

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

ВІСНИК

НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ХПІ»

Серія: Технічний прогрес та ефективність виробництва

№ 45(1018) 2013

Збірник наукових праць

Видання засноване у 1961 р.

Харків
НТУ «ХПІ», 2013

Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Збірник наукових праць.
Серія: Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Х. : НТУ «ХПІ». – 2013. – № 45 (1018). – 161 с.

Державне видання

Свідцтво Держкомітету з інформаційної політики України КВ № 5256 від 2 липня 2001 року

Збірник виходить українською та російською мовами.

Вісник Національного технічного університету «ХПІ» внесено до «Перелік наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук» затвердженого постановою Президії ВАК України від 26 травня 2010 р., № 1-05/4 (Бюлетень ВАК України, № 6, 2010 р., с. , №20).

Координаційна рада:

Л.Л.Товажнянский, д-р техн. наук, проф. (голова);

К.О.Горбунов, канд. техн. наук (секретар);

А.П. Марченко, д-р техн. наук, проф.; Є.І Сокол, д-р техн. наук, чл.-кор НАН України;

Є.Є. Александров, д-р техн. наук, проф.; А.В. Бойко, д-р техн. наук, проф.;

Ф.Ф. Гладкий, д-р техн. наук, проф.; М.Д. Годлевський, д-р техн. наук, проф.;

А.І. Грабченко, д-р техн. наук, проф.; В.Г. Данько, д-р техн. наук, проф.;

В.Д. Дмитрієнко, д-р техн. наук, проф.; І.Ф. Домнін, д-р техн. наук, проф.;

В.В. Спіфанов, канд. техн. наук, проф.; Ю.І. Зайцев, канд. техн. наук, проф.;

П.О. Качанов, д-р техн. наук, проф.; В.Б. Клепіков, д-р техн. наук, проф.;

С.І. Кондрашев, д-р техн. наук, проф.; В.М. Кошельник, д-р техн. наук, проф.;

В.І. Кравченко, д-р техн. наук, проф.; Г.В. Лісачук, д-р техн. наук, проф.;

В.С. Лупіков, д-р техн. наук, проф.; О.К. Морачковский, д-р техн. наук, проф.;

В.І. Ніколаєнко, канд. іст. наук, проф.; П.Г. Перерва, д-р екон. наук, проф.;

В.А. Пуляев, д-р техн. наук, проф.; М.І. Рищенко, д-р техн. наук, проф.;

В.Б. Самородов, д-р техн. наук, проф.; Г.М. Сучков, д-р техн. наук, проф.;

Ю.В. Тимофіїв, д-р техн. наук, проф. ; М.А. Ткачук, д-р техн. наук, проф.

Редакційна колегія серії:

Відповідальний редактор: П.Г. Перерва, д-р екон. наук, проф.;

Заступник відповідального редактора: М.І. Погорєлов, к-д. екон. наук, проф.

Відповідальний секретар: О.О. Круглов

Члени редколегії: С.І. Архіреєв, д-р екон. наук, проф.; В.Я. Міщенко, д-р екон. наук, проф.;

А.І. Яковлев, д-р екон. наук, проф.; В.М. Тимофєєв, д-р екон. наук, проф.; В.Я. Заруба, д-

р екон. наук, проф.; Л.М. Івін, д-р техн. наук, проф.; П.А. Орлов, д-р екон. наук, проф.;

В.Г. Герасимчук, д-р екон. наук, проф.; О.Є. Кузьмин, д-р екон. наук, проф.; В.М.

Гончаров, д-р екон. наук, проф.

З номеру 42'2012 Вісник НТУ «ХПІ» має власну розширену нумерацію: № 42 (948) 2012.

*У квітні 2013 р. Вісник Національного технічного університету «ХПІ», серія «Технічний прогрес та ефективність виробництва», включений у довідник періодичних видань бази даних **Ulrich's Periodicals Directory (New Jersey, USA)***

Рекомендовано до друку Вченою радою НТУ «ХПІ».Протокол №6 від 05 липня 2013 р.

Т.В. БЕРЕЗЯНКО, канд. екон. наук., доц., Інститут післядипломної освіти
Національний університет харчових технологій

ПРОБЛЕМИ КАДРОВОГО МЕНДЖМЕНТУ НАЦІОНАЛЬНОГО КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРУ

У статті розглянуто проблеми стосунків та транзит «жорсткої» системи менеджменту на ділове середовище під впливом провідних корпорацій. Встановлено наявність тенденції щодо зниження вимог індивідуального кваліфікаційного зростання персоналу, яка формується на рівні вищого менеджменту та власника.

Ключові слова. Корпоративний сектор, менеджмент, персонал, кваліфікація.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку економіки характеризується необхідністю винайдення нових поштовхів для зростання та подолання рецесивності і розвитку. Головним чинником вважається коригування діяльності корпоративного сектору [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом активізувалась наукова діяльність інституціонального напрямку. Крім відомих робіт Д.Лейка [11], В.Полтеровича [10], В.Радигіна, [9], значний внесок зроблено українською наукою: Б.Гаврилішин [2], В.Дементьєв [5], Т.Мостенська [7].

Невирішені раніше частини загальної проблеми. На макрорівні корпоративний сектор виступає у ролі регулятора економічних відносин між суб'єктами у сформованого ним соціально-економічному середовищі.

Мета дослідження. Варіабельність інституціональних пасток на рівні підприємства достатньо відома: ухилення від податків, тіньова економіка та корупція, рейдерство - тобто викривлена система стосунків у бізнес середовищі. Аналогічні стосунки макрорівня встановлено і у рамках управляючої системи окремого підприємства.

Виникає питання, чи вигідно бізнес-структурам підтримувати або впроваджувати систему інституціонального порядку.

Основні результати дослідження. Вивчення впливів корпоративного сектору на формування національного інституціонального середовища, відтворення його специфіки у внутрішній менеджерській політиці є важливим питанням, як з точки зору теорії менеджменту, так і практики прийняття рішень в рамках ринкових господарських структур.

Дослідження стрімкого розвитку фінської моделі корпоративних перетворень у 90-х роках дозволило підтвердити вагу та значення для стабільного та енергійного розвитку компаній наявності визначеної та соціалізованої корпоративної культури: культура компанії переглядалась одночасно із процесом трансформування компанії у мережеве підприємство. Були визначені наступні 4 показники цінностей: задоволення споживача, повага до індивіда, досягнення і безперервна освіта, що набула виразу

© Т.В. Березянко, 2013

«зростай кваліфікаційно або звільняйся».

Дієва сила цінностей залежить від здатності керівництва до їх реалізації, визнання того, що конфліктна, важка атмосфера в компанії знищує її економічно. Результат упровадження нового менеджменту – 35% приросту продаж на рік.

Навпроти, жорсткість національного корпоративного та державного управління, ділового середовища та корпоративного сектора закріпила в практиці поточного корпоративного менеджменту традиції конфліктності в організаційному просторі, що стало можливим на фоні відсутності досвіду управління в умовах ринку, нерозуміння завдань розвитку організації, відсутності основ для формування команди менеджерів, здатних виконати завдання в умовах конкуренції та швидкозмінних умов економічної діяльності та регуляторних впливів.

За даними практикуючих наукових консультантів із менеджменту корпорацій 90% співробітників та управлінців підприємств вважають єдиною метою існування структури – “отримання прибутку”, постійна зміна кадрів у середній та вищій ланці менеджменту не сприяє формуванню “команди”, негласне керівництво власника не дозволяє забезпечити зв'язок між результатами діяльності підприємства та стимулюванням менеджменту, між формуванням бюджету компанії та обраною стратегією розвитку, лише 20% - менеджерів крупних корпорацій отримують винагороду, пов'язану з реалізацією стратегічного розвитку підприємства - це свідчить не тільки про неспроможність вітчизняних управлінців виконати відповідне завдання із необхідною якістю, а і про те, що найбільш відповідальні аспекти менеджменту часто перекладаються на консалтингові групи [12].

Тиск цього фактора не дозволяє підвищувати рівень компетентності на підприємстві, а навпаки, часто саме вищий менеджмент із числа наближених до власників та сам власник не зацікавлені у зростанні інформованості, компетентності та кваліфікованості.

Дослідження 32 крупних підприємств (за особистими інтерв'ю та матеріалами Ернст и Янг [4]) дозволило виявити, що 71% респондентів відзначають зниження рівня вимог до кваліфікації серед групи менеджменту та директорів, призначених від мажоритарного власника. При цьому 35% менеджерів вважають, що поліпшити систему управління без згоди власника – не можливо, а 62% - вважають необхідним активізацію впливу державних вимог до системи корпоративного менеджменту компаній. Крім того 47% респондентів вважають нагально необхідним реформування системи внутрішнього контролю, особливо в компаніях із державною часткою, актуалізацію взаємин між інвесторами та власниками – відзначили 18% опитаних, а 12%- наголосили на необхідності вдосконалення ділової етики внутрішніх стосунків.

Національний виробничий та управлінський персонал лише виконує прийняті без врахування інтересів розвитку розпорядження. І це віддзеркалюється через систему кар'єрного росту в компаніях. Якщо у до кризові часи головним гаслом кадрової політики в розвиненому ринковому середовищі було «зростай або звільняйся», то в національних компаніях спостерігається протилежна тенденція – «аби зростати – звільняйся», тобто практично викорінено практику професійного зростання у межах компанії, для цього потрібен перехід на інше місце роботи. У разі прояву індивідуальної ініціативи професійного росту співробітник часто зазнає тиску з боку

керівництва, яке за даними нашого дослідження кваліфікує такі спроби як зниження уваги виконавця до поточної діяльності компанії.

