфлікт [5, с. 2].

Реалії сьогодення показують двонаправленість процесу приватизації. З одного боку, затухання приватизаційних реформ, сповільнення їх темпів унаслідок того, що основна критична маса недержавних підприємств різного типу вже сформована (приватизовано вже біля 80% підприємств України). З іншого боку, спостерігається зростаюча тенденція до постійного перерозподілу уже створеного недержавного сектору економіки [3, с.5]. Цей перерозподіл викликає корпоративні конфлікти. Так, ВАТ „Луганськтепловоз”, що почало динамічно розвиватися в 2007 р., сьогодні перебуває у невизначеному стані через спроби групи „Приват” оскаржити результати торішнього приватизаційного конкурсу. Російська компанія „Трансмашхолдінг” (ТМХ) через ВАТ „Брянський машинобудівний завод” володіє контрольным пакетом акцій ВАТ „Луганськтепловоз” і це задовольняє обидві сторони. Після приходу нового власника (березень 2007 р.), лише за півроку обсяг виробництва товарної продукції зріс в 5 разів. Зростання виробництва призвело до введення двозмінного графіка роботи. Це дозволило збільшити чисельність постійно зайнятого персоналу на 620 чол. На завод повертаються люди, що пішли з нього в кризові роки. Працівникам вже тричі підвищували зарплату, яка зросла у порівнянні з минулим роком вдвічі. Відрахування в бюджети всіх рівнів та позабюджетні фонди збільшились в 2,3 рази. На заводі створена та сертифікована нова модель тепловозу. У товариства вперше з'явилась можливість впевнено дивитися у майбутнє. Цьому сприяли розроблені з ініціативи ТМХ інвестиційні програми та бізнес-плани на 2007-2008 рр., а також перспективний план розвитку підприємства до 2015 р. Згідно останнього документу, передбачено подальше щорічне зростання виробництва, а також інвестиції в розвиток та модернізацію виробництва в розмірі 1 млрд. грн. Бізнес-план на 2008 р. передбачає зростання обсягу виробництва більше ніж в 2 рази, що складе майже 1,5 млрд. грн. Працівники ВАТ „Луганськтепловоз” та мешканці міста пов'язують свій добробут та плани на майбутнє з новим власником. За сприяння ТМХ Луганські тепловозобудівники отримали можливість виходу на крупний та динамічно розвинутий ринок магістральних тепловозів. В 2007 р. росіяни закупили 40% продукції ЛТЗ, а в 2008 р. цей показник зростає до 60%. Слід зазначити, що більша частина українських залізниць обслуговується електровозами. Через це внутрішні потреби нашої країни в дизельних локомотивах не перевищують декілька штук на рік. Однак, через ситуацію, що спровокувала група „Приват”, підприємство може втратити як діючі так і нові замовлення. Це безперечно втягне ВАТ в новий виток кризи та принесе значні збитки як заводу так і кожному його працівнику. Збори трудового колективу від 21 березня 2008 р. ухвалили відкритого листа до вищих органів влади щодо припинення роздмухування корпоративного конфлікту, який заважає акціонерному товариству стабільно та успішно розвиватися [6, с. 2].

В чому ж найперша причина корпоративних конфліктів? Світовий досвід показує, що жодна країна не має змоги підняти економіку за відсутності згоди всередині суспільства. Конфлікти в трудових колективах стали типовим явищем розвитку нашого суспільства, його визитівкою. Вони виникають в умовах складного соціально-економічного стану країни як наслідок процесів оновлення виробничих відносин, що потребують відмови від всього старого, зайвого, донедавна звичного. Так, лише за один рік Україна в середньому втрачає біля 3,5 млрд. людино-годин робочого часу, що не додає суспільству продукції, втрачаються робочі місця, погіршується соціально-психологічний клімат як в суспільстві в цілому, так і в конкретних трудових колективах зокрема, руйнується здоров'я нації і відбувається поступове її вимирання. Даються взнаки і постійні політичні потрясіння.

Слово „конфлікт” в перекладі з латинської мови означає „зіткнення”. В основі будь-якого конфлікту лежить протиріччя, що призводить до конструктивних або деструктивних наслідків. Зіткнення протилежно спрямованих цілей, інтересів, позицій, думок чи поглядів опонентів або суб'єктів взаємодії зустрічається в будь-якому суспільстві, що діє в епоху змін. Але в тих масштабах, в яких воно існує останнім часом в Україні, це має

викликати турботу і занепокоєння через свій руйнівний характер. Про те, що небезпека існує, свідчать темпи зростання рейдерських захоплень. За статистикою, якщо в 2005 р. кількість рейдерських нападів вимірювалась одиницями, то в 2006 р. від рейдерства постраждали сотні підприємств по всій Україні. В 2007 р. в середньому щотижня в державі відбувався рейдерський напад в тій чи іншій формі, і раз на п'ять днів українські суди виносили рішення, що порушували законні права власників на замовлення рейдерів [7, с.1]. Що ж це за поняття, яке з'явилося на початку 1990-х років і стає все більш вживаним? Про рейдерство говорять у новинах, що представляють сучасні засоби масової інформації, його можна почути і від українських можновладців і від керівників підприємств.

В морській термінології, з якої це слово бере початок, воно означає судно, що здійснює досить довгі рейди, щоб потопити ворога на незахищених ділянках торгових шляхів. Терміни „рейдер” та „рейдерство” беруть початок з середніх віків, коли так називали піратів.

Розповсюдження рейдерства в економіці України свідчить про те, що етап первісного нагромадження капіталу вже пройдений і почався перерозподіл власності на користь тих (виходячи з сутності терміну „рейдерство”), хто не встиг до загальнодержавного пирога, але дуже хоче ласого шматочка. Експерти відзначають, що широкі можливості сучасних українських рейдерів забезпечені політикою держави перш за все при проведенні приватизації. Сам характер формування акціонерних товариств призвів до виникнення супротивності, нестабільності в суспільстві, можливості порушення законів. Величезні недоліки українського законодавства, непрозорі схеми приватизації державної власності, що застосовувались в 1990-х роках, дозволяють сьогодні вимагати відміни прийнятих рішень на торгах чи постанов органів влади.

Всі рейдерські захоплення відбуваються за схожими сценаріями: загарбник купує рішення суду, озброєна охорона найнята рейдерами вдирається на територію підприємства, конфлікт набуває широкого розголосу в суспільстві і це навіть не намагаються приховати. Така публічність захоплень підкреслює безсилля влади.

Особливий наголос слід зробити на корумпованості суддів. Експерти зазначають, що в Україні немає прямого закону про боротьбу з рейдерством чи про застосування жорстких санкцій до осіб, що викриті у сприянні незаконному захопленню власності. Через це суддя може стати партнером рейдера, коли видає йому на руки неадекватні або такі що викликають сумнів чи зовсім абсурдні судові рішення.

Корпоративні конфлікти бувають як на законній так і на незаконній основі. Недружнє поглинання є прикладом використання нібито законних методів і являє собою перехід від одних власників, що не змогли належним чином організувати роботу компанії, до інших, які зможуть це зробити. Але чи дійсно і чи завжди тут головну скрипку грає закон? Наприклад, конфлікт між фінансовою компанією „Сократ” і менеджерами заводу „Київгума”, антирейдерська міжвідомча комісія доручила розглядати МВС, Генпрокуратурі, СБУ, ДКЦПФР. Відкрите акціонерне товариство звернулось з проханням допомогти протистояти недружньому поглинанню. Представники підприємства впевнені, що керівництво фінансової компанії „Сократ” хоче отримати повний контроль над заводом. Інвестиційно-фінансовій групі належить 21% цінних паперів, і крім того, знерухоmlена більша частина акцій опонентів. Дії компанії в прес-службі „Сократа” пояснили таким чином: „Знайдено профільного інвестора, що готовий вкладати необхідні кошти в модернізацію підприємства, розширення асортименту продукції та виводу „Київгуми” на нові ринку збуту. На підприємстві ж діє неефективний менеджмент, що ставить перепони новим інвесторам і підштовхує завод до фінансової катастрофи” [8, с. 42]. На думку голови спостережної ради ВАТ „Київгума” подібні заяви далекі від дійсності. По-перше, „Київгума” залишається провідним підприємством гумо-технічної промисловості України з річним обсягом реалізації продукції 86 млн. грн. По-друге, воно продовжує динамічно розвиватися. На „Київгумі” в 2006 р. провели модернізацію обладнання, вперше в Україні налагодили промислове виробництво виробів з силікону. В 2007 р. закупили нове обладнання на 6 млн. грн., щоб розпочати виробництво гумових ущільнювачів для металопластикових вікон. Аналіз заяв обох сторін дозволяє стверджувати, що причина криється дещо в іншому, ніж заявляє компанія „Сократ”. Керівництво „Київгуми” вбачає цей інтерес в привабливих земельних ділянках: виробничому майданчику підприємства площею 9 га землі в центрі міста та 7,5 га заводської бази відпочинку, що розташована в Конча-Заспі. Юристи стверджують, що шанси „Київгуми” на перемогу в рейдерській війні є досить значними через те, що сторона-захоплювач припустилася багатьох помилок на межі порушень законодавства. Резонанс, що визвали події навколо підприємства, може зруйнувати репутацію однієї із найкрупніших компаній фондового ринку [8, с. 42].

В Україні законодавство дає можливість недружнього поглинання. Зокрема, ст. 45 Закону „Про господарські товариства” свідчить, що пакет акцій „10% +1 акція” дає право акціонерам вимагати скликання позачергових загальних зборів або самостійно їх скликати і обов'язково вносити в порядок денний питання, на яких наполягають власники такого пакету. Нібито все за законом. Але достатньо викупити у акціонерів 10% акцій, провести декілька раз збори, обрати нового керівника підприємства - і влада перейшла в інші руки. Проста схема, а головне – законна [9, с. 54].

Деякі спеціалісти-практики висловлюють думку, що із злиттями і поглинаннями не слід боротися, їх необхідно зробити більш цивілізованими [10, с. 38]. Інші вважають, що недружнє поглинання можна назвати „білим рейдерством”, яке зазвичай діє методом корпоративного шантажу в межах чинного законодавства. Але в більшості випадків, після перших кроків такого „білого рейдерства”, якщо керівництво підприємства, яке хочуть захопити, не йде на переговори, чинить опір поглинанню, настає черга „сірого” і „чорного” рейдерства,

яке засноване на використанні незаконних методів, підроблених або сфабрикованих документів, силових захоплень тощо [7, с. 1].

Дуже часто в Україні рейдерство здійснюється у спекулятивних цілях. Захоплюють підприємства заради землі, або нерухомості, якою вони володіють. Для досягнення мети рейдери ініціюють штучне банкрутство. Такий корпоративний конфлікт не оминув ВАТ „Видавництво „Поділля”, що у м. Хмельницькому. 100% акцій підприємства перебувають у державній власності і передані до статутного фонду ДАК „Укрвидавполіграфія”, яке входить до Держтелерадіо України. Останнє ще з 2004 р. почало тиснути на ВАТ „Видавництво „Поділля”. В результаті через три роки було порушено справу про банкрутство так необхідного області єдиного державного поліграфічного підприємства. Його звинуватили у заборгованості, у тому числі і до бюджету, і до пенсійного фонду. Але ж сьогодні важко знайти підприємство, яке нікому нічого не заборгувало. Очевидно причина претензій криється в іншому. ВАТ „Видавництво „Поділля” має адміністративну будівлю, два виробничих корпуси та земельну ділянку площею 4 га в досить престижному районі міста. Колишній голова правління видавництва наполягає, що підприємство умисно було доведено новим керівництвом до банкрутства, а акціонери практично не мали впливу на ситуацію [7, с. 2]. Конфлікт поки ще триває, підприємство потребує допомоги.

Держава зробила спробу протистояти такому ганебному явищу як рейдерство. В лютому 2007 р. була створена Міжвідомча комісія з протидії незаконному поглинанню та захопленню підприємств (рейдерству), яку очолив віце-прем'єр міністр. Комісія створена як дорадчий орган, що постійно діє при Кабміні. Її задача – розробка пропозицій з удосконалення законодавства, моніторинг інформації про методи поглинання та забезпечення взаємодії правоохоронних органів.

З подання „антирейдерської комісії” уряд вирішив заборонити всі поглинання підприємств, що визивають протистояння акціонерів. Такі дії викликали різні думки. Деякі спеціалісти вказують, що коли це стане реальністю, тоді навіть купівля акцій у міноритарних акціонерів з метою отримання контролю над компанією, буде кваліфікуватися як „незаконні дії” [9, с. 54]. Для початку спеціалісти радять не лише визначитися з поняттям „рейдерства”, але і відокремити його від „недружного поглинання”, оскільки звідси випливають шляхи вирішення проблеми. В основі недружного поглинання – недосконалість установчих документів підприємства та законодавства. Тому, в даному випадку держава має рухатися шляхом вдосконалення законів, які б регулювали корпоративні поглинання.

В будь якому випадку, антирейдерська комісія має працювати на підвищення ефективності роботи держапарату, забезпечувати додержання законодавства „підготованими” рейдерами районних суддів, прокурорів та судових виконавців. За словами голови комісії, Кабмін має намір посилити відповідальність суддів і чиновників за причетність до рейдерства, а також відповідальність організаторів рейдерських захоплень [9, с. 55].

На сьогоднішній день уряд припинив роботу Міжвідомчої комісії по боротьбі з рейдерством через її неефективність і звинувачує її в тому, що вона створювала умови для спекуляції: „Кого хочу оголошу рейдером, а не хочу – виправдаю”. На наш погляд, антирейдерська комісія проголосила правильні задачі, які сприяли наведенню порядку на підприємствах та покаранню корумпованих суддів. Дії комісії зводяться врешті-решт до головної мети – напрацювання правового поля, що зробило б в подальшому неможливим протизаконне захоплення вітчизняних підприємств. Тому відновити її роботу є доцільним. Інша справа, що кадровий склад комісії слід посилити справжніми фахівцями. Такий висновок випливає з того, що працювати цій структурі стає все складніше. Проти неї діють професіонали. Сьогодні існують компанії, які надають саме рейдерські послуги. Є навіть ринок таких послуг. На його існування вказують журналісти [7]. Він складається приблизно із сотні середніх та дрібних фірм, здебільшого юридичних. Такі фірми можуть як допомагати, так і протидіяти захопленню. Вони об'єднують психологів, що за ознакою міри опосередкованості вивчення психічних явищ та психіки людини пропонують використання тих чи інших методів психології управління; журналістів, які висвітлюють в потрібному світлі події, що відбуваються навколо підприємств; юристів, що консультують суб'єктів конфліктів і цим дозволяють балансувати „на межі фолу” і навіть колишніх працівників спецслужб. На чолі такої фірми зазвичай стоїть людина з життєвим досвідом, що набула репутації лідера-стратега, займається особистим піаром, вміє спілкуватися з пресою. „Зазвичай він отримує за свої послуги від 25% до 50% вартості проекту. За підрахунками експертів, в залежності від потужності підприємства-жертви, рейдерська атака може коштувати від 100 тис. до 1 млн. доларів” [7, с. 2].

Вже існують так звані „хрестоматійні ознаки” рейдерства, на які мають навчитися реагувати наші бізнесмени. Серед них:

- підвищена увага з боку державних органів, що проявляється в частині перевірок корпоративних документів;
- поява публікацій в ЗМІ з метою „очорнення репутації” акціонерного товариства;
- зростання частоти звертань невдоволених міноритарних акціонерів щодо порушення їхніх прав власниками контрольного пакету акцій або керівництвом корпорації;
- раптове падіння курсової вартості акцій;
- поява людей, які готові викупити акції підприємства (часто за будь-яку ціну) тощо.

Приблизно за таким „хрестоматійним” сценарієм відбувались події на ВАТ „Кам'янець-Подільський електромеханічний завод”. Протиправне захоплення ВАТ розпочалося з перевірки Хмельницького

територіального управління ДКЦПФР, ініційованої народним депутатом України на підставі звернення одного з акціонерів товариства. Згодом з'явився ще один депутатський запит, але вже до прокуратури Хмельницької області з вимогою відкрити карну справу на голову ради підприємства. І знову знайшовся незадоволений акціонер який попросив підтримки у народного депутата. Судова тяганина фактично паралізувала роботу підприємства. Раз за разом відбуваються спроби силового захоплення підприємства, а керівнику пропонують або передати рейдерам виробничу базу підприємства і залишитись на посаді, або продати свій пакет акцій (60%). Також пропонують викупити частину акцій, які і спричинили рейдерську атаку, однак за ціною, яка в десятки разів перевищує їх реальну вартість [7, с.1]. Як бачимо, у рейдерів вистачає хисту для винайдення варіантів рейдерських захоплень. Чи вистачить сил у влади протистояти рейдерам і припинити їхню ходу в Україні.