Значна частка докризових звільнень була наслідком відсутності можливостей для особистого росту, а після розгортання кризових явищ в економіці - пов'язана із спробою компаній оптимізувати витрати за рахунок підвищення навантаження на людський ресурс: у багатьох досліджених нами компаніях рівень навантаження зріс з 1,6 до 1,9.

Характерною особливістю національного середовища стала не економія на виплатах топ-менеджменту та бонусах раді директорів, а використання стресоутворюючих та економічних факторів для зменшення навантаження на фонд заробітної плати, методу активних провокацій для стимулювання звільнень, понаднормального завантаження у якості основного інструменту підвищення продуктивності праці (12-16 часовий робочий день при 6 добовому тижні став практикою у багатьох потужних компаніях з іноземними інвестиціями).

Турбує факт, що більшість маніпулятивних тактик в управлінні персоналом та внутрішніх менеджерських стосунків є запозиченими з розвиненого ринкового середовища. Так, саме в групі консалтингових та аудиторських компаній народився та поширився у практику національного менеджменту термін "звільнення за згодою сторін", який є результатом дії Закону про виплати до Фонду зайнятості у разі звільнення працівника у разі скорочення штатної одиниці та нерозвиненості та неунормованості системи третейського контролю та захисту працівників.

В розвиненому ринковому середовищі це питання вирішується не тільки за рахунок активної позиції профспілок, а і за допомогою державної підтримки впровадження Кодексів корпоративної культури на підприємствах. Доцільність та необхідність їх упровадження закріплена в Директивах ЄС, а результативність перевірена на практиці. Але аналітики з проблем менеджменту попереджують, процес може стати ефективним тільки за умови створення (свідомо – через дотримання принципів самообмеження або через медіаційний вплив суспільства чи державного управління) регульованого середовища для його реалізації.

Додатковим аргументом є реакція населення: поєднання перспектив власного розвитку із розвитком суспільства, а також рівень економічної активності малого й середнього бізнесу. Данні соціологічних досліджень ведучих дослідницьких організацій, аналітично-консалтингових груп, офіційної статистики та міжнародних агенцій представлені в табл. 1 та на рис. 1.

Між тим, сучасна господарська практика надає поки що поодинокі приклади відповідальної поведінки деяких лідерів ринку. Наприклад, позитивний ефект провідної компанії кондитерського ринку «АВК» свідчить про можливість покращення таких показників як: плинність кадрів (скорочено на 22%), продуктивність праці (підвищено на 14,7%), задоволеність праці (52%), кількість заяв на 1 вакансію складає 21 од.

У результуючих висновках-рекомендація для відповідального підприємства Міжнародною конференцією праці наголошено: «Устойчивые предприятия рассматривают квалифицированный персонал как основной источник конкурентных преимуществ и относятся к своим работникам как к ценному достоянию и проводникам преобразований.» Практика ставлення до співробітників як до

витратного матеріалу, який улюбий час може бути замінено знищує довгострокові переваги та перспективи компанії, отримані за рахунок інновацій та техніко-технологічних переваг.

Таблиця 1 - Оцінка можливості реалізації потенціалу розвитку [3,6,8] (%)

Групи	Перспектива розвитку		Негативні очікування		Конфліктність		Непрогнозоване середовище	
	2000	2010	2000	2010	2000	2010	2000	2010
Населення	16,8	11,9	29,4	35,7	18,1	24,1	17,3	52,6
Малий та середній бізнес	28,1	3,9	48,5	36,4	15,6	29,4	17,2	48,2

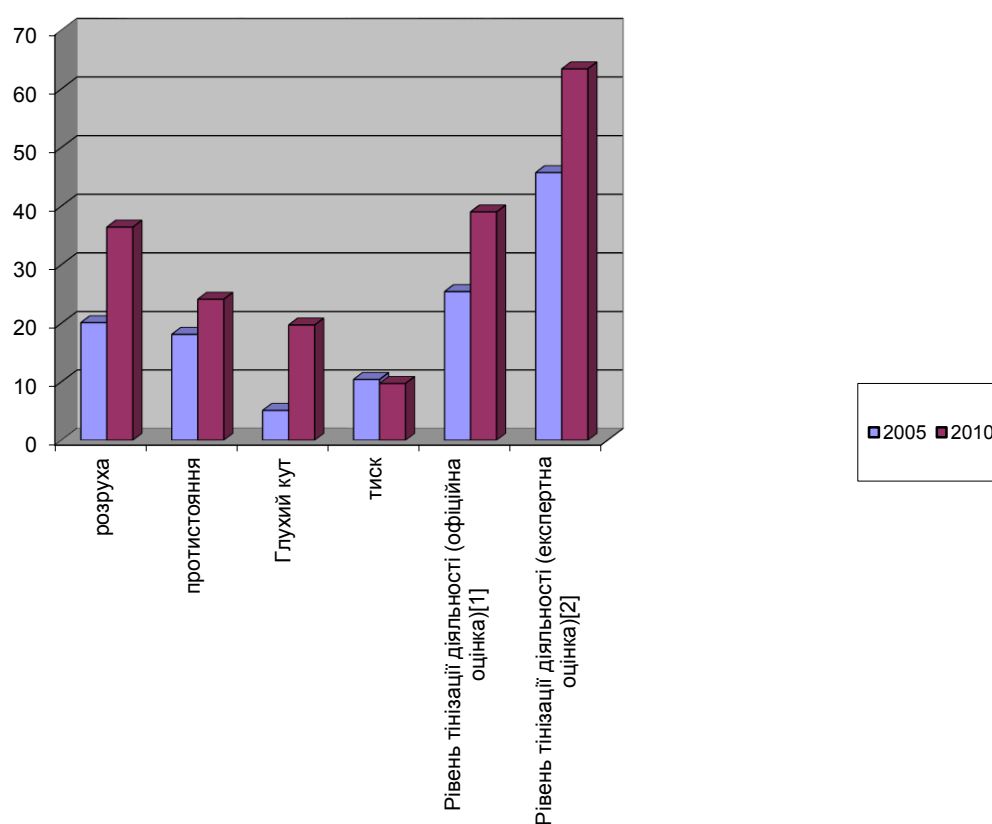


Рис. - Оцінка малим бізнесом та населенням можливостей розвитку

Дослідження встановили, що останні тенденції глобального ринку виводять на перший план вже не доступ до фінансового ресурсу, а ефективне використання такого фактору підвищення конкурентоспроможності як людський та соціальний капітал. Про це свідчать результати численних досліджень: Американської асоціації менеджменту, Cascio and Young, Об'єднання з управління людським ресурсом – відзначають, що у результаті зниження оплати та скорочення зайнятості був отриманий позитивний ефект лише у 32-35% випадків, але результат був лише

тимчасовий і у середньо терміновому відрізку часу зафіксовано зниження якості товарів та послуг та погіршення конкурентних позицій підприємств.

Крім того, у 70% випадків на підприємствах, що практикують скорочення різко знижується трудова дисципліна, рівень відповідальності та підвищується рівень незадоволеності працівників. Встановлено, що зменшення плинності поліпшує комерційні показники: обсяги продажу, задоволення споживачів, сукупний дохід акціонерів. Результати опитування, проведеного серед підприємств, що входять до переліку «Форчун-500» підтверджують важливість для цього корпоративної культури.

Висновок. В розвинених країнах ринкової системи – головним чинником підвищення ефективності корпоративного управління вважається забезпечення кореляції між інтересами топ-менеджменту та результатами діяльності компаній, тоді як для національної ринкової системи притаманна залежність розвитку національної економіки від інтересів власників майнових активів.

Перспективи подальших розробок полягають у впровадженні регуляторів ділової поведінки корпоративного сектору у суспільно адекватному напрямку на мікро та макрорівні: кодексів етики, відносин та культури, не фінансової звітності що їх рекомендує господарський порядок та впровадження системи відповідального підприємства.

Список літератури: 1. Акімова І. Діяльність малих та середніх виробничих підприємств в Україні: чи має значення якість управління? / Сприяння сталому економічному зростанню в Україні / За ред. Штефана фон Крамона-Таубаделя та Ірини Акімової – Київ, "Альфа – Принт", 2001. – С.171- 180. 2. Гаврилішин Б. До ефективних суспільств: Дороговкази в майбутнє. Доповідь Римському клубу / Гаврилішин Богдан. – К., вид-во Пульсари, 2009. – 248 с. 3. Громадська думка / ЦСІ СОФІЯ, 2010 – Режим доступу: <http://www.sofia.com.ua>. 4. Влияние экономического кризиса на украинские компании – Ернст и Янг, 2009. - Електронний ресурс- Режим доступу: <http://ernst-end-yang.business-guide.com.ua/>. 5. Демет'єв В. Структура економічної влади і поведінка власника підприємства - Електронний ресурс – Режим доступу: http://ief.org.ua/Arjiv_ET/Dement208.pdf. 6. Експертне опитування // Центр Разумкова – Режим доступу: <http://www.rasumkov.org.ua>. 7. Мостенська Т. Основні причини виникнення конфліктів в організаціях та шляхи їх подолання / Теоретичні та прикладні питання економіки, 2010, Вип.21 – С.181-188. 8. Населення, зайняте економічною діяльністю/ за ред. Осауленка О.Г. – К., Держкомстат, 2001-2010. – 373 с. 9. Особенности формирования национальной модели корпоративного управления / под. ред. ак. Радыгина А.Д. — М: Институт экономики переходного периода, 2003. — 164 с. — Електронний ресурс — www.iet.ru. 10. Полтерович В. Институциональные ловушки – есть ли выход // Общественные науки и современность – 2004, №3 – С.5-16. 11. Lake D. A. International political economy: A maturing interdiscipline. In: Weingast B., Wittman D. (eds.). The Oxford Handbook of Political Economy. Oxford University Press: N. Y. (forthcoming), 2006. 12. Kaplan R.S., Norton D.P. Creating the Office of Strategy Management: Working Paper 05-071, 2005

Надійшла до редколегії 8.04.2013

УДК 658.3.07

Проблеми кадрового менеджменту національного корпоративного сектору / Т.В. Березянко // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва: НТУ «ХПІ», 2013. – №45(1018) - С.3-8 - Бібліогр.: 7 назв.

В статті розглядається трансформація підходів в кадровій політиці корпоративного сектору. Установлено відсутність заінтересованості власника і топ-менеджменту в кваліфікаційному рості співробітників підприємств.

Ключевые слова. Корпоративный сектор, менеджмент, персонал, квалификация

Annotation. Transformation of approaches in staff management policy of corporate sector. Owners and top-

management display no interest in staff professional development.

Keywords. Corporate sector, management, staff, professional development.

УДК 330.341

К.О. БОЯРИНОВА, канд., екон., наук, доц., НТУУ "КПІ", Київ

ІННОВАЦІЙНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА В ТЕОРІЯХ ОРГАНІЗАЦІЇ

Розглянуто положення діяльності та поведінки підприємства у розрізі теорій організації. Визначено основні фундації функціонування та інтенції інноваційного функціонування за основними економічними парадигмами.

Ключові слова. теорії організації, інноваційність, фундації функціонування, інтенції інноваційного функціонування.

Вступ. Формування теоретико-методологічного підґрунтя інноваційного функціонування потребує розгляду теорій організації. Такі теорії містять науковий посил акцентування уваги на значенні та місці інноваційно орієнтованого функціонування підприємства.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Діяльність підприємства (фірми), зміст його існування розкриваються в теоріях фірми та основних економічних парадигмах, що викладено в працях [1-18]. Однак, доцільно приділити увагу виявленню інтенцій інноваційного функціонування підприємств в зазначених теоріях.

Мета статті, поставка проблеми. Метою дослідження є узагальнення основних положень теорій фірми на предмет визначення основних фундацій функціонування та інтенцій інноваційного функціонування.

Результати досліджень. Функціонування підприємства в економічній системі формувалось відповідно до основних теорій фірми, серед яких базовими вважаються неокласична, інституціональна, ресурсна, еволюційна та підприємницька. Науковий розгляд присутності аспектів інноваційної спрямованості функціонування підприємства надав можливість визначити основні його фундації, та інтенції інноваційного функціонування, які трансформувались протягом періодизацій зміни парадигм (табл.).

За неокласичною теорією, згідно результатів наукових досліджень Р. Коуза [1], підприємство розумілось як виробнича одиниця, яка є суб'єктом господарської діяльності. Підприємство визначалось як "чорний ящик", де ресурси трансформувались у продукти відповідно до виробничої функції та ринкової структури; як колектив людей, які перетворюють засоби виробництва в готову продукцію, а потім передають споживачу [2]. Таким чином, поведінка підприємства формується під впливом ринкових процесів, основою функціонування є роль передавальної ланки.

© К.О. Бояринова, 2013

management display no interest in staff professional development.

Keywords. Corporate sector, management, staff, professional development.

УДК 330.341

К.О. БОЯРИНОВА, канд., екон., наук, доц., НТУУ "КПІ", Київ

ІННОВАЦІЙНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА В ТЕОРІЯХ ОРГАНІЗАЦІЇ

Розглянуто положення діяльності та поведінки підприємства у розрізі теорій організації. Визначено основні фундації функціонування та інтенції інноваційного функціонування за основними економічними парадигмами.

Ключові слова. теорії організації, інноваційність, фундації функціонування, інтенції інноваційного функціонування.

Вступ. Формування теоретико-методологічного підґрунтя інноваційного функціонування потребує розгляду теорій організації. Такі теорії містять науковий посил акцентування уваги на значенні та місці інноваційно орієнтованого функціонування підприємства.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Діяльність підприємства (фірми), зміст його існування розкриваються в теоріях фірми та основних економічних парадигмах, що викладено в працях [1-18]. Однак, доцільно приділити увагу виявленню інтенцій інноваційного функціонування підприємств в зазначених теоріях.

Мета статті, поставка проблеми. Метою дослідження є узагальнення основних положень теорій фірми на предмет визначення основних фундацій функціонування та інтенцій інноваційного функціонування.

Результати досліджень. Функціонування підприємства в економічній системі формувалось відповідно до основних теорій фірми, серед яких базовими вважаються неокласична, інституціональна, ресурсна, еволюційна та підприємницька. Науковий розгляд присутності аспектів інноваційної спрямованості функціонування підприємства надав можливість визначити основні його фундації, та інтенції інноваційного функціонування, які трансформувались протягом періодизацій зміни парадигм (табл.).

За неокласичною теорією, згідно результатів наукових досліджень Р. Коуза [1], підприємство розумілось як виробнича одиниця, яка є суб'єктом господарської діяльності. Підприємство визначалось як "чорний ящик", де ресурси трансформувались у продукти відповідно до виробничої функції та ринкової структури; як колектив людей, які перетворюють засоби виробництва в готову продукцію, а потім передають споживачу [2]. Таким чином, поведінка підприємства формується під впливом ринкових процесів, основою функціонування є роль передавальної ланки.

© К.О. Бояринова, 2013

Економічна система розглядається як сукупність взаємодіючих агентів, що здійснюють у вільному економічному просторі процеси виробництва, споживання та обміну, виходячи при цьому з власних інтересів [3]. Функціональність підприємства, за неокласичного підходу визначалась суто зовнішніми ознаками, його спроможністю поглинати ресурси та продукувати результат, що може бути поглинений ринком. Однак, в даній теорії також присутнє і підґрунтя інноваційної спрямованості в діяльності підприємства, з огляду на її подальший розвиток. Зокрема, інноваційна наповненість функціонування підприємства присутня у біхевіористському підході, за яким, фірми намагаються досягнути швидше задоволення, ніж максимізації [4, С. 56]. Таке тлумачення мети діяльності підприємства у першому наближенні можна вважати проявом інноваціоналізму, де посеред стандартних економічних чинників, фундаціями функціонування є діяльність різних індивідів підприємства, яка може носити інноваційний характер.

Зміна у цільових орієнтирах: перехід від простої максимізації прибутку на технологічне лідерство, виживання в довгостроковій перспективі визначає схильність підприємства до інноваційно орієнтованого функціонування.

Інституційна парадигма визначає діяльність підприємства на ринку з урахуванням наявності різних інститутів. Метою функціонування підприємства, у даному аспекті можна визначити спрямування зусиль на досягнення оптимально-результативної діяльності в структурі інститутів.

Функціонування підприємства реалізується через призму взаємодії, чи під впливом формальних та неформальних інститутів. До перших належать закони, законодавчі та нормативні акти, індивідуальні контракти тощо, які є як регулятором, так і мають обмежувальний вплив. Відповідно до Д. Норта, права власності, спроможність, відчуження активів та ресурсів визначаються економічними правилами [5, С. 74]. Підприємство (фірма), за Р. Коузом, визначається як відносини, які виникають під час управління ресурсами в межах певного контракту [6]. Такий підхід, знаходить своє відображення в неоінституціоналізмі, зокрема в розвиткові контрактної парадигми. Така парадигма, може реалізовуватись, як ззовні, через інституційне середовище, так і в середині, через відносини, що виступають основою організації [7]

Таким чином, згідно з інституційним підходом інноваційна спрямованість функціонування підприємства залежить від інституційного забезпечення, тобто сприятливого чи не сприятливого середовища, створеного результатами діяльності інститутів інноваційного розвитку, а не безпосередньо фундаціями саморозвитку організації. Іншої змістовності набуває дослідження обмежень функціонування трансакційними витратами, їх зниження приводить до намагання підприємства розвинути самозабезпеченість замість замовлень, що в свою чергу, є чинником розвитку інноваційної діяльності.

Відображення інституційного підходу в економічній інноваційній системі проявляється під час формування Національних інноваційних систем та створенні норм і правил поведінки її економічних агентів на різних ієрархічних рівнях, включно з регіональним, корпоративним, а також підприємницьких відносин в кластерних утвореннях.

Таблиця – Фундації та інтенції інноваційного функціонування відповідно до теорій фірм

Теорія фірми	Неокласична	Інституційна	Ресурсна	Інноваційного підприємства
Мета функціонування	Максимізація прибутку, задоволення власних інтересів, лідерство, виживання у довгостроковій перспективі	Мінімізація трансакцій их витрат	Отримання "економічної ренти" від використання загальних та специфічних ресурсів	Трансформування вхідних потоків на протипагу оптимізую чим фірмам
Фундації функціонування	Поглинання ресурсів; Трансформація ресурсів у продукт; Існування підприємства як передавальної ланки	Відносин, що виникають під час реалізації контрактів; взаємодія з формальними та неформальними інститутами; забезпечення промислової придатності товарам, що виводяться на ринок	Перетворення ресурсів у продукти через взаємодію нематеріальних та матеріальних ресурсів; динамічний розвиток організаційних здатностей; акумуляція та накопичення загальних ті специфічних ресурсів	Трансформація вхідних потоків для використання підприємством; створення новаторських акцепторів отримання прибутку; використання провідних здатності, відмінних від наявних; прогностичне інвестування в інновації, виробництво та економічний розвиток; підтримання організаційної цілісності та інтелектуального рівня; динамізм інноваційних процесів
Інтенція інноваційного функціонування	Забезпечення існування, пристосування до зовнішніх умов	Створення інновацій під впливом стимулюючих та мотивуючих чинників, які забезпечують інститути; розвиток самозабезпеченості на основі інновацій	Генерація та залучення нематеріальних ресурсів; трансформування нематеріальних ресурсів в матеріальні; формування унікальних організаційних здатностей	

Відповідно до ресурсного підходу виробничо-економічна система розглядається як набір ресурсів включно з їх власниками. Присутність акцентів функціонування підприємства з його інноваційною орієнтацією виражається через поєднання матеріальних і нематеріальних ресурсів та оптимізаційними механізмами їх управління. Зокрема основними дискриптами такого підходу, які передбачають інновативність у функціонуванні підприємства можна виділити такі:

– унікальність ресурсів кожної окремо взятої виробничо-економічної системи [8]. Крім того, ресурси повинні мати такі якості як цінність, рідкість, не можливість

імітації та купівлі-продажу на ринку [9]. Унікальність ресурсів апіорі визначає наявність процесів інноваційного характеру та домінантність використання результатів інноваційної діяльності, яка приводить до створення фундаментальних платформ інноваційно-орієнтованої господарської діяльності підприємства;

- використання організаційних здатностей, що накопичуються протягом функціонування організації, зокрема – спеціалізовані знання, навички, досвід, які використовуються під час діяльності [10];

- прирівнювання підприємства до інститутів інтеграції знань [11], де як основний ресурс визначаються динамічні здатності (потенціал підприємства в інтегруванні, створенні та реконфігурації внутрішніх та зовнішніх компетенцій для відповідності мінливому середовищу), такі здатності відображають потенціал організації у досягненні інноваційних переваг [12].