Менталітет нашого суспільства такий, що поки біда не торкнеться особисто когось, то він залишається спокійним і навіть байдужим до чужих проблем. Але слід нам врешті-решт зрозуміти, що така позиція є програшною. Проти рейдерства ніхто не застрахований, воно в будь-який момент може торкнутися кожного бізнесмена, кожне акціонерне товариство. Через це роль влади у вирішенні проблеми як „білого” так і „чорного” рейдерства є ключовою. Більшість спеціалістів-практиків вказують на те, що держава має досить активно реагувати на різноманітні випадки рейдерства, оскільки силові захоплення породжують ланцюгову реакцію страху, коли власник розуміє, що його можуть в будь-який момент позбавити бізнесу без всяких підстав до цього. Але найстрашнішим є те, що майже за кожним рейдерством стоїть або потужний політик, або високопоставлений чиновник. І, якщо політична ситуація зміниться, або до влади на місцях прийде інша команда, то рейдерство розверне свою армаду на 180°. В результаті у суспільстві може створитися вкрай нестабільний і до того ж криміналізований кругооберт власності [11, с. 37]. В такому стані суспільство буде не в змозі подолати численні корпоративні конфлікти і навести лад в корпоративному секторі економіки.

На наш погляд, можливими шляхами вирішення корпоративних конфліктів в акціонерному товаристві можуть бути:

- стабілізація відносин власності;
- консолідація індивідуальних пакетів акцій працівників;
- внесення в статут товариства Положення про створення Фонду акціонування працівників підприємства;
- скупівля акцій у працівників-акціонерів, що звільнились з підприємства на вигідних для них умовах і розміщення їх серед своїх працівників;
- розробка мотиваційного механізму для спонукання зовнішніх акціонерів та акціонерів що раніше працювали на підприємстві, конвертувати акції, що їм належать, з категорії голосуючих в категорію привілейованих (безголосих);
- передача права голосу по акціях працівників підприємства довіреній особі, що голосує консолідованим пакетом акцій, представляючи спільні інтереси таких акціонерів;
- продаж акцій працівників аутсайдером за умови додержання ними обов'язкових соціальних та інвестиційних зобов'язань (підвищення кваліфікації працівників, впровадження заходів з покращення умов праці та охорони здоров'я, технічне переозброєння, модернізація виробництва тощо);
- ліквідація формалізму у володінні акціями, розвиток демократії при прийнятті управлінських рішень;
- внесення змін і доповнень в корпоративні документи щодо розширення прав працівників в сфері управління виробництвом і розподілу його результатів;
- встановлення робітничого контролю над фінансовими потоками, відвантаженням продукції, управлінням якістю;
- заборона на законодавчому рівні розглядати корпоративні конфлікти поза місцем знаходження майна, що є об'єктом рейдерства;
- притягнення до відповідальності „підготованих ” рейдерами районних суддів;
- підняття планки порядності в держструктурах.

Література

1. Йохна М.А., Стадник В.В., Іжевський П.Г., Замазій О.В., Карпенко В.Л. Концепції інституціональної економічної теорії в управлінні розвитком соціально-економічних систем: Монографія / Йохна М.А., Стадник В.В., Іжевський П.Г., Замазій О.В., Карпенко В.Л.; За заг. ред. М.А. Йохни. – Хмельницький: ХНУ, 2007. – 313 с.
2. Рубис И. Выгоды мегауправления // Инвестгазета. – 2006. – 25-31 декабря. – №51. - С.70-71.
3. Круш П.В., Кавтиш О.П., Гречко А.В., Чихачьова Ю.С. Формування та розвиток моделі корпоративного управління в трансформаційній економіці / Під заг. ред. к.е.н., професора П.В. Круша / Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007 – 264 с.
4. Кожушко А. О чем умалчивает власть // Рабочая газета. – 2008.- 1 апреля. - С.2.
5. Свободин В. Завалить „генерала” // Рабочая газета. – 2008.- 4 апреля. - С.2.
6. Немчинов В. Через „тернии” к новым достижениям // Рабочая газета. – 2008.- 1 апреля. - С.2.
7. Ростоцька Ю. Прогресуюча хвороба української економіки // Подільський кур'єр. – 2008. – 10-16

квітня. - С.1-2.

8. Пархомчук Д. „Сократ” поскользнувся на резине // Інвестгазета. – 2007. – 21-27 мая. – С.42.

9. Мошенец Е. Ловушки для банкиров // Інвестгазета. – 2007. – 26 февраля-4 марта. – С.52-55.

10. Пархомчук Д., Шахматова Т. Комиссия для устрашения // Інвестгазета. – 2007. – 5-11 марта. – С.38-39.

11. Некрутенко А. Не умом, а силой // Інвестгазета. – 2006. – 6-12 ноября. – С.36-37.

Надійшла 23.04.2008 р.

УДК 658.14/17 (477)

М. В. ЧУХРІЙ

Хмельницький національний університет

ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВ І ДЖЕРЕЛА ЇХ ФОРМУВАННЯ

Господарська діяльність підприємств різних форм власності супроводжується складною системою грошових відносин, що створюють фінансові ресурси. Формуються фінансові ресурси у всіх підрозділах суспільного виробництва, потім відбувається їх розподіл і цілеспрямоване використання через грошові фонди цільового призначення.

Безперервне формування фінансових ресурсів, їх раціональне використання мають величезне значення, оскільки фінансові ресурси є найважливішим грошовим джерелом розширення виробництва, зростання матеріального і культурного рівня життя народу. Зниження об'єму фінансових ресурсів може обмежити можливості цілеспрямованої дії фінансів на розвиток економіки, вирішення актуальних економічних і соціальних завдань. Воно веде до скорочення масштабів інвестицій у виробничу і соціальну сфери, зменшенню фонду споживання у складі національного доходу. Брак фінансових ресурсів приводить до незбалансованості натурально-речової і вартісної структури суспільного виробництва, різного роду диспропорціям [4].

Об'єм і структура фінансових ресурсів безпосередньо пов'язані з рівнем розвитку виробництва, його ефективністю. Постійне зростання і вдосконалення виробництва служать основою збільшення фінансових ресурсів. Проте останніми роками динаміка фінансових ресурсів характеризується негативною тенденцією – постійним диспропорціями пов'язаними з уповільненням або зростанням темпів їх розвитку. Причина цього полягає в кризових явищах в економіці нашої країни, що негативно позначилися на динаміці валового національного продукту і приведенного національного доходу, об'ємі промислової продукції і інших найважливіших показниках соціально-економічного розвитку.

Фінансова система як елемент включає фінансові фонди, що складаються з грошових, основних, оборотних фондів, статутного капіталу. Для фінансів підприємства як неподільний елемент системи є фінанси його структурного підрозділу, для яких, у свою чергу, неподільний елемент системи представлений фінансовими ресурсами.

Термін "Фінансові ресурси" широко використовується в економічній літературі і на практиці. У нього вкладають різні значення — від величини грошових коштів на рахунках в банку і інших рахунках до інших складових частин балансу підприємства. Однозначне і обгрунтоване тлумачення суті даної фінансової категорії важливе не тільки для теорії, але і для практичного здійснення фінансової роботи на підприємстві.

Класичне визначення фінансових ресурсів припускає їх приналежність до складової частини ресурсів грошово-кредитної і бюджетної системи, які використовуються для безперервного функціонування і розвитку народного господарства, витрачаються на соціально-культурні заходи, потреби управління і оборони, — має дещо застарілий підхід. На жаль, вітчизняна економічна наука до теперішнього часу ще не має загальноприйнятої точки зору щодо цього визначення. Всі існуючі підходи до визначення фінансових ресурсів як категорії можна згрупувати в два напрями: з позиції погляду на підприємства як на суб'єкти господарської діяльності макроекономічного рівня і з позиції мікрорівня — так званий "погляд зсередини". За визначенням Коробова М.Я. [3], фінансові ресурси підприємств — це грошові фонди цільового призначення, які формуються в процесі розподілу і перерозподілу національного багатства, сукупного суспільного продукту, національного доходу, і використовуються в статутних цілях підприємства, що є типовим прикладом першого напрямку. До представників поглядів другого напрямку можна віднести Варналій В.С. [2], який характеризує фінансові ресурси як грошові кошти і надходження, що знаходяться у розпорядженні суб'єктів господарювання і призначені для виконання фінансових зобов'язань, ведення розширеного відтворення і економічного стимулювання працівників. Найбільш систематизованим до визначення фінансових ресурсів є підхід Балабанова І.Т. [1]: "Це грошові кошти, що є у розпорядженні господарюючого суб'єкта, що направляються на розвиток виробництва, утримання об'єктів невиробничої сфери, споживання, а також ті, що залишаються в резерві".

Фінансові ресурси, призначені для розвитку виробництва (купівля сировини, товарів, предметів праці, робочої сили, інших елементів виробництва) є капіталом в його грошовій формі. Таким чином, капітал — це частина фінансових ресурсів або гроші, пущені в оборот і приносять доходи від цього обороту. Оборот грошей

здійснюється шляхом вкладення їх у виробництво, підприємництво, передачі в позику. Капітал — це багатство, що використовується для його власного збільшення, тільки вкладення капіталу в господарську діяльність, його інвестування створює прибуток. Обговорення проблеми капіталу в економічній літературі часто стосується поглядів класиків, так, загальну формулу капіталу К.Маркса Г-Т-Г' трактують: Г — грошові кошти, авансовані інвестором; Т — куплені засоби виробництва, робоча сила і інші елементи виробництва, що мають форму товару; Г' — грошові кошти, отримані інвестором від продажу товару і що включають дохід. При цьому (Г' - Г) — дохід інвестора, (Г' - Т) — сума виручки від продажу товару, (Г - Т) — витрати інвестора на покупку товару. Відмітимо, що визначення К.Маркса базується на припущенні, що вартість праці, як товару, завжди більше витрат на його придбання і саме це припущення не дає інструментарія для дослідження фінансових моделей сучасної економіки.

На практиці іноді узагальнюються поняття фінансових ресурсів, грошових коштів і грошових фондів, що є необґрунтованим, тому що грошові кошти набагато більші фінансових ресурсів, що є складовою тільки частини грошових коштів і які знаходяться в обороті підприємства. У свою чергу грошові фонди є стабільними і сформованими у вигляді фондів цільового використання частиною фінансових ресурсів.

Фінансові ресурси необхідні перш за все суб'єктам господарювання. У них формуються децентралізовані фінансові ресурси, що використовуються на витрати по розширенню виробництва (наданню послуг) і задоволенню соціально-культурних запитів працівників. Утворювані за рахунок децентралізованих фінансових ресурсів цільові грошові фонди спрямовують на капітальні вкладення, збільшення оборотних коштів, фінансування науково-технічних досягнень, проведення природоохоронних заходів, забезпечення потреб соціального характеру. Здійснення цих витрат за рахунок використання фінансових ресурсів дозволяє забезпечити грошовими коштами відтворювальний процес на мікрорівні.

Питання про формування джерел фінансових ресурсів є дискусійним. Так, на думку професора Родіонова В.М. [5] ними є власні і привнесені до них засоби, мобілізація ресурсів на фінансовому ринку, надходження грошових коштів від фінансово-банківської системи в порядку розподілу.

Не можна не відмітити, що за умови включення до складу власних джерел суми валового прибутку відбувається штучне скорочення розміру фінансових ресурсів, оскільки валовий прибуток включає значну суму виплат, податків і інших фінансових зобов'язань. Відомо, що джерелом платежів і відрахувань є не тільки прибуток, оскільки частина їх відноситься на собівартість продукції, отже, основним джерелом формування власних фінансових ресурсів є не прибуток, а валовий дохід. Одночасно викликає сумнів в щодо обґрунтованості включення в джерела формування фінансових ресурсів виручки від реалізації вибулого майна і інших грошових коштів в порядку вторинного перерозподілу. Об'єктивнішою, на наш погляд, є позиція, що характеризує як джерело тільки частину виручки, за виключенням з її суми величини оборотних коштів, авансованих в процесі виробництва в сировину, матеріали, паливо, електроенергію.

Класифікація джерел формування фінансових ресурсів також має дворівневу ієрархію: джерелами формування фінансових ресурсів на загальнодержавному рівні є національний дохід, а на рівні підприємства — валовий дохід і амортизація.

Фінансові ресурси господарюючих об'єктів відповідно до джерел їх формування поділяють на три групи: власні, позикові і залучені. Відмінними критеріями кожної з цих груп джерел можуть виступати рівень відповідальності, участь в підсумках роботи підприємства і претензії власників капіталу на майно у разі ліквідації підприємства. До першої групи відносять доходи і надходження, які створюються за рахунок власних і привнесених до них засобів. Доходи: прибуток від основної діяльності, прибуток від виконаних науково-дослідних робіт і інші цільові доходи, прибуток від фінансових операцій, прибуток від будівельно-монтажних робіт, що виконуються господарським способом, інші доходи. Надходження: амортизаційні відрахування, виручка від реалізації майна, цільові надходження, мобілізація внутрішніх ресурсів в будівництві, пайові і акціонерні внески членів трудового колективу, інші надходження. До другої групи відносять засоби, які мобілізуються на фінансовому ринку, а саме: продаж власних акцій, облігацій і інших видів цінних паперів, а також різного роду кредитні інвестиції. До третьої групи належать засоби, що поступають від фінансово-банківської системи в порядку перерозподілу. До таких джерел відносять фінансові ресурси, які формуються на пайових умовах, страхове відшкодування ризику, фінансові ресурси, що поступили від концернів і асоціацій, дивіденди і відсотки від цінних паперів, інших емітентів, бюджетні субсидії.

Формування і використання фінансових ресурсів може здійснюватися в двох формах: фондовій і не фондовій. На загальнодержавному рівні централізовані фінансові ресурси формуються і використовуються переважно за допомогою бюджетних і позабюджетних грошових фондів цільового призначення, таких, як соціальне страхування, пенсійний фонд, фонд зайнятості населення, дорожні фонди.

На рівні підприємства фінансові ресурси у фондовій формі представлені фондом оплати праці, фондами розвитку виробництва і матеріального заохочення, не фондові — платіжними зобов'язаннями перед бюджетом і банками.

Головними критеріями оптимізації співвідношення внутрішніх і зовнішніх джерел фінансування виробничо-фінансової діяльності виступають: 1) необхідність забезпечення високої фінансової стійкості підприємства; 2) максимізація суми прибутку від інвестиційної діяльності, що залишається у розпорядженні первинних засновників підприємства, при різних співвідношеннях внутрішніх і зовнішніх джерел фінансування цієї діяльності.

В процесі оптимізації структури джерел фінансування необхідно враховувати наступні основні

особливості кожної групи.

Внутрішні джерела фінансування характеризуються такими позитивними рисами, як простота і швидкість залучення, висока віддача по критерію норми прибутковості капіталу (не вимагає сплати відсотків), що інвестується, зниження ризиків неплатоспроможності і банкрутства підприємства, збереження управління в руках засновників. Разом з тим, їм властиві наступні недоліки: обмежений об'єм залучення і, отже, обмежені можливості розширення інвестиційної діяльності.

Власних фінансових ресурсів на реалізацію дорогих заходів щодо технічного переозброєння у підприємств не вистачає, що негативно позначається на термінах оновлення промислово-виробничих основних фондів і інтенсифікації виробництва.

Конкуренція підприємств в умовах цивілізованого ринку диктує необхідність напряму ними інвестицій на розширення виробничого капіталу. Тому для підприємств доцільні інновації технологічних процесів виробничої діяльності, визначені ринком і опосередковані споживанням і інвестиціями, направлені на зміни номенклатури продукції, що виробляється, вдосконалення управління, соціальної і екологічної діяльності.