Дослідження положень еволюційної теорії фірми, свідчить, що підприємство перебуває у деякому постійному процесі зростання, накопичуючи при цьому основні та специфічні компетенції, які отримуються завдяки власному генеруванню, відборі та акумулюванню, а також під час запозичення і перенесення фундацій функціонування з попередньою адаптацією чи без неї. Відповідно до зазначеного, згідно з концепцією Р. Нельсона та М. Уінтера [13], в результаті підприємство накопичує "рутинні звички" (комплекс специфічних, доволі орієнтованих здатностей [13]).

Еволюційна теорія вбачає наявність відмінностей та неповторності підприємства відповідно до концепції "організаційної практики", а не інновативності. Однак, еволюційність має розглядатись у взаємодоповнюючій гармонізації рутинності та інновативності. Зокрема, О.В. Іншаков, Е.А. Степочкін зазначають, що процеси новації та рутинізації мають загальне джерело – виробництво, виконують взаємопов'язані функції ефективної взаємодії з середовищем та гомеостазису господарської системи [14, с. 7]:

- рутина – показує відтворення та засвоєння реалізованого потенціалу виробництва, збереження і передавання майбутнім поколінням досягнутих факторів та продуктів;

- новація – продукування, придбання, прирощення та просування потенціалу, прогрес його факторів та передавання їх в рутинізацію.

Крім того, зазначені науковці доводять, що відсутність постійної метаморфози новації в рутину робить інноваційний процес незавершеним, а рутина є основою та сприятливим середовищем для створення новації; редукуючи новацію, рутина відтворює через неї нову рутину, яка в свою чергу породжує нову новацію [14, С. 17]. У разі переходу новаторства у повсякденну діяльність підприємства відбувається рутинізація підприємницької функції [15]. З огляду на функціонування підприємств, згідно [14, С. 17], визначаються підприємці-новатори та підприємці - рутинери, функція останніх полягає у продовженні стадії експлуатації існуючих чинників виробництва в традиційних формах, пом'якшуючи соціальні наслідки новаторів.

Еволюція підприємства протікає не тільки в сфері внутрішнього саморозвитку, але й на ієрархічних рівнях. Зокрема С. Закс визначає п'ять рівнів активності [16]:

- 1) рівень базових системних елементів (мемів) – гуманітарний (ключові цінності підприємства), інституційному (ідея та принципи), змістовному (ключові компетенції).

Як основний елемент в функціонуванні підприємства визначаються ключові цінності, а не ідеї принципи чи компетенції. З точки зору функціонування підприємства з інноваційним орієнтуванням під час інноваційних змін, його здатності та спроможність матимуть менше значення, ніж досягнення результату у змінному середовищі, тобто інновативність підприємства, з такої позиції, визначатиметься як ключова цінність.

Далі, за С. Заксом – ключові компетенції матимуть основоположну роль під час вибору акценту в межах дилеми "збереження ідентичності-адаптація" [16]. З погляду інноваційної домінації, і перша і друга поведінка підприємства є прийнятною, зокрема збереження ідентичності потребує створення базових та фундаментальних інновацій, а адаптація – модернізації, трансферу технологій і т. ін. Тому це поєднання є невід'ємним підґрунтям функціонування інноваційно-орієнтованих підприємств;

2) рівень товарно-ринкових комбінацій, де на перший план ставиться функція середньої ланки менеджменту, його взаємодія з вищим менеджментом.

Відповідно до зазначеного, більшого значення набувають новаторські ідеї, які надаються з нижчих ланок. Якщо до розгляду у цьому аспекті брати промислові підприємства, які оперують інноваціями, то вихідним джерелом новаторських та інноваційних ідей визначається інженерний персонал в поєднанні з менеджерами інноваційних проектів у напрямі доопрацювання технологічної чи продуктової бази, їх модифікації, що у конкурентних умовах може стати значно ефективнішим засобом ніж замовлення розробок технологічного чи управлінського характеру;

3) рівень підприємства. Відповідно до еволюційного напрямку, зростає значення фірмової концепції, завдяки відношенню до ідентичності та цінностей, що лежать в її основі, з'являється можливість збільшити діапазон раціональності підприємства, що розширить сферу діяльності.

За дослідженнями М.С. Абібуллаєва, сучасні дослідники еволюційної теорії вважають, що еволюція – це і збереження ідентичності і спроможність до адаптації. Спрямування підприємства до ідентичності характеризуватиме його як консерватора і забезпечить автономність, характер якої визначається меметикою: комбінацією та рекомбінацією "мемів" (базових елементів системи), в першу чергу ключових цінностей [17];

4) рівень альянсів. Відповідно до цього рівня більше значення надається кооперації, а не конкурентній боротьбі.

З огляду на проблеми та перспективи інноваційного розвитку підприємств поширення набувають мережеві утворення та інноваційні кластери, а також застосування кластерної політики;

5) рівень суспільства. Передбачає переорієнтацію підприємства з одних сфер в інші, де наявні кращі умови для отримання вищого рівня ідентичності порівняно з адаптацією.

Заслуговує на увагу, в контексті окреслення інтенцій інноваційного функціонування підприємства і теорія інноваційного підприємства, запропонована У. Лацоником, яка найбільше відображає його основний зміст та методологічні підходи [18]. Науковець спрямовує дослідження на розкриття змісту та доцільності введення в теорію фірми – теорії інноваційного підприємства як теорії, яка пояснює інноваційність фірми на протилежності розробленої до неї теорії оптимізуючої фірми.

"Оптимізуюча фірма не може бути інноваційною, оскільки, інноваційна фірма трансформує деякі з тих галузевих умов, які вона приймає як задані" [18, С. 7]. Тобто споживча функція підприємства у стандартному її баченні для інноваційного підприємства змінюється і додається ще й трансформаційна функція – інноваційне підприємство не споживає вхідні потоки у чистому виді. Крім зазначеного, дослідником виділяються такі основні концепти теорії як [18]:

- підприємці створюють нові можливості для отримання прибутку, що порушує умови рівноваги;
- рівень постійних витрат проявляється в стратегічних рішеннях з інвестуванням, призначеним для забезпечення фірми особливим, порівняно з її конкурентами, виробничими можливостями;
- підприємці здійснюють додаткові нові інвестиції в стратегічних цілях захвату контролю над змінним чинником, який був джерелом зростаючих витрат;
- інвестиції, що здійснюються фірмою, повинні акумулюватися та використовуватись протягом часу, відповідно до того як фірма трансформує технології та отримує доступ до ринків перш ніж доходи від таких інвестицій можуть почати надходити, або навіть раніше, ніж відома норма доходу; інвестиції в інновації здійснюються в умовах технологічної, ринкової, конкурентної невизначеності;
- інноваційна фірма буде намагатись трансформувати свій доступ до високоякісних виробничих ресурсів за високого рівня випуску; така фірма генерує виручку, під час розроблення та використання виробничих ресурсів та пропонує продукти тієї якості, яку вони хочуть отримати, за ціною, яку готові платити споживачі;
- дохід (а не тільки прибуток), який генерує інноваційна фірма, має головну роль у підтриманні її організаційної цілісності в навчальному плані; інноваційне підприємство повинне стратегічним чином залучатись в кумулятивне та колективне навчання;
- динаміка інноваційного процесу створює для інноваційної фірми можливості поступового захвату багатьох сегментів ринку, що базуються на різних рівнях доходів покупців.

Висновки. Таким чином, розгляд основних теорій фірми надав можливість виявити та обґрунтувати фундації функціонування підприємств відповідно до неокласичного, інституційного, ресурсного та еволюційного підходів, а також теорії інноваційного підприємства. Дослідження дало змогу окреслити інтенції інноваційного функціонування та визначити їх тотожність з фундаціями в теорії інноваційного підприємства. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на класифікування теорій відповідно їх основних факторів з виявленням ключових для інноваційного функціонування.

Список літератури: 1. Coase R. H. The Nature of the Firm / R. H. Coase // *Economica*, New Series. – Vol. 4, No. 16. (Nov., 1937). – pp. 386–405. 2. Ковзик А.Н. Критика методологии неоклассического анализа конкуренции / А.Н. Ковзик // *Политическая экономия*. – 1987. – Вып. 15. – С. 137–146. 3. Клейнер Г. Б. Новая теория экономических систем и ее приложения [Электронный ресурс] // *Журнал экономической теории*. – 2010. – № 3. – С. 41–58. 4. Саймон, Г. А. *Теория принятия решений в экономической теории и науке о поведении* / Г. А. Саймон // *Теория фирмы*. – 1995. – С. 54–72. 5. Норт Д. Институти, інституційна зміна та функціонування економіки / Д. Норт / Пер. з англ. І.Дзюб. – К.: Основи, 2000. – 198 с. 6. Коуз Р. *Фирма, рынок и право* / Р. Коуз / пер. с англ. Б. Пинскера. – М.: Дело ЛТД, 1993. – 192 с. 7. Козаченко Г.В. Інституційна теорія: зміст, еволюція та сучасне застосування [Електронний ресурс] / Г.В. Козаченко, В.О. Пантюхін // *Економіка менеджмент підприємництва. Збірник наукових праць*. – 2008. – № 20. – Режим

доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Emp/2008_20/kozachenko.pdf. **8.** Penrose E. The theory of the growth of the firm (3rd ed.) / E. Penrose // Oxford, UK: Oxford University Press, 1995. – PP. 76-80. **9.** Вернерфельт Б. Ресурсная трактовка фирмы/ Б. Вернерфельт // Вестник С. - Петерб. ун-та. - Сер: Менеджмент. – Вып.1. – 2006. – С.103-118. **10.** Richardson G. The Organisation of Industry-/ G.Richardson // Economic Journal. – 1972. – V.82. – pp.883-896. **11.** Grant R. The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation / R. Grant // California Management Review, 1991. Vol. 33. p.1 **12.** Тис Д. Дж. Динамические способности фирмы и стратегическое управление / Тис Д. Дж., Пизано Г., Шуен Э. // Вестник СПбГУ. Сер. Менеджмент. 2003. Вып. 4. С. 133—184. **13.** Нельсон Р. Эволюционная теория экономических изменений / Нельсон Р., Уинтер Дж. – М.: Дело, 2002. – 536 с. **14.** Иншаков О.В. Рутин и новация: институциональный, организационный и эволюционный аспекты взаимодействия: Препринт / О.В. Иншаков, Е.А.Степочкина# WR/2003/01. — Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2003. — 60 с. **15.** Практика обучения действием / под ред. М.Педлера; пер. с англ. под ред. О.С.Виханского. М.: Гардарики, 2000. – 336 с. **16.** Закс С. Эволюционная теория организации / С. Закс // Проблемы теории и практики управления. – 1998. – № 1. – С 81-86. **17.** Абибуллаев М.С. Прикладные аспекты эволюционной теории экономики / М.С. Абибуллаев // Экономика Крыма, 2008. – № 23. – С.32-35 **18.** Лацоник У. Теория инновационного предприятия / Лацоник У. // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2006. – Т. 4, № 3. – С. 7—32.

Надійшла до редколегії 14.03.2013

УДК 330.341

Інноваційність функціонування підприємства в теоріях організації / К.О. Бояринова // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - №45(1018) - С. 8-14. Бібліогр.: 7 назв.

Рассмотрены положения деятельности и поведения предприятия в разрезе теорий организации. Определены основные фундаменты функционирования и интенции инновационного функционирования соответственно основным экономическим парадигмами.

Ключевые слова. теории организации, инновационность, фундаменты функционирования, интенции инновационного функционирования.

Considered positions and behavior of the enterprise in terms of organization theory. Defined the basics of functioning and operation of innovative intentions according to the main economic paradigms.

Keywords: theory of firm, innovativeness, functioning foundations, intention of innovative operation.

УДК 658: 001.895

О.О. ГЕРАСЬКОВА, студентка, НТУУ «КПІ», Київ;

С. В. ВОЙТКО, д-р екон. наук, доц., НТУУ «КПІ», Київ

РОЛЬ УНІВЕРСИТЕТІВ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ТА ТРАНСФЕРІ ТЕХНОЛОГІЙ

Розглянуто основні тенденції, притаманні інноваційній діяльності вищих навчальних закладів. Визначено основні напрями впливу на промисловість трансферу знань з університетів. Проаналізовано динаміку таких ключових показників, як інвестиції в НДДКР, патентування, ліцензування та університетський трансфер технологій в обраних країнах.

Ключові слова: трансфер технологій, університети, інновації, аналіз, патентування та ліцензування.

© О.О. Гераськова, С. В. Войтко, 2013

доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Emp/2008_20/kozachenko.pdf. **8.** Penrose E. The theory of the growth of the firm (3rd ed.) / E. Penrose // Oxford, UK: Oxford University Press, 1995. – PP. 76-80. **9.** Вернерфельт Б. Ресурсная трактовка фирмы/ Б. Вернерфельт // Вестник С. - Петерб. ун-та. - Сер: Менеджмент. – Вып.1. – 2006. – С.103-118. **10.** Richardson G. The Organisation of Industry-/ G.Richardson // Economic Journal. – 1972. – V.82. – pp.883-896. **11.** Grant R. The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation / R. Grant // California Management Review, 1991. Vol. 33. p.1 **12.** Тис Д. Дж. Динамические способности фирмы и стратегическое управление / Тис Д. Дж., Пизано Г., Шуен Э. // Вестник СПбГУ. Сер. Менеджмент. 2003. Вып. 4. С. 133—184. **13.** Нельсон Р. Эволюционная теория экономических изменений / Нельсон Р., Уинтер Дж. – М.: Дело, 2002. – 536 с. **14.** Иншаков О.В. Рутин и новация: институциональный, организационный и эволюционный аспекты взаимодействия: Препринт / О.В. Иншаков, Е.А.Степочкина# WR/2003/01. — Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2003. — 60 с. **15.** Практика обучения действием / под ред. М.Педлера; пер. с англ. под ред. О.С.Виханского. М.: Гардарики, 2000. – 336 с. **16.** Закс С. Эволюционная теория организации / С. Закс // Проблемы теории и практики управления. – 1998. – № 1. – С 81-86. **17.** Абибуллаев М.С. Прикладные аспекты эволюционной теории экономики / М.С. Абибуллаев // Экономика Крыма, 2008. – № 23. – С.32-35 **18.** Лацоник У. Теория инновационного предприятия / Лацоник У. // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2006. – Т. 4, № 3. – С. 7—32.

Надійшла до редколегії 14.03.2013

УДК 330.341

Інноваційність функціонування підприємства в теоріях організації / К.О. Бояринова // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - №45(1018) - С. 8-14. Бібліогр.: 7 назв.

Рассмотрены положения деятельности и поведения предприятия в разрезе теорий организации. Определены основные фундаменты функционирования и интенции инновационного функционирования соответственно основным экономическим парадигмами.

Ключевые слова. теории организации, инновационность, фундаменты функционирования, интенции инновационного функционирования.

Considered positions and behavior of the enterprise in terms of organization theory. Defined the basics of functioning and operation of innovative intentions according to the main economic paradigms.

Keywords: theory of firm, innovativeness, functioning foundations, intention of innovative operation.

УДК 658: 001.895

О.О. ГЕРАСЬКОВА, студентка, НТУУ «КПІ», Київ;

С. В. ВОЙТКО, д-р екон. наук, доц., НТУУ «КПІ», Київ

РОЛЬ УНІВЕРСИТЕТІВ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ТА ТРАНСФЕРІ ТЕХНОЛОГІЙ

Розглянуто основні тенденції, притаманні інноваційній діяльності вищих навчальних закладів. Визначено основні напрями впливу на промисловість трансферу знань з університетів. Проаналізовано динаміку таких ключових показників, як інвестиції в НДДКР, патентування, ліцензування та університетський трансфер технологій в обраних країнах.

Ключові слова: трансфер технологій, університети, інновації, аналіз, патентування та ліцензування.

© О.О. Гераськова, С. В. Войтко, 2013

Вступ. Процес перетворення науково-технічних розробок на рушійну силу економічного розвитку починається з їх трансформації в інновації. Важливим учасником цього процесу стають університети. Це означає, що в сучасних умовах модель вищого навчального закладу крім освітньої та наукової функцій включає ще й функцію активної підтримки підприємництва. Існуючі дослідження виявили значний вплив університетських інноваційних розробок на бізнес-сектор. Доведено, що наукові, зокрема фундаментальні дослідження, справляють позитивний вплив на промислові інновації та продуктивність праці в промисловості. Важливо відзначити, що університетські НДДКР безпосередньо не сприяють економічному зростанню, проте мають значний опосередкований вплив.

Аналіз останніх досліджень. Роль університетів у процесі формування інноваційної системи країни та трансфері технологій вже давно привернула увагу як вітчизняних так і закордонних науковців. М. П. Федоров висловлює думку, що постіндустріальна економіка, заснована на знаннях, ставить перед університетом триєдине завдання, що передбачає підготовку спеціалістів, проведення наукових досліджень, комерціалізацію результатів НДДКР [1]. Аналізу впливу академічних досліджень на промисловість зокрема присвячено роботи Дж. Д. Адамса, Е. Менсфілда [2; 3]. Проте визначення основних напрямів цього впливу та тенденції, що характерні для інноваційної діяльності, ще потребують подальших досліджень.

Метою роботи є дослідження ключових показників інноваційної діяльності вищих навчальних закладів та визначення основних напрямів впливу на промисловість, на трансфер знань з університетів.

Постановка задачі. Метою даної статті є дослідження ролі університетів на ринку інновації. Цілями роботи є аналіз ключових показників, які характеризують участь університетів у національних інноваційних системах, визначення основних напрямів впливу університетського трансферу знань на промисловість та економіку країни.

Методологія. Теоретичну основу дослідження складає системний підхід до аналізу ролі університетів на ринку інновацій. Методологічну основу становлять методи системного та порівняльного аналізу, статистичного дослідження та логічного узагальнення.