Зовнішні джерела характеризуються вищим об'ємом їх залучення, що значно перевищує об'єм власних інвестиційних ресурсів. До недоліків цього виду джерел можна віднести складність залучення і оформлення, необхідність надання гарантій, часткову втрату прибутку від інвестиційної діяльності у зв'язку з необхідністю сплати відсотків і втрату централізації в управлінні діяльністю підприємства.

В процесі формування і становлення в нашій країні ринкової економіки виникає і складається інвестиційний ринок. Це пов'язано з розвитком і лібералізацією інвестиційної діяльності на всіх напрямках і сферах народного господарства. Як відомо, метою інвестиційної діяльності є отримання доходу від довгострокових вкладень капіталу в різні галузі господарювання у формі фінансових і реальних інвестицій. Мова йде про реальні інвестиції, тобто вкладення в основний капітал в частині приросту матеріально-виробничих запасів, оскільки частка цього роду інвестицій в загальному їх об'ємі невелика.

В даний час формування ринку реальних інвестицій в значній мірі обумовлене різким скороченням централізованих і державних вкладень, виникненням умов конкуренції між суб'єктами господарської діяльності, наданням рівних прав і можливостей в здійсненні інвестиційної діяльності, незалежно від форм власності, регіональній і галузевій приналежності юридичним особам, громадянам, включаючи залучення іноземного капіталу. Це повинно привести до активізації інвестиційного іноземного капіталу, активізації інвестиційних об'єктів, що є одним з основних умов виходу з нинішньої економічної кризи і створення передумов для стабілізації розвитку економіки.

В період економічних перетворень основними макроекономічними чинниками, які перешкождали пожевленню довгострокових реальних інвестицій, вважалися: висока інфляція, загальний характер виробництва, відсутність чіткого механізму державного регулювання інвестиційної діяльності, недосконалість і нестабільність податкового законодавства. В даний момент ситуація дещо змінилася, що виражається в зниженні темпів зростання інфляції, зростання виробництва збільшенні об'єму вкладень, направлених на розвиток виробничого потенціалу.

У цих умовах, коли обмежена сфера для ефективного вкладення інвестиційних ресурсів, на вершині інвестиційної активності сконцентрувалися підприємства тих галузей, які в умовах ринку володіють найбільшою стійкістю. Тому у підприємств виникає необхідність самостійно знаходити засоби для інвестування у власні виробничі потужності. У зв'язку з цим гостро постає питання про засоби і методи пошуку суб'єкта, який в змозі інвестувати капітал в розвиток того чи іншого напрямку виробництва.

Класичного стандартного механізму інвестицій не існує. Кожна країна застосовує тільки їй властивий і достатньо складний по набору складових його елементів механізм інвестиційного процесу, який відповідає структурі економіки, чинникам її розвитку.

Сьогодні основними учасниками сучасного інвестиційного ринку є фінансові посередники.

Ймовірно, протягом тривалого періоду часу банки залишатимуться найсильнішими в Україні фінансовими посередниками. Їх активи, кількість філій і відділень створюють базу і інфраструктуру для інвестиційної діяльності, хоча вони і недостатні для потрібної інтенсивності інвестицій.

Таким чином, кожен вид джерела формування інвестиційних ресурсів має свої переваги і недоліки. Відомо, що підприємство, що використовує тільки власні засоби, обмежує можливості зростання їх рентабельності і власного виробничого і фінансового потенціалу. Підприємство, що використовує для фінансування активів можливості ринку інвестиційних ресурсів, має більше можливостей для прогресивного розвитку і виживання в умовах нестабільності, проте при цьому воно і більш схильне до ризику.

Основні джерела формування фінансових ресурсів підприємств і напрями їх використання представлені в табл. 1.

До основних джерел формування фінансових ресурсів відносять прибуток, амортизаційні відрахування, кредиторську заборгованість, що постійно знаходиться у розпорядженні господарюючого суб'єкта, засоби, отримані від продажу цінних паперів, пайові, страхові внески і внески до пенсійного фонду, кредит і позики, засоби від реалізації заставних свідоцтв страхового поліса (тобто майна) і інші надходження грошових коштів (за рахунок пожертв, добродійних і спонсорських внесків).

Серед напрямів використання фінансових ресурсів розрізняють прямі і портфельні інвестиції, венчурний капітал і аннуїтет. Прямі інвестиції це вкладення в статутний капітал господарюючого об'єкту з метою отримання доходу і прав на участь в управлінні даним господарюючим суб'єктом. Портфельні інвестиції пов'язані з

формуванням активів і є придбанням цінних паперів, це сукупність зібраних воедино різних інвестиційних цінностей які слугують інструментом для досягнення конкретної інвестиційної мети вкладника. Венчурний капітал - це ризикові інвестиції, представлені у формі випуску нових акцій і виконувани в нових сферах діяльності. Аннуїтет - це інвестиції, що приносять вкладникові певний дохід через регулярні проміжки часу, в основному, це вкладення засобів до страхових і пенсійних фондів.

Особливу увагу необхідно приділити джерелам фінансування підприємств малого бізнесу, що набувають істотного значення останнім часом в Україні. Розрізняють чотири основні напрями утворення стартового капіталу подібних підприємств: за рахунок особистих (сімейних накопичень), банківське кредитування, фінансування за рахунок спеціальних фондів і програм, і засобів, що залучаються з-за кордону. Перші два джерела фінансування малого підприємства забезпечують в основному його поточну діяльність і поповнення оборотних коштів. Відносно новим для нашої економічної практики і що вимагає подальшого освоєння і активного використання є випуск і обертання цінних паперів.

На наш погляд, ще в меншому ступені, ніж само поняття фінансових ресурсів, освітлені проблеми необхідної їх кількості. А тим часом, для ефективного управління менеджеріві необхідно знати не тільки, яка сума грошей необхідна підприємству на довгостроковому етапі розвитку, але і на короткостроковому етапі — для оперативного управління — щомісячно, щонеділі, повсякденно. Який повинен бути критерій вимірювання потреби у фінансових ресурсах? Очевидно, економічна думка повинна була виробити показник, що дозволяє визначити мінімальну потребу у фінансових ресурсах для безперебійної роботи господарського механізму.

Розглядаючи цю проблему, необхідно звертатися до зарубіжного досвіду, де використовується категорія граничного доходу або додаткової маржі (контрибуційному прибутку), яка визначається як різниця між виручкою і сумою змінних витрат.

Покажем в цьому випадку є те, що величина фінансових ресурсів може вважатися достатньою при покритті ними суми постійних витрат. Відмітимо, що постійні витрати - це ті ж витрати на амортизаційні відрахування, орендну плату, тобто що не вимірюються впродовж короткострокового періоду із зміною об'єму виробництва.

Але у такому разі можна припустити, що фінансові ресурси можна класифікувати не тільки за джерелами їх створення і напрямом використання, але і по ступеню їх необхідності: на потрібних для підтримки функціонального стану підприємства (постійна частина) і для здійснення безпосереднього процесу виробництва, тобто для забезпечення його сировиною, матеріалами, запасами (змінна частина).

Визначаючи необхідну кількість фінансових ресурсів, потрібно провести відмінності між фінансовими ресурсами і резервами: якщо фінансові ресурси можна охарактеризувати, як сукупність грошових коштів, що є у держави або підприємства в кожен окремий момент часу, то фінансові резерви є недоторканною частиною цих ресурсів, яка може почати свій рух тільки за певних умов. Таким чином, функція фінансових резервів полягає в регулюванні розподілу і перерозподілу фінансових ресурсів. Відповідно до законодавчих актів підприємства можуть створювати резерви на такі цілі, як оплата відпусток працівників і винагород за вислугу років, що включає відрахування з цих сум на державне і соціальне страхування; виробничі витрати для підготовчих робіт на підприємствах з сезонним виробництвом; подальші витрати для ремонту. Інші резерви можуть створюватися тільки з відома Міністерства фінансів України.

Ряд авторів класифікують резерви на цільові і загальні. Цільові створюються в тих випадках, коли виділяються певні суми для компенсації збитків від конкретної заборгованості, для чого необхідною умовою є щорічне виявлення на основі аналізу інформації про заборгованість певних неплатоспроможних дебіторів. Загальні резерви виділяються щорічно на випадок покриття безнадійних боргів.

Таблиця 1

Склад джерел фінансових ресурсів і напрями їх використання

Джерела фінансових ресурсів	Використання фінансових ресурсів						
	капіта				інвестиції в невиробничу сферу	витрати на споживання	фінансовий резерв
	прямі інвестиції	венчурний капітал	портфельні інвестиції	аннуїтет			
Прибуток	+				+	+	+
Амортизаційні відрахування	+				+		+
Кредиторська заборгованість, що постійно знаходиться у розпорядженні господарського суб'єкта	+	+			+	+	
Засоби, отримані від продажу цінних паперів		+	+				+
Пайові і інші внески членів трудового колективу, юридичних і фізичних осіб	+				+	+	+
Страхові внески до пенсійного фонду				+			
Кредит і позички	+	+			+	+	
Засоби від реалізації майна			+				
Інші надходження грошових коштів	+				+	+	+

З метою збалансованого надходження і витрачання фінансових коштів в процесі виробничо-господарської або комерційної діяльності підприємства, підвищення ефективності інвестиційних проектів або модернізованого виробництва необхідна розробка цілісної концепції в галузі регулювання фінансових ресурсів. Вона повинна дозволити на основі аналізу фінансово-економічної ситуації розробляти комплекс заходів розподілу фінансових ресурсів, за допомогою яких можна було б забезпечити найбільш ефективне використання обмеженого набору ресурсів, в першу чергу, фінансових з метою оптимізації заздалегідь вибраного критерія. Таким критерієм може служити максимум прибутку від реалізації товарів і послуг, мінімум збитків від виробничо-господарської або комерційної діяльності, максимум виробництва продукції або послуг, що надаються. В даний час практично відсутні серйозні і глибокі розробки в галузі управління фінансовими ресурсами, які були б здатні, з одного боку, врахувати специфіку функціонування окремих підприємств, а з іншого боку, — бути здатним оперативним і адекватно реагувати на швидку зміну ринкової кон'юнктури. Складність таких завдань посилюється індивідуальними особливостями функціонування підприємств в умовах реальних ринкових відносин.

Підвищення економічної ефективності виробництва, оздоровлення державного бюджету і фінансів підприємств багато в чому залежить від раціонального використання джерел формування фінансових ресурсів як на рівні підприємства, так і на рівні держави, що є одним з найважливіших завдань фінансового менеджменту, основним правилом якого є постійне прагнення до стійкості всієї фінансової системи.

Література

1. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом? – М.: Финансы и статистика, 1995. – С. 18–78.
2. Варналий В.С. Актуальные проблемы финансов малого предпринимательства Украины // Финансы Украины. – 1996. – № 10. – С. 28.
3. Ковалев. А.И., Привалов В.П. Анализ финансового состояния предприятия. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1997. – С. 285.
4. Никбахт Е., Пропелли А. Финансы: Пер. с англ. – К.: Основа. 1993. – С. 3–29.
5. Родионов В.М. Финансы. – М.: Финансы и статистика, 1995. – 431 с.

Надійшла 16.04.2008 р.

УДК 001.8:061

Т. О. СКРИПКО, О. О. ЛАНДА
Львівська комерційна академія

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗГІДНО З ЗАКОНАМИ ЇЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Одним із важливіших законів життєдіяльності організації виступає онтогенез, тобто організація як і будь-яка матеріальна система проходить певні етапи життєвого циклу. Зникнення організацій, а також поява нових можна пояснити з точки зору даного закону. У багатьох випадках деградація (припинення) діяльності організації спричинені відсутністю стратегії заохочення інноваційної активності, грамотно проведеної реструктуризації чи істотними помилками менеджменту. Якби керівництво проблемної організації знало закономірності протікання кожної фази циклу, могло би протидіяти і недопустити занепаду.

Очевидно, що питання управління життєвим циклом відносяться до стратегічних задач. Однак у загальному вигляді ця задача не формулюється, частіше мова йде про розвиток організації або про її реорганізацію. У даному контексті розвиток означає рух у напрямку стадії розвитку чи зрілості, а реорганізація – це спроба перейти зі стадії старості у стадію розвитку.

На даний час організаційному розвитку теоретиками і практиками менеджменту приділяється велика увага. Як правило, під ним розуміються певні цілеспрямовані зміни, що вводяться керівниками з метою збільшити ефективність роботи організації. При цьому одні організації розвиваються динамічніше та більш успішно, ніж інші.

Життєвий шлях кожного підприємства унікальний і не схожий на інші. Більше того, для багатьох підприємств він може виявитися значно коротшим. Деякі фірми вмирають, навіть не народившись, тобто на стадії ідеї чи ж до одержання документів про офіційну реєстрацію. Якщо підприємство розвивається, період успішного функціонування може обчислюватися роками, десятиліттями і навіть століттями. Це пов'язано, в першу чергу, з правильною інноваційно-інвестиційною стратегією, продуманим і результативним маркетингом, високою внутрішньою культурою, позитивним соціально-психологічним кліматом у колективі і своєчасними організаційно-структурними перетвореннями. Заохочення до інноваційної активності та підвищенні продуктивності праці спричиняють інноваційні інвестиції, без них підприємство швидко відстає від конкурентів, а його життєвий цикл різко скорочується.

З огляду на вищезазначені обставини, тема статті є дуже актуальною. Метою дослідження виступає

вивчення теоретико-методологічних і практичних аспектів життєвого циклу організації для розробки стратегії заохочення інноваційної активності.

В даний час у літературі існують різні підходи до виділення етапів і циклів розвитку соціально-економічних систем. У розвитку соціально-економічної системи організації існує безліч циклів, вони переплітаються, накладаються чи розходяться різними своїми фазами, тому і становить певні труднощі дослідження процесів функціонування соціально-економічних систем і тенденцій їхнього розвитку. Використання інноваційних технологій, програмних продуктів для активізації процесів стабільного розвитку сьогодні не питання моди, але й лідерства і створення конкурентних переваг, високого рейтингу вітчизняних підприємств в найближчому майбутньому. Проблему вивчення життєвого циклу організації і управління ним піднімали такі науковці як Н.І. Кабушкін [1], П. Милгром, Дж. Робертс [2]. Формування наукового підходу виявлення і прогнозування економічної циклічності закладено у працях М.Д. Кондратьєва, Й. Шумпетера [3, 4]. Дана проблема висвітлена у сучасних роботах колективу авторів, очолюваного доктором економічних наук проф. А.В. Коротковим [5], а також російськими вченими А.П. Панкрухіним, А.Л. Гапоненко [6]. У роботах цих вчених вирішений ряд теоретичних і прикладних задач щодо формування категорійно-понятійного апарату теорії організації, пристосування організації до зовнішнього середовища, проте недостатня, на нашу думку, увага приділяється діагностуванню змін у стані фінансових і економічних ресурсів на різних стадіях життєвого циклу організації. З огляду на це ми поставили завдання запропонувати пропозиції для заохочення інноваційних змін.

З погляду філософії, розвиток — це необоротна, спрямована, закономірна зміна матерії і свідомості. Розрізняють дві форми розвитку: еволюційну, пов'язану з поступовими кількісними і якісними змінами та революційну, що характеризується неусвідомленим стрибкоподібним переходом від одного стану матерії до іншого.

Розвиток організацій (прогресивний або регресивний) зумовлений наступними факторами: змінами зовнішнього та внутрішнього середовища, потребами й інтересами людини (наприклад, потреба у самовираженні) і суспільства (потреба в додатковому продукті), технічним прогресом, глобальною інтеграцією. Етапи життєвого циклу організації можна поділити на два види: статичний і динамічний. Статична група містить у собі дві фази: поріг нечутливості (період з підготовки документів, реєстрації і створення організації) і ліквідації. Динамічна група онтогенезу включає етапи розвитку, зростання, зрілості, насичення, згасання.

В даний час у літературі існують різні підходи до виділення етапів і циклів розвитку соціально-економічних систем. У розвитку соціально-економічної системи (організації) існує безліч циклів. Вони переплітаються, накладаються чи розходяться різними своїми фазами. Тому і становить певні труднощі дослідження процесів функціонування соціально-економічних систем і тенденцій їхнього розвитку.