Результати дослідження. Університети відіграють ключову роль у розвитку національних інноваційних систем і науки в цілому. Це, у першу чергу, пов'язано з їх значним впливом на інноваційну систему на різних рівнях: людський капітал та його професійна підготовка, просування та розвиток знань, а також діяльність у сфері трансферу технологій. Частка НДДКР, проведених вищими навчальними закладами є досить значною у більшості розвинених країн (рис. 1).

Як бачимо з рис. 1, у деяких країнах з високим доходом частка університетів у загальному обсязі виконаних НДДКР досягає більш ніж 50 %, а у Франції, Італії, США та Ізраїлі – навіть близько 60 %. Досить низькою є частка університетів лише у Російській Федерації (близько 15 %) та Великобританії (близько 21 %) [4, с. 140]. Аналогічна ситуація спостерігається і в Україні – частка сектору вищої освіти у загальному обсязі виконаних НДДКР за даними Державної служби статистики у 2009 році становила 13,5 %, а у 2011 році зросла до 14 % [5, с. 10].

Одним з доказів важливості університетських інновацій є постійно зростаючий обсяг інвестування в університетські НДДКР під час глобальної економічної кризи. За останніми оцінками ОЕСР валові витрати на НДДКР у 2011 р. у цілому зросли на 1,8 % порівняно з 2010 [6]. Основою цього зростання стало збільшення інвестування НДДКР в університетах та інших закладах вищої освіти (рис. 2).

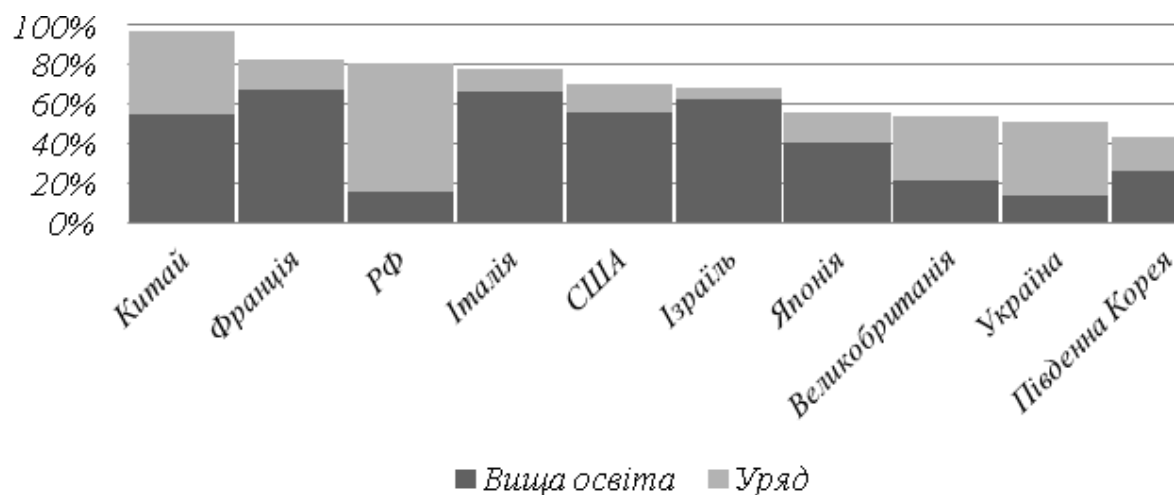


Рис. 1 – Основні дослідження, проведені в державному секторі у 2009 році у відсотках від національних фундаментальних досліджень [4, с. 140]

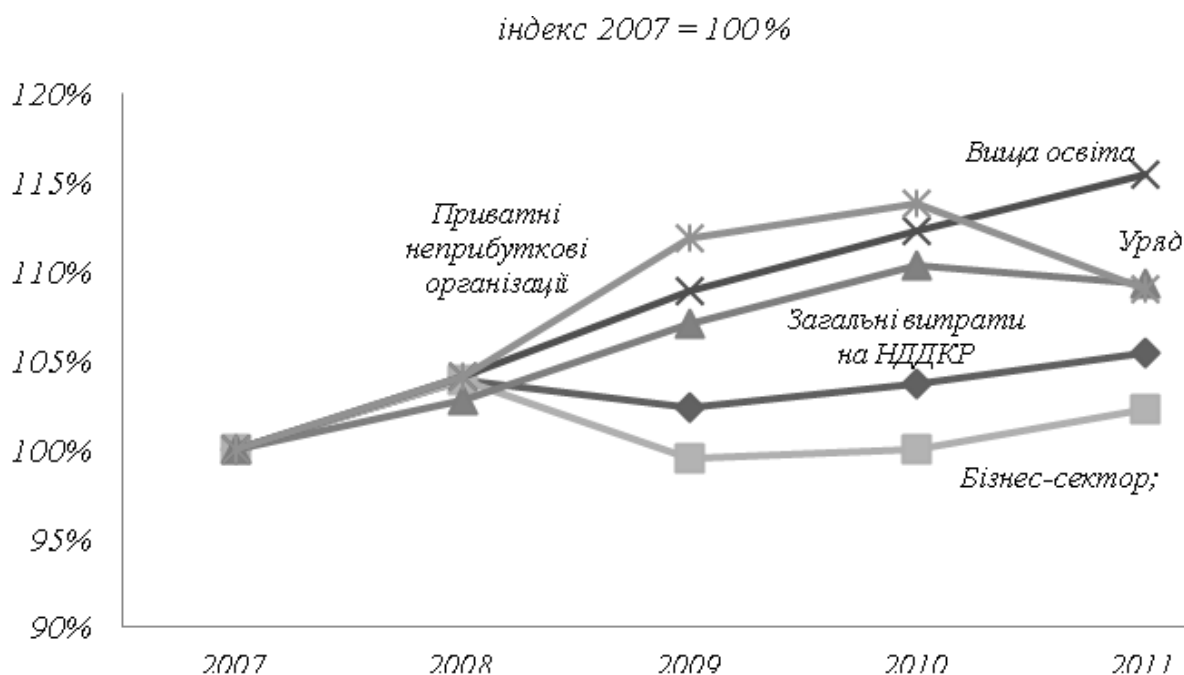


Рис. 2 – Валові внутрішні витрати на НДДКР за секторами, що їх виконують [6]

Окрім внеску у загальні НДДКР університети (як і наука в цілому) є основним джерелом знань для бізнес-сектору. Трансфер знань з університетів має декілька напрямів впливу на промисловість (рис. 3).



Рис. 3 – Складові трансферу знань від університетів до промисловості (систематизовано авторами на основі [4, с. 142])

Ключова роль університетів у розробці інновацій для промисловості була предметом декількох досліджень, проведених наприкінці ХХ ст. Наприклад, Дж. Д. Адамс виявив, що фундаментальні дослідження справляють істотний вплив на підвищення продуктивності в промисловості, хоча даний ефект може бути відстрочено на 20 років [2]. Крім того, дослідження роботи керівників відділів НДДКР 76 випадково обраних фірм, проведене Е. Менсфілдом показало, що 10 % промислових інновацій залежало від академічних досліджень, що проводилися протягом 15 років до того [3].

Оскільки повні дані про формальні та неформальні відносини між університетами та промисловістю відсутні, для того щоб отримати уявлення про університетський трансфер знань, дослідження та інновації використовуються дані щодо патентування та ліцензування. Ідея полягає в тому, щоб виміряти обсяг патентування у цих установах з метою виявлення еволюції у часі, а також для здійснення порівняння між країнами. Проте такий метод дослідження є досить суперечливим, оскільки дані про патентування насправді можуть відносно мало свідчити про те, чи ці патенти дійсно спричинили появу інновацій.

З 1979 року кількість міжнародних патентних заявок, поданих за процедурою РСТ (Patent Cooperation Treaty) університетами постійно зростала, за винятком 2009 р., що

пов'язано зі дією глобальної економічної кризи. Фактично, темп зростання кількості заявок від університетів був навіть вищим, ніж загальний у період з 1980 по 2010 рр. У той час як сукупне зростання за цей період склало 13 %, кількість заявок від університетів за процедурою РСТ зросла на 35 % [4, с. 147]. Серед країн з високим доходом за кількістю заявок від університетів лідирує США, далі ідуть Франція та Японія. Серед країн з середнім доходом найвищими є показники Китаю, Бразилії та ПАР (рис. 4). Найбільша частка заявок на патенти за процедурою РСТ від університетів у загальній кількості заявок надійшла з Сінгапуру (13 %), Малайзії (13 %), Іспанії (12 %), Ірландії (11 %) та Ізраїлю (10%) [4, с. 149].