Один з найбільш раціональних підходів полягає у виділенні п'яти- чи шестистадійного циклу розвитку. Кожному з етапів відповідають визначені особливості стану соціально-економічної системи. Що мають фази активної діяльності, пов'язані з ростом, насиченням і спадом господарської діяльності. Кожному з етапів відповідають особливості стану соціально-економічної системи підприємства.

Перший етап – експлерентний – характеризує народження в ринковому середовищі, формування первісної структури. Це етап латентного розвитку майбутньої організації., оскільки ще не сформовано ані склад внутрішніх елементів, ані налагоджено бізнес-процеси, проте вже тривають дослідження і виникають ідеї на предмет попиту на її продукції чи послуг. Ризик полягає в тому, що організація може зникнути на цьому етапі її виникнення, тоді здебільшого загрожують зовнішні економічні причини. На даному етапі життєвого циклу мотивуючими факторами інноваційної активності, на нашу думку, виступають:

- харизматичність керівника, який очолює колектив;
- згуртованість колективу;
- мобільність і гнучкість до інновацій;
- прості організаційні зв'язки та раціональна структура;
- мобільність, взаємозамінність фахівців щодо освоєння інновацій;
- спеціалізація наукових та аналітичних досліджень;
- креативність працівників та наявність у організації інтелектуальних продуктів.

За умови розробки та реалізації вдалої стратегії, подолання загроз, організація продовжує зростати і вступає у новий етап — патієнтний. У зв'язку з тенденціями росту він вимагає перебудови структури, диференціації функцій управління, підвищення ефективності діяльності. На даному етапі відбувається зміцнення своїх ринкових позицій, вироблення конкурентної стратегії. Динамічно збільшуються кількісні показники (обсяг виробництва, продаж, прибутку тощо) однак на даній фазі онтогенезу також високий рівень ризику і необхідно дбати про заохочення інноваційної активності персоналу, адже в протилежному випадку виникне кризова ситуація внаслідок: значних розбіжностей у колективі; лімітованості кадрового потенціалу, а також недостатньо високої технічної оснащеності виробничих потужностей. Проблемою може стати невміння формувати потреби ринку, виходячи зі своїх можливостей. Специфічні труднощі на експлерентному етапі можуть бути спричинені проблемою перетворення інтелектуального продукту в інтелектуальну власність.

Після закріплення на ринку за рахунок наявних достатніх технологічних і фінансових можливостей відбувається подальший розвиток у формі освоєння нових ринків збуту, організації нових видів діяльності, інноваційних технологій.

Третій етап розвитку організації називається віолентним. У цей період організація досягає зрілого стану, стійкого становища на ринку. Конкурентоспроможність її висока, вона почуває себе впевнено. Фірми-віоленти — це фірми із силовою стратегією, працюють, як правило, в галузі великого бізнесу, характеризуються високим рівнем освоєної технології, великими обсягами продукції.

У процесі розвитку в організації нерідко з'являється недолік втрати колишнього динамізму (їхнє становище називають позицією «могутнього слона»). Внаслідок великих розмірів, диверсифікації ускладнюється управління, оперативність реагування на зміни тощо.

Перелічені проблеми можуть спровокувати перетворення організації в деструктурований віолент, спричинивши перехід до четвертого етапу життєвого циклу – комутантного. Він являє собою занепад, старіння, коли найбільш значимі параметри життєдіяльності помітно погіршуються, а прогресивний розвиток не відбувається. Організаційна структура має тенденцію до спрощення, згортання, а конкуренти займають більший простір і більш ефективні.

Комутанти орієнтуються на задоволення конкретних регіональних потреб, виживають завдяки індивідуалізованому підходу до клієнтів, напрацюванням попереднього періоду існування.

П'ятий етап називається леталентним і характеризується деструктуризацією організації, припиненням існування в колишньому вигляді.

Життєві цикли підприємств, як правило, не збігаються з економічними циклами, життєвими циклами продуктів, життєвими циклами технологій і вимагають ретельних досліджень та розробки стратегії заохочення інноваційної активності. Окрім такого закону життєдіяльності організації, як онтогенез, відомий закон самозбереження. Стійкість управління як властивість системи зберігати свій первісний стан спокою є одним з найважливіших для будь-якої системи, у тому числі і для систем управління.

Вважаємо, що для заохочення інноваційної активності та забезпечення стійкості організації необхідні безперервність управління, чіткі і послідовні дії персоналу.

З точки зору стратегічного менеджменту інноваційну активність можна забезпечити за рахунок: техніко-технологічної, організаційно-економічної, фінансової, маркетингової стійкості. Причому фінансова стійкість відіграє роль результуючої категорії.

Для визначення достатніх умов стійкості застосовують метод функцій Ляпунова, достатні частотні критерії абсолютної стійкості запропоновані математиком В.М. Поповим. Поряд з точними методами досліджень на практиці застосовуються наближені методи, засновані на використанні функцій, що описують, наприклад, методи гармонійної чи статичної лінеаризації. Стійкість систем при впливі на них випадкових збурювань вивчається теорією стійкості стохастичних систем.

Варто розрізняти стійкість системи управління, системи показників і стійкість функціонування самого підприємства, що залежить від ряду показників, життєвого циклу підприємства й етапу цього життєвого циклу, а також ряду інших причин.

Крім того, стійкість управління характеризує розтягнутість циклу управління. Чим оперативність управління вища, тобто відповідно тривалість циклу управління менша, тим і більш ефективний вплив системи управління на поведінку об'єкта.

Важливим фактором стійкості підприємства є організаційна та управлінська гнучкість. Гнучкість управління забезпечується застосуванням відповідних алгоритмів управління, а також різними технічними й організаційними заходами.

Можливість кризи і підвищення імовірності її настання виникає в перехідні періоди розвитку фірми, у періоди між етапами циклу розвитку. Такі періоди можна розглядати у вигляді міжетапних процесів переходу фірми з одного стану в інший. Виникнення потенціалу розвитку народжує небезпеку кризи. Криза характеризує ключове протиріччя розвитку. Але не завжди це небезпека руйнівної кризи. Це може бути криза відновлення, криза прискорення, криза пошуку чи криза спаду в економіці.

Квазистабільний (удавано стабільний) стан і криза виступають стійкими антагонізмами в розвитку будь-якої системи.

Треба враховувати, що будь-яке нововведення веде до дестабілізації системи (у більшій чи меншій мірі), хвилювання, занепокоєння і є свого роду кризою.

Виникнення потенціалу нової фірми, як правило, пов'язане з загальною економічною ситуацією в регіоні чи країні, де передбачається її дія. У цей період відбувається народження ідеї, перші кроки з її реалізації, підвищена підприємницька активність, але і підвищена імовірність помилок керівництва при прийнятті важливих рішень. Існує загроза появи на ринку сильних конкурентів. Основними ризиками в період першої стадії онтогенезу виступають:

- нестабільність внутрішніх міжособистісних і міжгрупових відносин в організації;
- низька або недостатньо висока якість технічної організаційно-технологічної підготовки виробництва;
- некомпетентність функціональних підрозділів у плануванні, забезпеченні і реалізації прийнятих рішень;
- невизначеність у виборі місії організації і методах її досягнення;
- неправильна чи недостатньо продумана інноваційна політика;
- помилки і промахи в маркетинговій політиці;

- недосконале планування (недостатня гнучкість і еластичність);
- помилки в інвестиційній політиці;
- недостатня увага до внутрішніх змінних в організації;
- незнання законів і закономірностей функціонування організації;
- відсутність належної уваги до стратегічного планування;
- відсутність необхідного резерву для безкризової роботи організації;
- відсутність знань в галузі оперативного планування і управління виробництвом.

Звичайно ж, наведені причини не охоплюють, та й не можуть охопити, усі випадки, що призводять до кризи. Головне, що відсутність на їх основі превентивної політики, здатної передбачати чи хоча б пом'якшувати можливість настання кризової ситуації призведе до смерті молоді організації.

Кризи при виникненні експлерентів, як правило, незначно впливають на загальну ринкову ситуацію в окремій країні чи в окремому регіоні. Це пов'язане з тим, що ці фірми здебільшого мають нечислений персонал, їх ринкові позиції незначні, вони готові до невдачі. У багатьох країнах існує державна підтримка таких фірм (мале підприємство), тому що вони є важливою сферою підприємницької активності в галузі інновацій, реагування на зміни потреб і попиту. Але якщо кількість експлерентів, що потрапляють у кризову ситуацію, починає перевищувати критичну масу, можуть виникнути негативні, так звані системні (емерджентні і синергічні) ефекти, що роблять вже істотний вплив на життєдіяльність окремого регіону, соціальну напруженість у ньому.

Через те, що ці фірми невеликі за кількістю зайнятих і часто безприбуткові, особливо на початку своєї діяльності, вони не можуть містити окрему структурну одиницю, що спеціалізується на прогнозуванні запобігання і мінімізації втрат від кризи. Тому менеджери експлерентних фірм повинні володіти азами прогнозування, теорії криз і бути економічно грамотними.

Без перерахованих знань успіх діяльності фірм малоімовірний. Уміння менеджерів прогнозувати і запобігати можливим кризам все більше й більше стає значним фактором в успіху економічної, маркетингової і взагалі управлінської діяльності. Тому необхідно приділяти велику увагу спеціальній підготовці з антикризового управління менеджерів різних фірм, але особливо тих, у яких існує підвищена небезпека виникнення кризи, ризикованих компаній.

Таким чином, організаційний розвиток – природний, закономірний процес, він фактично і є життєвим циклом організації. Такий підхід обумовлений тим, що поняття «життєвого циклу» допомагає виділити етапи, через які проходить організація, і прогнозувати проблеми, характерні при переході від одного етапу до іншого. В процесі вивчення терміну організаційний розвиток нами виявлено три важливіших аспекти:

- природний процес якісних змін в організації;
- зміни у кількісному і якісному складі персоналу внаслідок інновацій;
- стратегія управлінського консультування, розрахована на зміни у соціальних відносинах, організаційній культурі, структурі організації з метою поліпшити адаптацію організації до сучасних вимог.

Окремі науковці виділяють два основних погляди на механізм і логіку життєвого циклу організацій. Згідно першого, механізми організаційного розвитку спираються на раціональну діяльність менеджерів, які розробляють і реалізують проекти реконструкції організації. Друга точка зору сфокусована на логіці організаційного розвитку, виходячи з уявлень про організацію як про систему, що здатна до самоорганізації і розвивається за об'єктивними законами. Слід відмітити, організаційний розвиток – результат свідомих, радикальних і прогресивних змін, які впливають на способи й умови функціонування організацій. Однак прогресивність змін принципово не піддається оцінці на основі об'єктивних критеріїв. Зміни зовнішніх умов і закономірностей є головними умовами організаційних змін.

Упровадження проектів розвитку організації без врахування природних процесів часто веде до порушення функціонування, а найчастіше і до знищення організації. Іншими словами, виникає проблема організаційної цілісності. Такі параметри, як вік і історія організації, її розмір, характер діяльності, технології, місце розташування організації, навколишнє середовище, людський фактор, організаційні цінності, стиль управління визначають, на якій саме стадії життєвого циклу знаходиться організація.

Література

1. Кабушкин Н. И. Основы менеджмента. – Остожье: Новое знание, 2006 – 336 с.
2. Милгром П., Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент. – В 2 т. – Пер. с англ. под ред. И.И.Елисейевой и В.Л.Тамбовцева, 1999. – Т.1. – 468с., Т.2. – 422с.
3. Кондратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики. – М.: Экономика, 1989. – 283 с.
4. Росту В.В., Кондратьев Н.Д., И.Шумпетер, С.Кузнец // Журнал экономической истории, 2005.
5. Коротков А.В. Управление маркетингом. – М.: ЮНИТИ, 2006. – 385 с.
6. Панкрусин А.П., Гапоненко А.Л. Теория управления: учебн. для вузов. Изд. 2. – С.Пб.: Питер, 2004. – 569 с.

Надійшла 09.04.2008 р.

УМОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

В даній статті розглянуто сучасні умови формування стратегії банківського маркетингу в Україні, а також банківський комплекс України, який являє собою складну систему, у якій крім фінансово-кредитних установ, створених резидентами, можуть бути представлені іноземні банки, філії та представництва.

Значення маркетингу в підприємницькій діяльності взагалі й у банківській сфері, зокрема, протягом ХХ століття постійно змінювалося. Розвиток інструментів та інститутів ринкової системи господарювання неминуче впливає на форми і методи управління господарюючими суб'єктами. Українські банки ще мало використовують маркетингові підходи у своїй діяльності, а якщо і використовують, то роблять це безсистемно. В основному маркетингова діяльність у більшості банків асоціюється лише з рекламною і ціновою політикою (відсотки за депозитами та кредитами). Саме для того, щоб маркетингова діяльність стала плановою, а сам маркетинг філософією банківської діяльності, необхідно застосовувати стратегічний підхід управління банківською діяльністю.

Тому ми вважаємо, що розгляд даного питання є актуальним для українських банків. Загальне правило застосування принципів маркетингу є таким: потреба маркетингу виникає на певних етапах розвитку ринкових відносин, коли витрати на запровадження його принципів у практику управління керування банком окупуються отриманими вигодами. Маркетинг не мода - він є дієвим інструментом різкого підвищення ефективності банківського бізнесу в цілком певному макроекономічному середовищі.

Проникнення іноземних банків у національну банківську систему може мати такі цілі: супровід клієнтів у країнах, де вони ведуть свій бізнес; прагнення розширити свій бізнес за рахунок більш дохідних ринків з більш слабкою конкуренцією та низьким рівнем податків; необхідність для банків бути представленими у визначених світових фінансових центрах; надання фінансової і технічної допомоги національній банківській системі країн з перехідною економікою.

Політика іноземних банків, здатних пакетно викуповувати статутні фонди українських банків, зосереджується переважно на високоліквідних операціях, що приваблюють широкими можливостями одержання прибутку. На 01.07.2007 р. кількість банків з іноземним капіталом, які вийшли на український ринок банківських послуг, склала 35 од. (2006 р. – 23 од.), у тому числі угорський OTP Bank (що викупив мережу «Райффайзенбанк-Україна»), французький BNP Paribas («Укрсиббанк»), італійський Banca Intesa (Укрсоцбанк), російські «Ренесанс-Капітал» (банк «Лідер»), «Російський стандарт» (АІС-Банк) і ВТБ («Мрія»), австрійський Erste Bank («Престиж»), чеська PPF Group («Агробанк»), фінансова компанія «Приват Кредит» («Приватінвестбанк»), грецький EFG Eurobank Ergasias («Універсальний»), ісландські інвестори Vostock Holding ehv. і Hraunbjarg ehv. («Львів»). Крім того, самостійно вийшли на вітчизняний ринок банківських послуг російські банки «Банк Москви», Зовнішторгбанк і турецькі ЗАТ «Вест Файненс енд Кредит Банк», Altinbas Holding Anonime Sirketi.

Однак присутність іноземних банків має і негативний вплив: виникнення проблем в області банківського нагляду, привнесення зовнішнього управління в національну банківську систему (при великій частці іноземних банків), витіснення більш технологічними та надійними закордонними банками місцевих банків з найбільш привабливих сегментів ринку. Так, наприклад, сучасний етап розвитку банківського ринку України характеризується недостатнім розвитком ринку банківських послуг для фізичних осіб, а необмежені перспективи до його розвитку спонукають банки до більш активного впровадження в цю сферу діяльності, розробки нових послуг для різних верств населення, удосконалення форм і методів обслуговування.

Для українських банків важливим завданням є забезпечення свого функціонування та розвитку на внутрішньому і зовнішньому ринках, посилення взаємодії з реальним сектором економіки, встановлення довірчих відносин з приватними особами.

Щоб зберегти своє місце на ринку, вітчизняні банки мають приділяти основну увагу таким напрямкам і тенденціям діяльності, як:

- впровадження більш ліберального банківського законодавства, поліпшення технологій, підвищення стратегічної цінності управління капіталами клієнтів, що створюють значні можливості та нові ризики для фінансового ринку;
- пропонування клієнтам повного пакету фінансових послуг, становлення Інтернету найважливішим інструментом інтеграції дешевих фінансових послуг;
- ліквідація вихідних днів у діяльності все більшої кількості банків;
- відсутність у більшості банків гнучкості й інноваційності, маркетингової системи цінностей;
- концентрація зусиль багатьох банків на введенні нових комісійних платежів ніж на підвищенні рівня задоволеності клієнтів.

Привабливість ринку банківських послуг, активна діяльність провідних банків, зростаюча експансія іноземних банків, а також швидкий розвиток обсягів нових банківських операцій створюють об'єктивні

передумови для подальшого посилення конкуренції. В умовах, коли банківські послуги характеризуються високим рівнем диференціації, а їх споживачі формують певні ринкові сегменти, одним із провідних факторів успіху є реалізація стратегії банківського маркетингу, що сприятиме найякіснішому та найповнішому задоволенню потреб існуючих і потенціальних клієнтів при одночасному досягненні банком високих економічних показників діяльності в довгостроковому періоді.

У рамках банківського маркетингу насамперед має здійснюватися практична реалізація цілей стратегічного порядку, спрямованих на перспективу, тобто вирішення тактичних завдань банку підпорядковується необхідності послідовного здійснення стратегічних підходів. Планування маркетингової стратегії повинно:

7.Грунтуватися на оцінці перспектив у сфері політики, економіки, технологій. Слід враховувати зовнішню кон'юнктуру, з тим щоб від вузької орієнтації переходити до глобальної.

8.Спиратися на сучасні методи прогнозування й аналізу, які допомагають відслідковувати нові тенденції. В умовах України доводиться починати не з вибору і встановлення цілей, а з аналізу сильних і слабких сторін у діяльності банку.

9.Бути вихідною функцією управління і важливим завданням у діяльності банку, щоб представити в умовах конкуренції позицію банку на майбутнє і по можливості її оптимізувати.

Для розробки і прийняття стратегічних і маркетингових планів потрібний аналіз загальної кон'юнктури банку та її прогноз. Нестабільність економічного розвитку, мінливі умови відтворення утруднюють прогнозованість багатьох процесів у зовнішньому операційному середовищі кредитних установ.

При стратегічному плануванні банківської діяльності важливим є:

7.Постійний облік фактора невизначеності.

8.Переоцінка пріоритетів проблем у залежності від зміни зовнішнього середовища.

9.Аналіз вихідної економічної ситуації банку, його сильних і слабких сторін, можливості швидкого реагування на виникаючі труднощі.

10.Визначення прав і обов'язків, системи взаємодії всіх зайнятих стратегічним плануванням людей і служб.

11.Облік стратегії конкурентів.

12.Оптимальне сполучення стратегії маркетингу зі стратегією розвитку банку в цілому.

13.Перебудова організаційних структур банку у відповідності зі стратегічними цілями.

14.Орієнтація на підвищення ефективності діяльності усього банку, а не тільки його складених одиниць;

15.Застосування різноманітних підходів.

Стратегія банківського маркетингу, яка забезпечить стійкі ринкові позиції сучасного банку, має здійснюватися за такими напрямками:

- дистанційне банківське обслуговування;
- обслуговування кредитної лінії ЄБРР;
- розвиток карткового бізнесу, збільшення кількості клієнтів-власників пластикових карток;
- діяльність банку на фондовому ринку;
- розробка ефективної організаційної структури банку;
- розвиток роздрібного бізнесу;
- удосконалення корпоративного бізнесу.

Проте слід зазначити, що вітчизняні банки в основному ще слабо розвивають стратегічний маркетинг. Основна проблема полягає у відсутності знань та практичних навичок у банківських фахівців для виконання специфічних функцій банківського маркетингу. Необхідними умовами для реалізації стратегії банківського маркетингу є наявність чітко сформульованого стратегічного плану банку, єдиної маркетингової інформаційної системи, а також структурного підрозділу, який планує, виконує та контролює напрямки маркетингової діяльності. Впровадження стратегії банківського маркетингу в практичну діяльність банків сприятиме створенню мікроклімату довіри серед населення та підприємств до фінансово-кредитних інститутів України.

Довгостроковий план розвитку банку містить формулювання головної лінії, яка визначає його діяльність, розробку та вибір основоположних ідей, цілей і основної стратегії, характер діяльності на перспективу, поліпшення використання ресурсів.

Для України слід відмітити, що робота з клієнтами банку вимагає не лише відповідної економічної підготовки, але і знань основ психології, права, вміння вести переговори, що відповідає посиленню консультативних функцій банку.

Література

1. Квартальні передбачення, №10. Видання Міжнародного Центру перспективних досліджень.- К., 2006. - С.6.
2. The ESOMAR HANDBOOK of market and opinion research. 4-th Edition. 2005. - P.895.
3. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження. Практичний аспект. - К.; М.; СПб.: Видавничий дім "Вільямс", 1998. - С.245-247.

УДК 658.1

Т. І. ЛЕПЕЙКО, К. В. КРИВОБОК
Харківський національний економічний університет

ОЦІНКА РІВНЯ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РОЗВИТКУ ТРАНЗИТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

В статті розглянуто оцінку рівня адаптації промислових підприємств Харківського регіону на основі коефіцієнта адаптації. Обґрунтовано механізм регулювання з використанням допомогою адаптаційних підходів системи управління підприємством.

В умовах становлення транзитивної економіки України відбуваються кардинальні перетворення — вони стосуються суспільного устрою держави, принципів організації виробництва, методологічних засад регулювання суспільних відносин. Проблеми адаптації в економіці висвітлюються в роботах таких авторів: Геєць В. М., Гриньова В. М., Забродський В. А., Клебанова Т. С., Кизим М. О., Пономаренко В. С., Пушкарь О. І., Тридіда О. М., та ін., які розглядають суть суперечності умов транзитивної економіки її соціальні наслідки [1 – 5]. Але за умов досить невеликого інвестиційного вибору слід давати пріоритети тим напрямкам розвитку підприємств, які будуть сприяти отриманню найбільш значущих результатів. В цьому сенсі постає питання вибору цих напрямків, але в економічній літературі не повно висвітлено це питання, тому нами здійснена спроба виділити перелік показників, провести їх ранжування [1, 2].

На нашу думку адаптаційні процеси в транзитивній економіці сприятимуть досягненню позитивних результатів у менеджменті підприємств та економіці країни, які вплинуть на поліпшення соціального становища.

Метою дослідження було обрано визначення найбільш значущих чинників, що впливають на адаптацію підприємства з застосуванням методів експертних оцінок.

Важливою складовою наукового аналізу суті державного регулювання, дослідження становлення, трансформації та результатів розвитку господарських систем є вивчення інтегрованого руху економічного зростання, зокрема його факторів.

Економічна політика існує принаймні у трьох проявах: як бюджетно-податкова, грошово-кредитна і соціальна, або політика доходів. В економічній політиці метою може бути зростання обсягу ВВП, рівня заробітної плати, рівня життя. Важливим питанням при визначенні цілей є вирішення принаймні двох проблем: скільки цілей одночасно можуть висуватися при формуванні економічної політики та як вони мають співвідноситись. Зростання державних витрат передбачає збільшення податків, що може мати наслідком скорочення споживання домогосподарств. У країнах постсоціалістичного розвитку, і зокрема в Україні, ця закономірність на жаль, не враховується. Досвід України, як і інших країн, засвідчує наявність надзвичайно актуальної проблеми у сфері економічної політики: узгодження, координація інтересів у процесі визначення цілей. Адже цілком очевидно, що різні цілі можуть бути втіленням інтересів різних соціальних груп.

Для характеристики засобів економічної політики можна застосувати різні критерії, наприклад, критерій часу. Деякі автори [1, 7] зазначають, що засоби короткотермінової економічної політики стосуються головним чином сукупного попиту, а довготермінової — пропозиції. І це зрозуміло: адже для того, щоб змінити пропозицію, слід збільшити виробничий потенціал, що передбачає структурну перебудову економіки. Останнє потребує значного часу. Для того ж, щоб змінити попит, достатньо здійснити грошову емісію або змінити ставки податку. При добрій орієнтації для проведення таких заходів не треба багато часу.

Традиційно засоби економічної політики поділяються на економічні адміністративні. Критерієм такого поділу, на думку авторів [2, 4] є безпосередність впливу засобу на мету. При застосуванні економічних засобів у суб'єктів економіки залишається певна свобода вибору, при адміністративних вона виявляється обмеженою. За всіх відмінностей економічних та адміністративних засобів між ними є дещо спільне: жоден економічний засіб не може здійснитися без адміністративних зусиль — певних законодавчих актів та дій органів виконавчої влади.

До типових адміністративних засобів належать: планування обсягів виробництва та цін для підприємств, через які здійснюється природна державна монополія, антимонопольне регулювання та протидія затуханню конкуренції, розробка державних норм та стандартів (мінімальної зарплати, якості виробів, шкідливих викидів у довкілля), ліцензування експорту, консервування частини національних ресурсів, обмеження виробництва щодо деяких його видів чи на певних територіях.

Недостатність засобів досягнення цілей пояснюється різними причинами. По-перше, в Україні слабо розвинута мережа інституцій ринкової інфраструктури, які дають змогу застосувати певні інструменти регулювання. Наприклад, якщо роль банків у русі грошей є незначною, то норми банківських резервів або залікова ставка процента не матимуть значного впливу на регулювання грошової сфери.

По-друге, в Україні відсутня традиція регулювання економіки саме економічними засобами, тому реакція на них економічних суб'єктів є обмеженою.

По-третє, слабкість влади не дає змоги компенсувати недостатність економічних інструментів адміністративними. Варто лише нагадати, що й через 5 років після здобуття державної незалежності так і не було прийнято закон про владу, в якому чітко визначались би функції та ієрархія владних структур.

Фактори, що визначають темпи та якість економічного зростання, доцільно поділити на такі групи: інноваційні, що зумовлюють оновлення технологій і продукції, використання інноваційного потенціалу країни, вибір пріоритетів науково-технічного прогресу; інвестиційні, пов'язані з інвестиційною активністю, ефективністю капітальних вкладень, оновленням основних виробничих фондів та їх використанням, ресурсними обмеженнями з боку інвестиційного комплексу; ті, що визначаються структурною мобільністю економіки, її спроможністю реагувати на зміни в обсягах та структурі суспільних потреб як у поточному, так і в майбутніх періодах [3, 4].

Економічне зростання виявляється в конкретній динаміці кількісного збільшення та якісного вдосконалення суспільного продукту і факторів його виробництва. Розрізняють два основних типи економічного зростання залежно від того, за рахунок чого досягається розширене відтворення — інтенсивний та екстенсивний.

Значення інтенсивних факторів економічного зростання, що виявилось за умов фабричного виробництва, підвищилося в епоху науково-технічної революції, яка розгорнулася в другій половині ХХ ст.

Основними джерелами інтенсивного економічного зростання є підвищення ефективності, по-перше, живої праці, її продуктивності; по-друге, уречевленої праці на основі збільшення віддачі техніки, що функціонує, технології, засобів праці в цілому, їх принципового оновлення та зниження витрат предметів праці па одиницю виробленого продукту. Особливу роль у процесі інтенсивного економічного зростання відіграють НТП і НТР.

Інтенсивне економічне зростання неможливе без науки, яка вже сьогодні в країнах з розвинутою ринковою економікою перетворилася на вирішальний фактор економічного розвитку. У таких країнах підвищення продуктивності праці забезпечується на 60 - 70 % за рахунок прогресу науки та впровадження у виробництво її результатів. Особливо важливим для правильної оцінки сучасного типу економічного зростання є розуміння ролі мікроелектроніки — ключової ланки всіх найновіших технологій [7].

У різних економічних кризах — торговельних, валютно-фінансових, грошових, галузевих, структурних, регіональних — циклічні спади посідають особливе місце не лише через свою регулярність, а й тому, що в них у концентрованому вигляді відображається вся сукупність протиріч економічної системи.

У сучасній політичній економіці ця ідея спирається на низку взаємопов'язаних положень: 1) економічне зростання можна зрештою виміряти лише тим, наскільки повно задовольняються потреби членів суспільства виходячи з ресурсів, що є в його розпорядженні; 2) якщо в економіці встановилася ринкова рівновага (між сукупним попитом і сукупною пропозицією), то в межах своїх прибутків кожен споживач максимізує для себе корисність товарів та послуг. У результаті структура виробництва пристосовується до структури потреб, і економічне зростання стає оптимальним (збалансованим); 3) будь-яке відхилення від ринкової рівноваги, а тим більше невірноважений стан економіки, означає, що ціни не відображають реальну власність товарів (послуг), ресурси суспільства використовуються з відхиленням від рівнодіючих потреб його членів і економічне зростання є не оптимальним [8].

Умовою соціально-економічного прогресу в будь-якому суспільстві є підвищення ефективності витрат праці. Вивчення різних аспектів результатів, отриманих внаслідок використання суспільної праці, економічного механізму та факторів його зростання є актуальною проблемою сучасної політичної економії. Фактори економічного зростання є результатом функціонування праці: адже єдиним чинником утворення вартості є жива праця. Для визначення результатів застосування у виробництві суспільної праці важливого значення набув узагальнюючий показник ефективності використання всієї праці.

Для економіки України виняткового значення набуває зниження ресурсомісткості, яка невиправдано висока на висхідних стадіях виробничих процесів і все більше підвищується в процесі виготовлення кінцевого продукту.

Відзначимо, що промисловістю в 2007 році внесено значний вклад в економіку Харкова і області. У жовтні 2007р. обсяги промислового виробництва проти жовтня 2006р. зросли на 13,7%. За січень-жовтень приріст виробництва у промисловості становив 11%. Порівняно з січнем-жовтнем попереднього року випуск продукції збільшився за всіма основними видами промислової діяльності. Продовжується нарощування обсягів виробництва у машинобудуванні, де за 10 місяців приріст виробництва продукції становив 27,4%. Перевищено рівень січня-жовтня 2006р. майже за всіма видами діяльності машинобудування [8].

Було проведено аналіз промислових підприємств Харківської області, розглянуті в дослідженні підприємства є провідними в регіоні, тому вони не тільки піддаються впливу конкурентного середовища, але і формують його.

Неможливо розглядати діяльність підприємства відокремлено від середовища, в якому воно функціонує. Всі фактори зовнішнього середовища окремі автори [4] поділяють на дві груп: прямого впливу і непрямого впливу. У першу групу включаються споживачі, конкуренти, постачальники, урядові інститути,

посередники, фінансові організації і джерела трудових ресурсів. В другу групу — загальний стан економіки, соціально-культурні, політичні, національні і деякі інші фактори.

Поряд з вивченням і оцінкою впливу зовнішнього середовища не менш важливо глибоке знання власних можливостей підприємства, його невикористаних резервів, сильних і слабких сторін. Це має значення як для протистояння „зовнішнім небезпекам”, так і для успішної самоорганізації і саморозвитку. Діяльність по діагностиці внутрішніх проблем називають управлінським обстеженням, що рекомендується проводити по напрямках: маркетинг, фінанси, виробництво, кадри (людський фактор), організаційна культура й імідж підприємства [7].

Таким чином, забезпечення адаптивності підприємства до змін конкурентного середовища є одним з основних факторів, що впливає на загальну функцію управління і не залежить від форм власності, методів господарювання галузевої промисловості, типу виробництва й інших специфічних особливостей функціонування системи.

Виділяючи адаптивність, як один з найважливіших факторів, що впливає на розвиток усієї системи управління в цілому, необхідно відзначити, що він сам по собі є складною функцією з багатьма похідними, аналізу яких довгий час не приділявся належної уваги, та й сам аналіз може бути зроблений з різних точок зору.

З погляду напрямків діяльності промислового підприємства виділяються виробнича мобільність, науково-технічна, соціальна адаптивність природоохоронної діяльності й ін.

Вивчення адаптивності як фактора управління виробництвом і диференціація її видів по різних класифікаційних ознаках, говорить про те, що з погляду економічної категорії адаптивний фактор є багаторівневим і поліструктурним поняттям.

Стратегічні установки менеджменту зі все більшим ступенем орієнтуються на принципи сучасної "динамічної конкуренції", що вимагають від підприємств швидкої реакції на зміну попиту, постійної спрямованості на розробку спектра нових і технологічно альтернативних виробів в умовах невідомо і швидко мінливої кон'юнктури, а також саме уміння швидко й ефективно організувати виробництво товарів у комерційних масштабах.