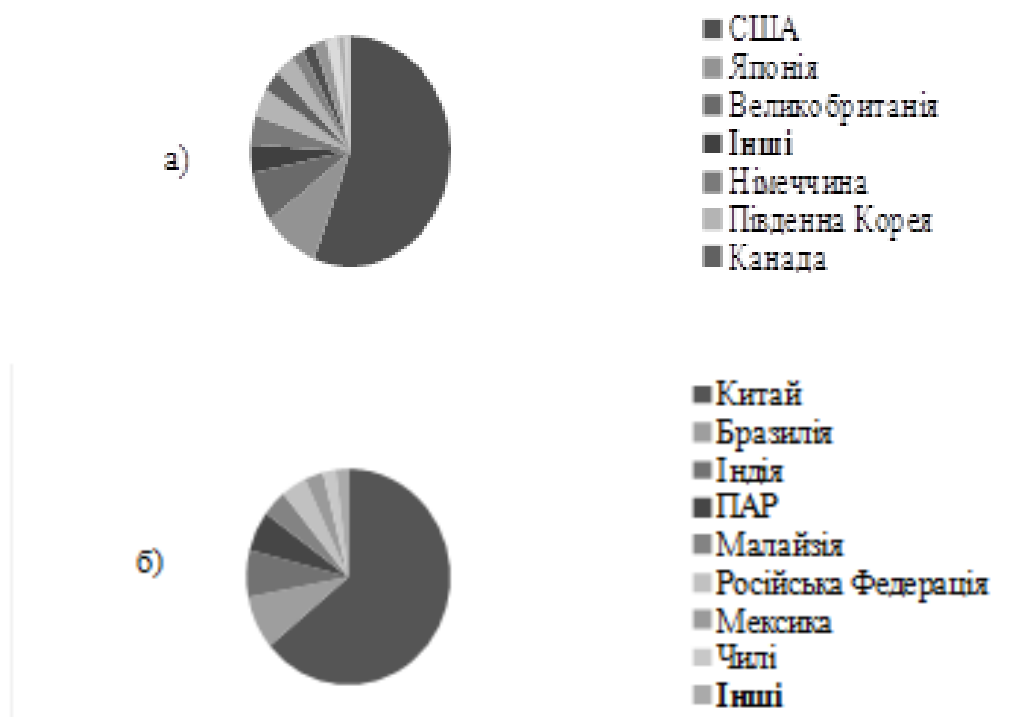


Рис. 4 – Розподіл заявок на патенти від університетів за процедурою РСТ між країнами з високим доходом (а) та країн з середнім та низьким доходом (б) у 1980-2010 [1, с. 149]

Як бачимо з рис. 4 США та Китай домінують у своїх секторах (56 % та 64 % відповідно). Аналогічна ситуація спостерігається і в списку топ-заявників серед університетів за процедурою РСТ – у першій десятці сім американських університетів (табл. 1).

Каліфорнійський університет з 277 опублікованими заявками у 2011 р. є найбільшим заявником серед освітніх установ. За ним ідуть Массачусетський технологічний інститут (179) та Техаський університет (127). Тільки п'ять університетів мали більш ніж 100 опублікованих заявок.

Більшість заявників, наведених у табл. 1, опублікували значно більше заявок у 2011 році ніж у 2010 році. Корейський інститут передової науки і техніки показав найбільше зростання (+52), за ним іде Массачусетський технологічний інститут (+33).

Показники України в цьому плані є набагато скромнішими. У 2011 р. кількість заявок на видачу охоронних документів на винаходи у патентних відомствах

іноземних держав від усіх українських університетів загалом склала лише 6 шт. (для порівняння у 2010 р. – 16 шт., 2009 р. – 13 шт.) [5, с. 151].

Таблиця 1 – Топ-10 заявників на патенти за процедурою РСТ серед університетів [7, с. 37]

Місце	Університет	Країна	Заявки за процедурою РСТ, шт.			Зміна до 2010 р.
			2009	2010	2011	
1	Каліфорнійський університет	США	321	304	277	-27
2	Массачусетський технологічний інститут	США	145	146	179	33
3	Техаський університет	США	126	129	127	-2
4	Університет Джона Гопкінса	США	87	89	111	22
5	Корейський інститут передової науки і техніки	Південна Корея	43	51	103	52
6	Сеульський Національний Університет	Південна Корея	76	97	99	2
7	Токійський університет	Японія	94	105	98	-7
8	Мічиганський університет	США	61	79	96	17
9	Корнельський університет	США	79	81	88	7
9	Гарвардський університет	США	109	91	88	-3

Найбільш широко використовуваними показниками для оцінки університетського трансферу технологій є кількість виданих ліцензій та пов'язані з цим доходи. Ці дані є доступними лише для не багатьох країн. Часто вони ґрунтуються на даних неурядових обстежень. Загалом, такі дані також підтверджують збільшення обсягів ліцензування та відповідних доходів. Тим не менш, окрім США, ці показники є відносно невисокими порівняно з кількістю патентів, виданих громадським науково-дослідним установам, а також з їх доходами від контрактів на НДДКР та

консалтингові послуги, або їх витратами на НДДКР. Крім того, зростання доходів від ліцензування відбувається, у першу чергу, за рахунок таких сфер як фармацевтика, біомедицина та програмне забезпечення. Ще однією характерною для університетів рисою є те, що вони часто отримують більші доходи від безпатентного ліцензування, пов'язаного з біологічними матеріалами та ноу-хау, а також з новоствореними матеріалами, захищеними авторським правом.

У високорозвинених країнах, таких як США та Канада, дохід університетів від ліцензування постійно зростає (табл. 2). Потрібно також відмітити загальне зростання кількості звітних установ у цьому секторі та зменшення концентрації отриманих доходів. У США та Канаді у 1991 році п'ять установ отримали близько 53 % всіх зареєстрованих доходів від ліцензування, тоді як у 2000 році цей показник становив уже 48 %, а у 2009 році – 33 % [4, с. 153].

Таблиця 2 – Університетський трансфер технологій у Канаді та США, 1991 -2009 рр. [4, с. 154]

Рік	1991	2001	2002	2005	2006	2007	2008	2009
Кількість звітних установ (Канада/США)	9/841	27/169	31/181	33/180	39/182	37/187	35/184	36/175
Кількість ліцензій								
Канада	-	-	-	570	462	675	620	690
США	-	-	-	4648	4678	4882	4993	5214
Дохід від ліцензування (млн. дол.)								
Канада	3,3	42,1	32,8	43,7	56,6	58,6	53,9	52,1
США	162,2	1039,3	1175,3	1927,3	1854,0	2656,4	3410,4	2277,7

Як показано в табл. 2, кількість звітних установ зростала протягом всього досліджуваного періоду, особливо в 1990-х рр. До установ, дані про які подано у табл. 2, крім університетів також включено лікарні та науково-дослідні центри.

У цілому, доходи університетів від ліцензування є досить незначними порівняно з їх загальними витратами на дослідження. У табл. 3 наведено співвідношення доходів від ліцензування та витрат на НДДКР. Як бачимо, доходи від ліцензування у Європі є значно меншими ніж у США.

Дані щодо університетського трансферу технологій у країнах з низьким та середнім рівнем доходу є досить обмеженими. Всі існуючі дослідження вказують на те, що інтелектуальна власність та трансфер технологій у цих країнах знаходяться у процесі становлення та обмежуються в основному незначною кількістю патентів та

патентних установ. Патенти у цих державах використовуються значно менше, ніж трансфер технологій. Однією з причин такої ситуації є відсутність установ які надають підтримку офіційному трансферу технологій, заснованому на інтелектуальній власності. Крім того, у країнах з низьким та середнім рівнем доходу для трансферу знань до бізнесу частіше використовуються інші форми інтелектуальної власності та ноу-хау.

Таблиця 3 – Відношення доходу від ліцензування до загальних витрат на дослідження [4, с. 155]

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Австралія	2,8	2,0	1,9	1,6	1,3	1,3	2,1	3,6	1,5	4,1
Канада	1,8	2,3	1,6	1,6	1,4	1,2	1,4	1,2	1,0	-
Європа	-	-	-	-	3,2	3,2	0,4	1,0	1,3	-
Великобританія	0,6	1,1	1,1	1,1	1,5	1,3	1,3	1,4	2,1	-
США	4,8	3,4	3,5	3,4	3,4	5,3	5,3	5,5	6,6	6,5

Висновки. Проведене дослідження дозволило зробити висновок про те, що університети є одними з ключових гравців на ринку інновацій, що підтверджується значною часткою їх участі в загальному обсязі виконаних НДДКР, яка в деяких розвинених країнах досягає навіть 60 %. А також тим, що валові витрати на університетські НДДКР, на відміну від бізнес-сектору, постійно зростали в період з 2007 по 2011 рр. Проте ефект від таких розробок для промисловості може бути відстрочений на досить значний період (близько 20 років). Найповніше уявлення про університетські інновації та трансфер знань надає дослідження статистичних даних щодо патентування і ліцензування. Ці дані свідчать про зростання залучення університетів до інноваційного процесу та підвищення їх ролі в ньому. Так, наприклад, за період з 1980 по 2010 рр. кількість заявок на патенти від університетів зросла на 35 %, тоді як загальне зростання становило лише 13 %. Можна виокремити декілька країн-лідерів у сфері університетських інновацій – це США та Китай. Так серед топ-10 заявників на патенти за процедурою РСТ серед вищих навчальних закладів – сім американських університетів. Нажаль, показники України в даній сфері є набагато скромнішими, внаслідок того, що значна частина результатів досліджень, отриманих університетами, залишається лише на папері у вигляді згенерованих наукових ідей.

Науковою новизною є удосконалення методологічних підходів до оцінки трансферу технологій на основі інноваційної діяльності університетів, що на відміну від існуючих, надає можливість більш точно детермінувати роль вищих навчальних закладів в процесі трансформації науково-технічних розробок в інновації, які мають застосування в промисловості.

Подальших наукових досліджень потребує аналіз динаміки трансферу технологій з врахуванням економічної ситуації у посткризовому періоді.

Список літератури: 1. Федоров М. П. Роль университетов в инновационной экономике // Инновации. – СПб., 2007. – № 02 (100). – С. 71 – 75. 2. Adams J. D. Fundamental Stocks of Knowledge

and Productivity Growth / J. D. Adams // Journal of Political Economy. – 1990. – № 98 (4). – С. 673 - 702. 3. Mansfield E. Academic Research and Industrial Innovation: An Update of Empirical Findings / E. Mansfield // Research Policy. – 1998. – № 26 (7 - 8). – С. 773 - 776. 4. World Intellectual Property Report: The Changing Face of Innovation [Електронний ресурс] / WIPO Economics & Statistics Series. – Режим доступу: http://www.wipo.int/freepublications/en/intproperty/944/wipo_pub_944_2011.pdf 5. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: [стат. збірник / відп. за випуск І. В. Калачова]. – К.: ДП «Інформаційно-видавничий центр Держстату України», 2012. – 305 с. 6. Main Science and Technology Indicators [Електронний ресурс] / OECD Directorate for Science, Technology and Industry. – Режим доступу: <http://www.oecd.org/sti/msti.htm> 7. PCT Yearly Review 2012 [Електронний ресурс] / WIPO Economics & Statistics Series. – Режим доступу: http://www.wipo.int/freepublications/en/patents/901/wipo_pub_901_2012.pdf

Надійшла до редакції 7.04.2013

УДК 658: 001.895

Роль університетів в інноваційному розвитку та трансфері технологій/ О.О. Гераськова, С. В. Войтко//Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - №45(1018) - С. 14-22. Бібліогр.: 7 назв.