З більшою часткою впевненості можна припустити, що в майбутньому, в зв'язку з усе більш швидким темпом змін найбільш процвітаючі підприємства будуть являти собою щось, що називається "організаціями, що постійно навчаються", тобто будуть системами, що цілком адаптуються, з працівниками, здатними самостійно визначати проблеми, намічати можливість їх рішення і реалізувати ці рішення в рамках своєї компетенції.

Для побудови моделі адаптації підприємства до конкурентного середовища доцільно здійснювати прогнозування положення підприємства на ринку.

Розробка стратегії адаптивного управління базується на вивченні відносин, які можна охарактеризувати за допомогою системи «середовище — підприємство». Більшість серед існуючих сьогодні концепцій адаптивного управління поділяє підхід до підприємства як до відкритої системи, що постійно взаємодіє з окремими елементами конкурентного середовища: іншими підприємствами, банками, організаціями, що належать до соціально-політичних та економічних інституцій держави, місцевих органів і таке інше, що дає змогу йому підтримувати досить стійке становище, виживати в умовах, що постійно змінюються [4].

Оскільки під адаптацією в дослідженні розглядається здатність підприємства реагувати на зміни конкурентного середовища, саме коефіцієнт адаптації відображає таку здатність підприємства. Для побудови коефіцієнта адаптації підприємства в даному дослідженні були виділені наступні найбільш важливі компоненти життєдіяльності підприємства: сфера фінансової діяльності, яка відображає фінансові можливості адаптації, сфера інвестицій та інновацій, що відображає перспективи підвищення адаптації підприємства та сфера управління, яка характеризує гнучкість управління підприємством при зміні конкурентного середовища.

Задля оцінки рівня впливу адаптації системи управління підприємством було запропоновано набір показників. Визначення даного набору показників є результатом аналізу літературних джерел та існуючої практики діяльності підприємств підходів дозволило виділити чотири групи показників [3, 4, 5]: 1) група показників, що відображають стан підприємства: диверсифікація продукції, знос обладнання, наявність коштів на реконструкцію, розірваність зв'язків з постачальниками та споживачами, організація виробництва, якість продукції, частка державної власності на підприємстві; 2) група показників, що відображають стан персоналу: якість підготовки та діяльності керівників та спеціалістів, креативність персоналу, загальна кваліфікація та компетентність експертів, кількість керівників та спеціалістів, рівень організаційної культури; 3) група показників, що відображає мотиваційні інструменти системи управління: нематеріальні заохочення, прибуток, зарплата, премія, дивіденди; 4) група показників, що відображає стан нематеріальних активів на підприємстві: нематеріальні активи підприємства, рівень регламентації, наявність торгової марки, наявність секретних матеріалів, наявність авторських прав, наявність ліцензій та патентів.

Респондентами в опитуванні було обрано більш тридцяти керівників відповідних підрозділів на різних промислових підприємствах. Було запропоновано оцінити ступінь значимості впливу кожної з чотирьох груп факторів, що впливають на адаптацію підприємства до транзитивної економіки та здійснити ранжирування

наведених груп факторів по наступним критеріям: рівна важність критерію, не суттєва перевага одного критерію над іншим, суттєва перевага, сильно суттєва перевага, найкраща. Оцінки виставлялися від одного до дев'яти балів. Після обробки анкет були отримані наступні показники в групах: перша група має коефіцієнт ваги 0,254, друга група — 0,548, третя група — 0,118, четверта група — 0,080.

Коефіцієнт адаптації системи управління може бути представлено через систему приватних коефіцієнтів адаптації по кожній групі, (рис. 1).

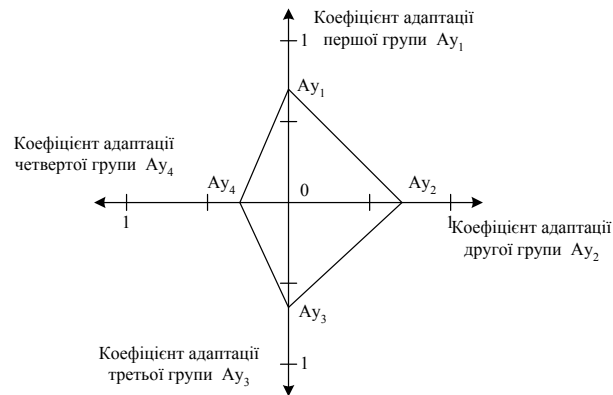


Рис. 1. Складові коефіцієнта адаптації системи управління

Таким чином можна зробити висновок, що на адаптацію системи управління найбільший вплив має група показників, які характеризують персонал підприємства. В другій групі показників, що відображають стан персоналу найбільший вплив здійснює показник «якості підготовки і діяльності керівників та спеціалістів» (коефіцієнт значимості – 0,389), а найменше – «рівень організаційно культури» (0,061).

Як бачимо з рис. 1, чотири групи показників мають нерівномірний розподіл, найменше значення має четверта група, яка містить показники щодо нематеріальних активів. Цей факт пояснює низьку інвестиційну активність оскільки підприємства не мають фундаменту для подальшого розвитку. Як граничний норматив для даних показників виступає одиниця, тому ті напрями які наближені до одиниці більш розвинені та дозволяють прискорити процес адаптування підприємств до транзитивної економіки.

Відповідно для більш якісного покращення адаптації системи управління на підприємстві доцільно здійснювати вплив на показники другої групи, зокрема на показник якості діяльності керівників та спеціалістів. Виходячи з аналізу статистичних показників, можна зробити висновок, що ті підприємства, які мали розвинуту систему підготовки кадрів, досить високі соціальні послуги змогли краще адаптуватися до умов транзитивної економіки. Тому в якості рекомендації слід приділяти увагу розвитку соціальної складової в діяльності керівників та спеціалістів підприємства.

Література

1. Гальчинський А., Геєць В., Кінах, Семиноженко В. Інноваційна стратегія українських реформ. – К.: Знання України. – 2002. – 326 с.
2. Гриньова В.М. Управління підприємством в умовах розвитку ринку. Наукове видання. Під ред. докт. екон. наук, проф. В.М. Гриньової. — Харків: Вид. ХДЕУ, 2003. — 168 с.
3. Забродский В.А., Кизим Н.А. Развитие крупномасштабных экономико–производственных систем. – Харьков: Бизнес Информ, 2000. – 72 с.
4. Клебанова Т.С., Иванов В.В., Дубровина Н.А. Методы прогнозирования. Учебное пособие. — Харьков: Изд. ХГЭУ, 2002. — 372 с.
5. Пономаренко В.С., Тридід О.М., Кизим М.О. Стратегія розвитку підприємства. – Харків: Вид. Дім „Инжек”, 2003. – 328 с.

Надійшла 03.04.2008 р.

АВТОМАТИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ФОНДОВ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Визначено взаємозалежні задачі управління розвитком підприємства з урахуванням реалізації стратегічних цілей підприємства в аспекті управління розвитком виробничих фондів і технічного переозброєння. Запропоновано напрямки використання інформаційних технологій для автоматизації обробки даних і управління розглянутою предметною областю.

Постановка задачи. Автоматизированные системы управления предприятиями в настоящее время с точки зрения уровней иерархии управления бизнес-процессами включают в себя системы ERP (Enterprise Resource Planning – системы планирования ресурсов предприятия), MES (Manufacturing Execution System - исполнительные системы производства) и системы SCADA (Supervisory Control And Data Acquisition - диспетчерское управление и сбор данных), которые позволяют внедрить соответствующие информационные технологии и автоматизировать реализацию этапов всего жизненного цикла машиностроительного изделия, процессов взаимодействия с клиентами и поставщиками [1]. Современные интегрированные АСУ предприятием дают возможность вести оперативный учет и анализ данных о большинстве материальных потоков, потоков данных и видов деятельности работников на предприятии. Однако предметная область, связанная с обеспечением стратегического развития предприятия, и, в частности, с управлением развитием производственных фондов в рамках управления общим развитием предприятия, автоматизирована недостаточно или неэффективно. Это происходит вследствие экспертного характера многих процедур и мероприятий системного анализа и принятия решений, а также вследствие неэффективного использования разработанного на данный момент математического аппарата и информационных технологий для глубокого анализа данных, исследования и добычи знаний, содержащихся в больших объемах экономической и производственной информации.

Вопросами автоматизации управления развитием производственных фондов занимались и занимаются различные ученые, специалисты, предприятия и организации. Так, экономические аспекты решения рассматриваемой научно-технической задачи, теоретические и методические вопросы управления производственными фондами нашли отражение в трудах М.И. Баканова, А.П. Градова, П. Дойля, Ю.Я. Еленевой, В.В. Ковалева, С.В. Леонтьева, А.Р. Радионова, С.А. Соколицина, В.Н. Тренева, В.Д. Шапиро, Э. Хелферта, Т. Коллера, Т. Коупленда, Дж. Г. Сигела и других. Автоматизацией управления предприятиями занимались многие видные ученые, и среди них такие выдающиеся, как Н. Винер, Р. Калман, А.Н. Колмогоров, Л.С. Понтрягин, В.А. Трапезников, В.М. Глушков и другие. Информационные технологии в информационно-управляющих системах, методы и алгоритмы обработки данных разрабатывали, исследовали и развивали В.М. Глушков, В.И. Скурихин, А.А. Морозов, В.В. Шкурба, В.С. Михалевич, В.А. Трубин, А.Г. Ивахненко, В.М. Кунцевич, В.И. Иваненко, Г.М. Бакан, М.М. Бычак (Институт кибернетики АН Украины, Киевский институт автоматики и другие научные учреждения Украины).

В настоящее время центрами практических разработок в области организации хранилищ данных, интеллектуальной обработки и поддержки принятия решений, систем учета и планирования ресурсов предприятия являются такие компании, как SAP, People Soft, IFS Applications, Oracle и другие. В состав многих программных комплексов с развитым алгоритмическим обеспечением входят модули управления ремонтами и техническим обслуживанием оборудования, на достаточно высоком уровне решены вопросы организации хранилищ данных для оперативного учета данных и исследования знаний, осуществляется поддержка принятия решений. На рынке программного обеспечения имеются пакеты для визуального проектирования и реализации отдельных диаграммных методик системного анализа. Однако комплексное решение для автоматизации управления развитием производственных фондов, научная обоснованность и сбалансированность применяемого математического аппарата и информационных технологий, как показал соответствующий анализ, отсутствуют.

Целью данной статьи является исследование задач управления развитием производственных фондов предприятия, а также смежных задач в рамках управления развитием машиностроительного предприятия, и определение направления использования информационных технологий при автоматизации их решения.

Успешное выполнение такой сложной функции управления возможно лишь на основе системного подхода, позволяющего вырабатывать те или иные решения с позиций всего предприятия. В основе такого подхода лежит рассмотрение предприятия как совокупности взаимосвязанных элементов, находящихся в определенных отношениях и связях друг с другом и составляющих целостное образование. Такой подход требует четкой координации деятельности всех функциональных служб в ходе разработки и реализации соответствующих проектов развития.

Задачи управления эффективным развитием предприятия можно классифицировать следующим

образом: задачи управления развитием создания и использования продукции; задачи управления развитием производственных фондов; задачи управления развитием организации производственного процесса; задачи управления развитием системы менеджмента [2, 3].

Целью управления развитием продукции является обеспечение соответствия уровня внешней активности стратегическим целям развития предприятия на основе соответствия продукции постоянно расширяющимся и изменяющимся потребностям по техническому уровню и качеству потребительских свойств, необходимому количеству продукции и срокам ее поставок, по последствиям ее перспективного использования в сфере потребления. Как показали исследования, задачами, смежными со сферой управления производственными фондами в данной группе задач, являются следующие (рисунок 1): анализ соответствия элементов производственных фондов (ЭПФ) технико-экономическим параметрам продукции; анализ соответствия производственной мощности предприятия перспективным потребностям в продукции предприятия.

Целью управления развитием производственных фондов является обеспечение гибкого реагирования технико-технологического потенциала предприятия на вызовы внешней и внутренней среды и на изменение стратегических целей развития. Для достижения этой цели предприятие должно регулярно проводить (рис. 1): анализ процессов физического и морального износа ЭПФ и возникновения технологических проблем при изготовлении продукции; анализ прогрессивности применяемых ЭПФ и определение перспективного уровня технико-технологического потенциала предприятия; установление предпочтительных вариантов средств технологического оснащения, в наибольшей степени соответствующих перспективным параметрам и объемам производства профильной продукции предприятия; выработку управленческих решений о техническом перевооружении, технической модернизации, реконструкции или расширении производства с учетом возможностей оснащения предприятия прогрессивными средствами производства; координацию деятельности всех подразделений и организаций, участвующих в подготовке и проведении технического перевооружения, реконструкции или расширения производства в предприятии [4, 5].

Целью управления развитием организации производства является совершенствование организационного потенциала предприятия для достижения стратегических целей. Как показали исследования, задачами, смежными со сферой управления производственными фондами в данной группе задач, являются следующие (рис. 1): анализ технической подготовки и оснащенности производственного процесса; изучение способности производственной системы к адаптации, ориентированной на эффективную мобильную перестройку, обусловленную изменением внешней среды и, прежде всего, параметров продукции; изучение современных тенденций в развитии техники и технологии и возможностей их внедрения на предприятии для достижения конкурентного развития производства.

Целью управления перспективным развитием менеджмента является максимально возможное соответствие системы менеджмента стратегии эффективного развития предприятия. Как показали исследования, задачами, смежными со сферой управления производственными фондами в данной группе задач, являются следующие (рис. 1): анализ соответствия технического уровня средств управления подготовкой производства и выполнением производственных заданий перспективным параметрам продукции, средствам производства и кадровому потенциалу предприятия; анализ влияния системы управления на эффективное использование имеющихся в распоряжении предприятия трудовых, материальных, энергетических и информационных ресурсов.

Таким образом, развитие всего предприятия и развитие его производственных фондов в частности является объектом управления, требующим постоянного выполнения весьма сложных функций. Эти функции должны выполняться соответствующим специалистом или целым подразделением, которое не только само разрабатывает стратегический план развития предприятия и его подразделений, осуществляет контроль мероприятий и показателей работы, но и организует и координирует работу в этой области всех функциональных служб предприятия. Это, в свою очередь, требует разработки методов, алгоритмов и программного обеспечения для автоматизации обработки данных и поддержки принятия решений при выполнении рассмотренных функций.

Управление развитием производственных фондов предприятия должно вестись с учетом эффективности планирования и реального использования существующих производственных мощностей, на основе анализа результатов выполнения производственной программы, с учетом существующих ограничений и возможных потребностей в различных ресурсах (материалах, энергоносителях, персонале, производственных фондах). Необходима глубокая и всесторонняя обработка накопленных и доступных для использования хранилищ данных, использование баз знаний в данной предметной области, методов обработки данных и поддержки принятия решений. Результатом данной активности должны быть планы технического обслуживания и ремонтов оборудования, а также оптимальные варианты технического перевооружения предприятия с полным их обоснованием.

Рассмотрим задачу по изучению и анализу данных, принятию решений по проведению и координированию мероприятий, связанных с развитием производственных фондов и техническим перевооружением, в увязке с общими процессами реализации стратегических целей и задач машиностроительного предприятия. Проведем это рассмотрение также комплексно с использованием системного анализа. На рис. 2 с помощью нотации SADT (Structured Analysis and Design Technique – технологии

структурного анализа и проектирования) [6] представлена диаграмма активностей процесса формирования стратегических целей и задач и его взаимодействия с управлением развитием производственных фондов предприятия. Исходным пунктом развития предприятия является формулировка стратегических целей предприятия, порожаемых требованиями и ожиданиями акционеров, макро- и микроэкономической обстановкой в окружающей рыночной среде, имеющимися для развития возможностями и ресурсами

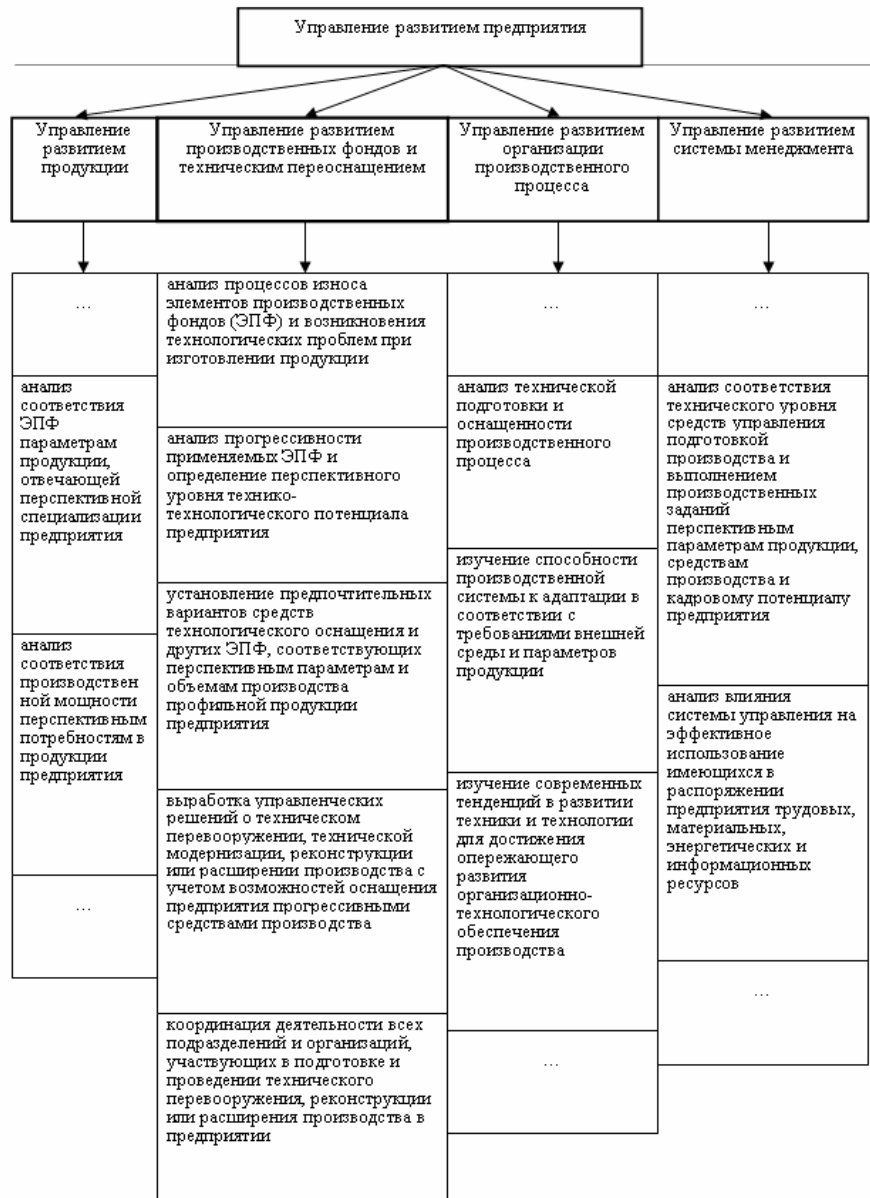


Рис. 2. Схема смежных в рамках управления развитием предприятия задач изучения, анализа и принятия решений, связанных с развитием производственных фондов и техническим переоснащением предприятия

Через цепочку активностей, переводящих сформулированные руководителями и экспертами цели и задачи стратегического развития предприятия через цели и задачи подразделений в конкретные проекты их реализации, на основе различных моделей таких преобразований, с использованием методов и систем поддержки принятия решений, выбранный вариант реализации стратегий развития предприятия в виде комплекса стратегий развития подразделений зачастую непосредственно используется при технико-технологической подготовке производства (ТТПП). Одной из важнейших составных частей процесса стратегического развития предприятия, которая непосредственно влияет на ход ТТПП и на последующие активности вплоть до управления развитием производственных фондов, является управление развитием продукции. Результатами этой деятельности является сохранение и повышение конкурентоспособности предприятия, достижение стратегических целей его развития.

Поэтапный процесс преобразования потоков данных, управляемый параметрами среды функционирования предприятия, характеристиками имеющихся ресурсов, результатами маркетинговых исследований, приводит непосредственно к формированию производственных планов и заданий, анализу реальных возможностей оборудования и формулировке требований к его трансформации и, наконец, к принятию оптимального варианта технического переоснащения или перевооружения предприятия.

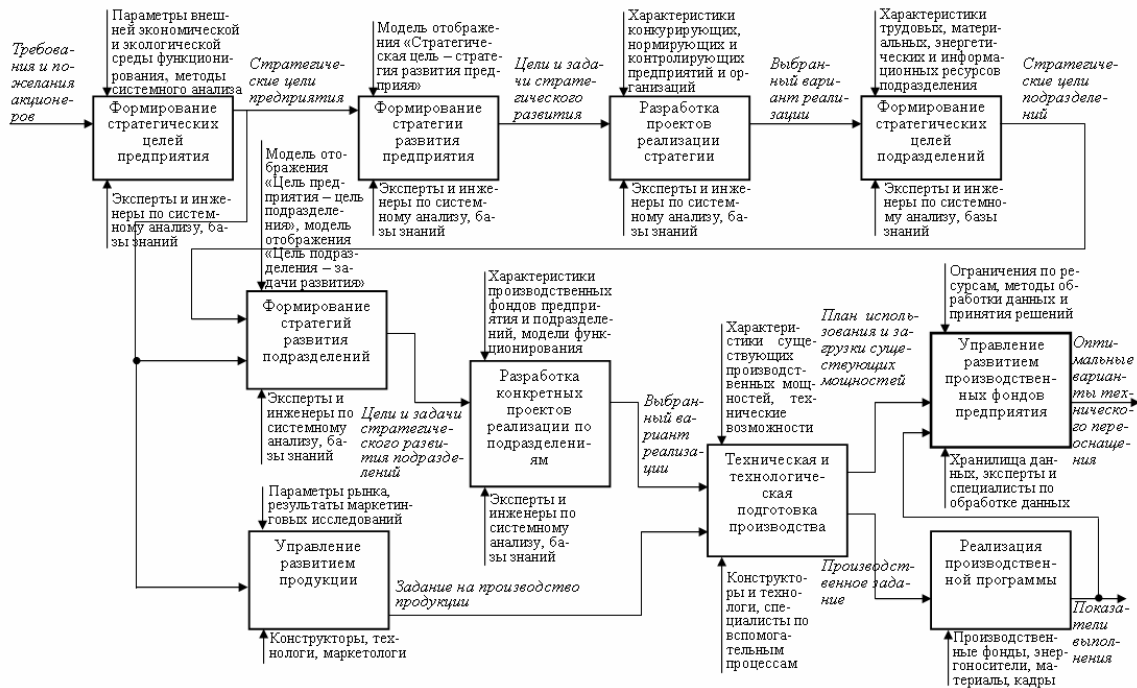


Рис. 2. Диаграмма активностей процесса формирования стратегических целей и задач и его взаимодействия с управлением развитием производственных фондов предприятия

Для решения рассмотренных выше задач требуется математическая формализация процедур анализа, установления предпочтительных вариантов, поддержки выработки управленческих решений, планирования и координации действий в рамках управления развитием. Часть математического аппарата для нахождения строгих зависимостей и решений в настоящее время уже разработана, необходимо провести его критический анализ, определить эффективность использования для решения задач данной предметной области и обосновать выбор и режимы работы алгоритмов. В условиях частичной неопределенности или нечеткой формулировки целей, ограничений и предпочтений необходимо применение систем на основе нечеткой логики, продукционных экспертных систем. Для определения неизвестных или слабоформализуемых зависимостей имеет смысл задействовать обучаемые нейронные или нейронно-нечеткие сети, различные методы исследования знаний на основе накопленных хранилищ данных (Knowledge Database Discovery) и, в частности, добычи знаний (Data Mining), позволяющие решать задачи классификации, кластеризации, нахождения ассоциативных правил и последовательных шаблонов и др. [7]. Несмотря на сложность автоматизации такой слабоформализуемой процедуры, как системный анализ при формулировке стратегических задач развития, необходимо всесторонне использовать существующие информационные технологии для поддержки принятия решений экспертами. Отдельной важной задачей является подготовка данных, непротиворечивых и пригодных для автоматизированной обработки теми или иными методами, и формирование хранилищ данных в различных форматах хранения.

Выводы. Комплексный подход к изучению рассматриваемого и сопутствующих бизнес-процессов дал возможность на основе системного анализа определить взаимосвязанные задачи управления развитием предприятия с учетом реализации стратегических целей предприятия в аспекте управления развитием производственных фондов и технического перевооружения.

Автоматизация обработки данных и поддержка на основе информационных технологий принимаемых решений в рассматриваемой предметной области позволит существенно повысить эффективность управления, улучшить основные показатели работы и повысить качество продукции предприятия, обеспечить его существенное место и роль в машиностроительной отрасли.

В зависимости от уровня инновационной активности предприятия необходимо исследовать и систематизировать подходы, направления, математический аппарат, алгоритмы и программное обеспечение для автоматизации управления развитием производственных фондов.

Литература

1. Зелинский С.Э. Автоматизация управления предприятием. - М.: Финансы и статистика, 2004. – 518 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление. - М.: Экономика, 1989. – 423 с.
3. Борисов С.Б. Система управления основными фондами машиностроительного предприятия : Дис. ... канд. экон. наук. Воронеж, 2001. – 179 с.
4. Чумаченко Н.Г. Техническое перевооружение и реконструкция производства. - К.: Наукова думка, 1991. – 249 с.

5. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями. - М.: Экономика, 1989. – 272 с.
6. Калянов Г.Н. CASE-технологии: консалтинг в автоматизации бизнес-процессов. - М.: Горячая линия – Телеком, 2002. – 320 с.
7. Барсегян А.А., Куприянов М.С. и др. Технологии анализа данных: Data Mining, Visual Mining, Text Mining, OLAP. – СПб.: BHV-Петербург, 2007. – 384 с.

Надійшла 16.04.2008 р.

УДК 658.001.76

І. В. ІВАНОВА

Київський національний торговельно-економічний університет

ЕКОНОМІКА ЗНАНЬ ПОТРЕБУЄ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Актуальність питання. Креативний (від англ. «creative», від лат. «create» – творення) – це буквально «творчий». Творчість – діяльність, що породжує дещо якісно нове й відрізняється неповторністю, суспільно-історичною унікальністю. У світовій господарській системі конкурують не товари, не підприємства й не корпорації. Конкурують розумові здібності управлінських команд і генеровані ними підприємницькі ідеї. Тому закономірним є перехід від організаційного типу менеджменту, характерного для ХХ століття, до креативного – менеджменту ХХІ століття, що спирається на основні досягнення організаційного менеджменту й новий безмежний ресурс – творчий потенціал людського розуму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, на які спирається автор, свідчить, що у нашій країні проблеми креативного менеджменту фактично тільки поставлені [1–3], дещо більш уваги приділяють їм російські дослідники [4–8]. За кордоном ідеї про необхідність вивчати, використовувати й розвивати творчість співробітників для успішного ведення бізнесу дуже поширені, і розуміння цього все підсилюється.

Мета публікації – визначення ролі креативності у професійній діяльності менеджера, місця креативного менеджменту в економіці знань, його позиціонування відносно загального менеджменту, відмінність від інноваційного менеджменту, дослідження зв'язку з людським і інтелектуальним капіталом, формулювання мети і завдань навчальної дисципліни «креативний менеджмент», пріоритетних напрямів розвитку.

В сучасній швидкозмінній економіці знань безупинно зростає роль творчості, що пов'язане з декількома факторами: ускладнення економічних процесів, зростаючий рівень вимог споживачів; динамізм сучасного бізнесу; гіперконкуренція; збільшення вартості людського і інтелектуального капіталу; ускладнення трудової мотивації й переорієнтація системи цінностей працівників на самовираження, саморозвиток і творчість; перехід від масового репродуктивного виробництва до дрібносерійного й індивідуалізованого тощо. В управлінні підвищується роль інтелекту, і менеджмент все більшою мірою залежить від поглиблення й оволодіння прийомами інтелектуальної діяльності (екстремальні управлінські ситуації, що вимагають нестандартних і неординарних управлінських рішень; підвищення освітнього й професійного рівня персоналу, зростання обсягу інформації й розвиток нових засобів її обробки тощо).

Інтелектуалізація економіки, що спостерігається сьогодні, є абсолютно об'єктивним процесом розширення зони використання творчого потенціалу. Нова економіка, економіка знань – тільки частина нової суспільної системи, що народжується. У цій системі не відтворення (по можливості точно), а талановита, креативна зміна стає головним соціальним законом.

Економіка знань – це економіка, заснована на введенні знань в економічний обіг, яка охоплює економічні відносини при виробництві знань, їхньому практичному використанні й/або купівлі–продажу. Знання стали економічною категорією, а капіталізація знань – одним з найважливіших економічних процесів. Принципово новим є те, що до економіки долучають не тільки самі технології, а весь механізм виробництва знань.

Дослідники Інституту Номура (The Nomura Institute) виділяють чотири епохи у світовому економічному розвитку: сільськогосподарську, індустріальну, інформаційну, і епоху творчості, на порозі якої ми сьогодні перебуваємо [9]. За їх класифікацією, перехід від інформаційної епохи до епохи творчості містить у собі чотири стадії. Перша – усвідомлення важливості творчості для бізнесу. Більшість компаній США, Західної Європи і Японії вже пройшли цю стадію, а в Україні вона тільки починається (адже в закордонній літературі пік статей, що підкреслюють важливість творчості для бізнесу, припав на середину 1990–х рр, а у нас серйозні публікації на цю тему почали з'являтися лише в останні два–три роки). Друга стадія – створення сприятливих умов для розвитку творчості співробітників. Менеджери більшості закордонних компаній вирішують це завдання поки ще інтуїтивно, але все частіше застосовуються спеціальні методики. На третю стадію (широке навчання персоналу творчості) вийшли поки тільки окремі закордонні компанії, хоча відповідних тренінгових методів і технологій розроблено вже досить багато. Четверта стадія – освоєння методів управління творчістю – найскладніший етап, тому що дотепер цілісної теорії й методології такого управління не існує, і навіть усвідомлення можливості управління творчістю поки ще не відбулося повною мірою, навіть за кордоном.

Економіка знань і креативність багаторазово взаємозалежні з такими категоріями, як людський і

інтелектуальний капітал. Економічний розвиток пов'язаний зі створенням доданої вартості, що базується на знанні й інноваціях, носієм яких є людина з її розвинутими здібностями, обумовленими високим інтелектуальним і творчим потенціалом. В сучасних умовах суспільного відтворення змінилася структура соціально-економічних цінностей суспільства, оцінка суспільного багатства, значення і роль людини і соціальної сфери у динаміці суспільного розвитку. За цих умов розвинена людська особистість є найважливішим компонентом суспільного багатства, кінцевий результат економічного функціонування, одночасно його людський ресурс і капітал наступного розвитку. Людський капітал – це форма вираження продуктивних сил людини на постіндустріальній стадії розвитку суспільства з соціально-орієнтованою економікою ринкового типу.

Інтелектуальні ресурси особистості – це сформовані у процесі формальної, неформальної й інформальної освіти знання, уміння і креативні здібності людини. Л. Едвінсон структурує інтелектуальний капітал організації, поділяючи його на людський і структурний ("все, що залишається у компанії, коли службовці йдуть додому"), який, у свою чергу, поділяє на капітал споживачів (їх потенціал, характер зв'язків з ними) та організаційний капітал, який включає капітал інновацій та капітал процесів [10]. Креативна діяльність організації може бути визначена як здатність здобувати вартість з інтелектуального капіталу, тобто управляти відносинами між людським капіталом (здібностями і знаннями співробітників), капіталом клієнта (рівнем взаємної інтегрованості) і організаційним капіталом (знання і культура організації), що максимізували потенціал організації в контексті створення вартості.

Менеджмент як особливий вид діяльності ніколи не відсторонявся від творчості; навпаки, завжди її використовував, причому подвійно. По-перше, для розробки тих або інших управлінських рішень; по-друге, менеджмент використовує творчість для спонукання підлеглих до дій (управлінський вплив), що припускає постійне звертання до закладених в кожному працівнику творчих здібностей. Творча діяльність унікальна й своєрідна, але в деяких своїх рисах вона має загальні закономірності прояву. Творчу діяльність можна сковувати або мотивувати, розвивати або стримувати. Завдання менеджера – розбудити бажання до творчості й сприяти її розвитку. У цьому проявляється й необхідність, і ефективність креативного менеджменту.

Підкреслюючи, що сучасний менеджмент пронизаний творчістю й без неї взагалі неможливий, варто усвідомлювати, що чим більше в якійсь області діяльності творчості, тим більше її тяжіння до сфери мистецтва. Розуміння менеджменту як мистецтва ґрунтується на тому, що господарчі організації являють собою складні системи, на функціонування яких справляють вплив багатчисельні і різноманітні фактори зовнішнього і внутрішнього середовища. Ці фактори важко навіть просто виявити, вже не говорячи про те, щоб точно виміряти їхню величину й значущість, а взаємодія середовища й організації настільки складна, що неможливо визначити всі відносини між ними. Різноманіття обставин у господарському житті не має межі. Ситуація часто і раптово змінюється і лише в деяких випадках може бути передбачена заздалегідь. Непідвладні попередньому врахуванню обставини здебільшого набувають вирішального значення. Протиборство особистих, групових і корпоративних інтересів спричинює зіткнення незалежної волі учасників спільної дії, а отже, протиріччя і помилки в господарській діяльності – це повсякденні явища. Кожна господарська ситуація унікальна хоча б тому, що унікальний за своєю природою кожен з її учасників. У своїх розвинених формах менеджмент – це вільна творча діяльність, заснована, зрозуміло, на науковому фундаменті. "Менеджмент виступає як синтез творчої професійної свободи (прямо пропорційно залежить від рівня компетентності управлінських кадрів) та економічної необхідності (системи об'єктивних обмежень, пов'язаних з показниками контуру управління та можливостями менеджменту в аналізі їх динаміки)" [11]. Високий ступінь оволодіння практикою управління підприємствами може розцінюватися як мистецтво, яке ніяк не можна протиставляти науковості. Народження креативного менеджменту означає, крім усього іншого, що менеджмент одержує немов би додаткові «якорі», що втримують його в рамках науки, оскільки вся система менеджменту виводиться на якісно новий щабель науковості, логічності, формалізованості.

Відповідно до принципу Р.Ешбі, протистояти середовищу можна в тому випадку, якщо складність і швидкість рішення відповідають складності й швидкості змін у цьому середовищі. Займатися проблемами креативного менеджменту треба вже тому, що необхідно домагатися підвищення якості управлінських рішень. Суто раціональна модель не враховує те, що обставини можуть бути нестабільними, зміни носити вибуховий характер, а недостатність і нерациональність інформації стає нормою. Очевидно, що раціональність недостатня, необхідно враховувати і використовувати ірраціональні підходи: інтуїцію, досвід суперечливих рішень, множинність суб'єктів ухвалення рішень, а головне зростаючу ірраціональність, складність і непередбачуваність зовнішнього середовища. Необхідний перехід від лінійного мислення до хаотичного, компроміс між аналізом і інтуїцією. Стосовно діяльності підприємства область творчості (креативності) виникає при взаємодії раціонально обґрунтованих рішень з ірраціональною зовнішнім середовищем. Для того, щоб домогтися успіху в такій ситуації, необхідно визначити й увести в дію нові, краще обґрунтовані з наукових позицій і психологічно більше розроблені методи підготовки вихідної інформації для осіб, що приймають рішення. Такі методи покликані дати креативний менеджмент.

Значною мірою визначає успішність управлінської діяльності особиста креативність [2, 6] – творчі здібності індивіда, що характеризуються готовністю до продукування принципово нових ідей, відрізняється високим прагненням до нового; широким використанням можливостей; зібраністю і можливостями системно і методологічно оцінювати ситуацію. Це поняття характеризує здатність знаходити несподівані, оригінальні

рішення проблем, тобто, те, що називають дивергентним мисленням. Творче мислення пластичне, тобто дозволяє запропонувати не одне-два, а безліч рішень проблеми. Воно рухливе – легко переходить від одного аспекту проблеми до іншого, виходить за рамки звичних поглядів. Креативність містить у собі підвищену чутливість до проблем, до дефіциту чи суперечливості знань; дії щодо визначення цих проблем, щодо пошуку їхніх рішень на основі висування гіпотез, перевірки і зміни гіпотез, формулювання результату рішення. В якості критеріїв креативності розглядають комплекс певних властивостей інтелектуальної діяльності: швидкість (кількість ідей, що виникають в одиницю часу); оригінальність (здатність висувати унікальні ідеї, які відрізняються від загальноприйнятих типових відповідей); сприйнятливості (чутливість до незвичайних деталей, протиріч і невизначеностей, а також готовність гнучко і швидко переключатися з однієї ідеї на іншу); метафоричність (готовність працювати у фантастичному, "неможливому" контексті, схильність використовувати символічні, асоціативні засоби для вираження своїх думок, а також уміння в простому бачити складне і, навпаки, у складному – просте. Однією з особливостей прояву креативного мислення є добре розвинена інтуїція, тобто розумова діяльність, яка здійснюється "на межі" свідомості. Для оцінки креативності використовуються різні тести дивергентного мислення, особистісні опитувальники, аналіз результативності діяльності.

Майбутнє за об'єднанням професіоналів в креативні команди, що розвивають творчий потенціал людини, здатні генерувати підприємницькі ідеї й нестандартні управлінські рішення. Креативність менеджерської команди є не тільки запорукою успіху, але й елементарною умовою виживання.

А. Маслоу ще в середині 1960-х відзначав, що креативність стає питанням національної й міжнародної політики [12]. Тенденції розвитку інституту професій свідчать про становлення нових видів професійної діяльності, зумовлених зростанням потреби суспільства у креативності. Р. Йенсен [13], автор праці "Суспільство мрії", передбачує, що в учасників живої компанії (компанії суспільства мрії) будуть живі робочі завдання, поряд з живими посадами й живими посадовими інструкціями. Такими посадами він вважає: креативний директор, директор з розуму й настрою, директор щодо залучення класних людей, керівник групи з культури, головний директор по уяві, міністр з прогресу, директор щодо майбутнього компанії (директори з розвитку), майстер повідомлень, креатолог, VP Cool (крутий віце-президент), фахівець щодо оцінки нематеріальних активів, директор щодо інтелектуального капіталу, радник зі стрижневих цінностей, соціальний інженер, візуалізатор (Visualiser). Виникає потреба у таких фахівцях, як "start-up" або "project"- менеджери, покликаних відкрити нові напрямки діяльності.

В освіті активні методи навчання з багатьох дисциплін певною мірою забезпечують формування відповідної компетентності, але для деяких спеціальностей значення креативності у професійній діяльності зумовлює необхідність забезпечення опанування низки умінь як професійних і інструментом такого формування вбачається навчальна дисципліна "Креативний менеджмент". Прикладні аспекти креативного менеджменту зв'язують насамперед з інноваціями й нововведеннями. Дисципліну «Креативний менеджмент» галузевими стандартами двох нових магістерських програм («Менеджмент інноваційної діяльності» – напрям «Менеджмент» та «Управління інноваційною діяльністю» – напрям «Специфічні категорії») включено до переліку нормативних дисциплін і метою вивчення визначено «формування інноваційного мислення, оволодіння інструментарієм творчого підходу до вирішення інноваційних задач, набуття знань і навиків в області розвитку креативного середовища і створення креативної організації». Предмет дисципліни визначено на нашу думку невідало («процес створення нової системи знань, умінь і компетенцій»). Доцільно предмет дисципліни визначити як «закономірності розвитку, управління й використання творчої діяльності та її результатів у бізнес-процесах, механізми виявлення й кращого застосування творчого потенціалу особистості, групи, організації, що бере участь у процесі створення інтелектуального продукту».

Завданням вивчення дисципліни "Креативний менеджмент" є :

1) на підставі опанування знань концепції креативного менеджменту, його зв'язку з інноваційною діяльністю; поняття креативності; креативної особистості; середовища; організації; креативності у контексті теорій людського та інтелектуального капіталу, її місця в економіці знань; сутності креативності в бізнесі; стадій процесу генерування ідей; моделі і концепції індивідуальних творчих здібностей, чинників креативності; критеріїв вибору методів евристичні активізації творчого потенціалу; чинників впливу на підвищення креативності команд і організації; концепції випереджуючого навчання продовж життя на засадах компетентнісного підходу; системи, які активізують креативність в організації; концепції організації, що самонавчається; характеристик креативної організації;

2) забезпечити формування таких компетентностей: використовувати методики оцінювання і розвитку мислення, інтелекту і інтуїції, уяви і уявлення, емоційного інтелекту; посилювати мотивованість до творчої діяльності; вдосконалювати самоорганізацію; визначити фактори, що сприяють і перешкоджають розвитку творчих здатностей і їхній реалізації; використовувати методи генерування ідей та евристичні прийоми активізації творчого потенціалу; забезпечувати комп'ютерну підтримку процесів прийняття творчих рішень; брати участь у формуванні стратегії розвитку творчого потенціалу в організаціях; сприяти формуванню креативної організаційної культури.

Креативна освіта повинна бути безперервною у тому розумінні, що вона не може зводитися тільки до одного курсу по навчання творчості, вся система освіти повинна бути сприятливою для творчості.

Креативний менеджмент є частиною загальної теорії менеджменту, у рамках якої формуються

представлення і вивчаються закономірності використання творчого потенціалу організації, творчого потенціалу всіх її співробітників при розробці й прийнятті управлінських рішень, на завданнях підвищення їхньої кваліфікації, впровадження в процес управління сучасних методів креативного мислення й прийняття рішень, створення творчої атмосфери усередині колективу, що стимулюватиме зростання креативності і розвиток процесу самореалізації й самовдосконалення співробітників. У креативному менеджменті творчість виступає не тільки як об'єкт управління, але і як засіб підвищення ефективності, як джерело інновацій, стиль управління, потенціал розвитку.

Головна мета існування і розвитку креативного менеджменту як наукової підгалузі – підвищення ефективності управління за рахунок врахування і використання менеджерами різних сукупності засобів впливу для досягнення творчого підходу до діяльності, розвитку індивідуальних здатностей і на цій основі підвищенні ефективності роботи.

На нашу думку, для подальшого становлення теорії й практики креативного менеджменту (у т.ч.в Україні) пріоритетними є наступні напрямки:

- розробка категоріального апарату креативного менеджменту;
- створення моделей і методів включення індивідуальної творчої діяльності в соціально-економічний контекст функціонування організації;
- створення творчої атмосфери в колективі, що має свої традиції, неформальних лідерів, розподіл рольових функцій;
- вивчення можливостей оцінки творчого потенціалу співробітників і організації в цілому, створення відповідних моделей і методів;
- оцінка творчого потенціалу особистості залежно від ряду факторів (специфіки предметної області, екстремальності ситуації, наявності перешкод і т.д.);
- створення тимчасових творчих колективів з осіб, здатних до ефективної участі в груповому творчому процесі;
- розробка показників для оцінки результатів творчої діяльності і її ефективності;
- вивчення факторів, що сприяють або перешкоджають розвитку творчих здатностей;
- розробка системи механізмів мотивації й стимулювання творчості, методів формування творчого клімату й активізації творчої діяльності персоналу;
- оцінка домінуючих мотиваційних установок, причин, що їх зумовили, і можливих шляхів рішення в найближчій і довгостроковій перспективі завдань, що вимагають застосування творчих здатностей фахівця;
- узагальнення існуючих і розробка нових евристичних методів і технологій рішення нестандартних завдань;
- створення й удосконалювання програм комп'ютерної підтримки процесів прийняття творчих рішень;
- розробка методології навчання економічній й бізнес-творчості.

Найважливішою є роль креативності в інноваційній діяльності. Саме у процесі розробки і впровадження в організації інновацій менеджер виступає як творець; при цьому креативність менеджера проявляється вже в його здатності бачити елементи новизни, творчості у діяльності інших людей, в першу чергу, підлеглих, в умінні розкрити їх особистий потенціал. Креативний менеджмент тісно пов'язаний з менеджментом інноваційним, але поняття "творчість" і "інновація" синонімами не є. Творчість – генерація нових ідей, інновація ж – їхнє успішне втілення. Творчість – це відкриття принципу, інновація – трансформація цього принципу в корисні товари й послуги. У процесі інновації ідеї матеріалізуються в реальні товари й послуги, здатні принести організації додатковий дохід.

Інноваційний менеджмент оперує з інтелектуальним продуктом як об'єктом цілим і неподільним. На відміну від цього креативний менеджмент розглядає даний продукт як складне структурне утворення. Відповідно пов'язане з ним управління створенням нової системи знань, умінь і навичок повинне бути певним чином розділено на ряд складових елементів, кожний з яких підлягає дослідженню й осмисленню з метою здійснення практичних дій.

Можна сказати: інноваційний менеджмент, з одного боку, креативний – з іншого, мають той самий об'єкт дослідження, але вивчають його в одному випадку (інноваційний) із зовнішньої сторони, як готовий, в іншому (креативний менеджмент) – із внутрішньої, як такий, що має процес створення.

Висновки: Реальність сучасного менеджменту підтверджує, що сьогодні вирішувати складні проблеми розвитку неможливо, спираючись лише на елементарне використання знань через рекомендовані й апробовані методики. Креатив – засіб створення конкурентної переваги. Пояснення цьому факту криється в самому характері сучасного бізнесу. Змінюється характер проблем, з якими стикається менеджер. Змінюється людина, якою управляє менеджер, змінюються її інтереси й цінності й напрямки цих змін певним чином вимагають зміни типу управління від суто організаційного до соціально-психологічного й далі до креативного. У статті визначено місце креативного менеджменту в економіці знань, зв'язок з людським і інтелектуальним капіталом, позиціонувано креативний менеджмент відносно загального менеджменту, окреслено відмінність від інноваційного менеджменту,

Визначено роль креативності у професійній діяльності менеджера як його базової компетентності. Майбутнє – за об'єднанням професіоналів в креативні команди. Позиціоновано креативний менеджмент відносно загального менеджменту, окреслено відмінність від інноваційного менеджменту. Управління

творчістю можливе лише за умов розвитку креативного менеджменту як наукової підгалузі (сформульовано пріоритетні напрями розвитку) та навчальної дисципліни (окреслено предмет, місце і проблематику креативного менеджменту, мету і завдання його вивчення).

Література

1. Пирогов и др. Креатология и интеллектуальные технологии инновационного развития. Учебник для вузов Днепропетровск Пороги , 2003.
2. І.В.Іванова. Професіоналізація менеджменту. К.: КНТЕУ, 2006
3. «Інноваційний менеджмент» <http://innovations.com.ua>
4. Ванюрихин Г.И. Креативный менеджмент Менеджмент в России и за рубежом №2 2001
5. Кирсанов К. Креативный и эвристический менеджмент // Российский экономический журнал. – 1995. – № 11. – С.78–83.
6. Э.М.Коротков. Концепция российского менеджмента. М.: «ДеКА», 2004 – 896 с.
7. "Креативный директор" Creative management. www.kdir.ru
8. "Креативная экономика " www.CreativeEconomyMagazine.com
9. The Science of Creativity // Management Development Review. 1997. Vol. 10. Num. 6. pp.203–204.
10. Эдвинссон Л., Мэлоун М. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании / Новая индустриальная волна на Западе. Антология. Под ред. В.Л.Иноземцева.– М.: Academia.1999
11. Кузнецов Е.А. Проблеми становлення професійної менеджмент–освіти в Україні //Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. Зб. наук пр. – Одеса, АстроПринт, 1999. – Т. 2. – С. 131–139.
12. Маслоу А. Новые рубежи человеческой природы. Часть II. Творчество // victor.by.ru/select/maslow.
13. Йенсен Р. Общество мечты. Как грядущий сдвиг от информации к воображению преобразит ваш бизнес: – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт–Петербурге, 2002. – 279 с.

Надійшла 16.04.2008 р.

**Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради Хмельницького національного університету,
протокол № 10 від 23.04.2008 р.**

Підп. до друку 29.04.2008 р. Ум. друк. арк. 23,47. Обл.-вид. арк. 17,92
Формат 30x42/4, папір офсетний. Друк різнографією.
Наклад 100, зам. №

Тиражування здійснено з оригінал-макету, виготовленого
редакцією журналу “Вісник Хмельницького національного університету”
ПП Ковальський
29000, м. Хмельницький, вул. Свободи, 53. Тел.-факс (8-0382) 76-42-92