Рассмотрены основные тенденции, характерные для инновационной деятельности высших учебных заведений. Определены основные направления влияния на промышленность трансфера знаний из университетов. Проанализирована динамика таких ключевых показателей, как инвестиции в НИОКР, патентирование, лицензирование и университетский трансфер технологий в избранных странах

Ключевые слова: трансфер технологий, университеты, инновации, анализ, патентирование и лицензирование.

The main tendencies, which are characteristic for the innovation activity at the higher educational institutions, are investigated in the article. The main directions of the impact of the transfer of knowledge from the universities on the industry are defined. The dynamics of such key indicators like investment in R&D, patenting, licensing and university transfer of knowledge in selected countries are analyzed.

Key words: transfer of technology, universities, innovations, analysis, patenting and licensing.

УДК 519.8

В. М. ГОРБАЧУК, канд. фіз.-мат. наук, ст. наук. співр., Інститут кібернетики імені В. М. Глушкова НАН України, Київ

ГАЛУЗЕВЕ ПРОГРАМУВАННЯ З ЕНДОГЕННИМИ ЦІНАМИ

Розвивається підхід математичного програмування для моделі часткової рівноваги галузі, що складається з усіх виробників даних продуктів. Лінійним функціям попиту і пропозиції відповідає агрегована задача квадратичного програмування.

Ключові слова: рівновага, ціна, попит, агрегація, математичне програмування.

© В. М. Горбачук, 2013

and Productivity Growth / J. D. Adams // Journal of Political Economy. – 1990. – № 98 (4). – С. 673 - 702. 3. Mansfield E. Academic Research and Industrial Innovation: An Update of Empirical Findings / E. Mansfield // Research Policy. – 1998. – № 26 (7 - 8). – С. 773 - 776. 4. World Intellectual Property Report: The Changing Face of Innovation [Електронний ресурс] / WIPO Economics & Statistics Series. – Режим доступу: http://www.wipo.int/freepublications/en/intproperty/944/wipo_pub_944_2011.pdf 5. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: [стат. збірник / відп. за випуск І. В. Калачова]. – К.: ДП «Інформаційно-видавничий центр Держстату України», 2012. – 305 с. 6. Main Science and Technology Indicators [Електронний ресурс] / OECD Directorate for Science, Technology and Industry. – Режим доступу: <http://www.oecd.org/sti/msti.htm> 7. PCT Yearly Review 2012 [Електронний ресурс] / WIPO Economics & Statistics Series. – Режим доступу: http://www.wipo.int/freepublications/en/patents/901/wipo_pub_901_2012.pdf

Надійшла до редакції 7.04.2013

УДК 658: 001.895

Роль університетів в інноваційному розвитку та трансфері технологій/ О.О. Гераськова, С. В. Войтко//Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - №45(1018) - С. 14-22. Бібліогр.: 7 назв.

Рассмотрены основные тенденции, характерные для инновационной деятельности высших учебных заведений. Определены основные направления влияния на промышленность трансфера знаний из университетов. Проанализирована динамика таких ключевых показателей, как инвестиции в НИОКР, патентирование, лицензирование и университетский трансфер технологий в избранных странах

Ключевые слова: трансфер технологий, университеты, инновации, анализ, патентирование и лицензирование.

The main tendencies, which are characteristic for the innovation activity at the higher educational institutions, are investigated in the article. The main directions of the impact of the transfer of knowledge from the universities on the industry are defined. The dynamics of such key indicators like investment in R&D, patenting, licensing and university transfer of knowledge in selected countries are analyzed.

Key words: transfer of technology, universities, innovations, analysis, patenting and licensing.

УДК 519.8

В. М. ГОРБАЧУК, канд. фіз.-мат. наук, ст. наук. співр., Інститут кібернетики імені В. М. Глушкова НАН України, Київ

ГАЛУЗЕВЕ ПРОГРАМУВАННЯ З ЕНДОГЕННИМИ ЦІНАМИ

Розвивається підхід математичного програмування для моделі часткової рівноваги галузі, що складається з усіх виробників даних продуктів. Лінійним функціям попиту і пропозиції відповідає агрегована задача квадратичного програмування.

Ключові слова: рівновага, ціна, попит, агрегація, математичне програмування.

© В. М. Горбачук, 2013

Постановка проблеми полягає в моделюванні впливу нових стратегій на випуск і ціну галузі [1, 2]. Розв'язання цієї актуальної проблеми ґрунтується на мікроекономічних, макроекономічних і маркетингових методах [1, 3–5], де корисним засобом виявилось математичне програмування [6].

Аналіз останніх досліджень оснований на широкому використанні великомасштабних моделей лінійного програмування з екзогенними цінами для моделювання впливу фермерських програм на сільськогосподарську галузь [7]. Ці великомасштабні моделі лінійного програмування включали обмежувальне припущення фіксованих ринкових обсягів або цін [7, р. 420], нехтуючи таким чином взаємозв'язки агрегованих ціни й обсягу. Галузевий аналіз, який визнає взаємозв'язок ціни й обсягу, можна розглядати як задачу просторової та/або міжчасової рівноваги. Нобелівський лауреат 1970 р. Самуельсон показав, що задачу часткової рівноваги в межах просторово відокремлених ринків можна звести до задачі математичного програмування [8]. Використовуючи залежні від цін функції попиту і пропозиції, постановка [8] була узагальнена так, що просторова структура цін, активних виробничих факторів, споживання визначалася через квадратичне програмування [9, 10].

Постановки квадратичного програмування стали поширеними [11, 12]. Використовуючи сепарабельне програмування, квадратичну цільову функцію можна наближувати лінійною так, щоб користуватися симплекс-методом [13] і значно розширювати вимірність і сферу застосування задач рівноваги.

Ціль роботи – сформулювати галузеву модель як задачу квадратичного програмування. Галузева модель математичного програмування типово містить діяльності, які представляють виробництво і споживання. Спочатку обговоримо поведінку окремого виробника, потім – процедуру агрегування окремих виробників і поведінкові характеристики агрегованого виробництва.

Основні результати полягають у дослідженні дій економічних утворень, які становлять дану галузь. В економічному аналізі зазвичай вважається, що галузь складається з великої кількості учасників, кожний з яких прагне оптимізувати деяку цільову функцію. Вважатимемо, що виробники і споживачі діють на конкурентних ринках як факторів, так і продуктів виробництва. Виробники випускають деякий обсяг однорідного продукту і конкурують за одні й ті самі фактори виробництва. Нехай кожний виробник має скінченну множину виробничих процесів, кожний з яких представляє певний спосіб поєднання не більше n власних факторів і не більше m куплених факторів, щоб виробити одиницю продукції. Кожний виробничий процес вважається технічно ефективним. Припускається, що виробник максимізує прибуток шляхом вибору цих виробничих процесів.

Допускаючи постійну віддачу від масштабу, виробник обирає рівень $x_{ik} \geq 0$ використання кожного купленого фактора $i=1, \dots, m$ у кожному виробничому процесі $k=1, \dots, p$ так, щоб максимізувати функцію прибутку

$$\Pi = \sum_{k=1}^p \left(\sum_{h=1}^S P_h Z_{hk} - \sum_{i=1}^m r_i X_{ik} \right), \quad (1)$$

де: P_h – ринкова ціна на одиницю випуску (продукту) $h=1, \dots, S$; $0 \leq Z_{hk}$ – обсяг

виробленого продукту h у виробничому процесі k ; r_i – ринкова ціна на одиницю купленого фактора i [14, 15].

Для кожного купленого фактора $i=1,...,m$ у кожному виробничому процесі $k=1,...,p$ має місце обмеження

$$X_{ik} = a_{ik} q_k, \quad (2)$$

де: $0 \leq q_k$ – рівень виробничого процесу k ; a_{ik} – обсяг купленого фактора i , потрібного одиниці виробничого процесу k .

Для кожного власного фактора $j=1,...,n$ у кожному виробничому процесі $k=1,...,p$ має місце обмеження

$$Y_{jk} = b_{jk} q_k, \quad (3)$$

де: $0 \leq Y_{jk}$ – рівень використання власного фактора j у виробничому процесі k ; b_{jk} – обсяг власного фактора j , потрібного одиниці виробничого процесу k . Для кожного продукту $h=1,...,S$ у кожному виробничому процесі $k=1,...,p$ виконується умова

$$Z_{hk} = c_{hk} q_k, \quad (4)$$

де c_{hk} – обсяг виробленого продукту h за одиницю виробничого процесу k . Якщо Y_j – обсяг наявного у виробника власного фактора j , то має місце

$$\sum_{k=1}^p Y_{jk} \leq Y_j. \quad (5)$$

Отже, виробник максимізує функцію свого прибутку (1), обираючи значення $q_k \geq 0$, $X_{ik} \geq 0$, $Y_{jk} \geq 0$, $Z_{hk} \geq 0$ при обмеженнях (2)–(5) і заданих параметрах a_{ik} , b_{jk} , c_{hk} , Y_j , а також цінах p_h , r_i . Випишемо функцію Лагранжа для задачі лінійного програмування (1)–(5) [16]:

$$L = \Pi + \sum_{j=1}^n \lambda_j \left(Y_j - \sum_{k=1}^p Y_{jk} \right) + \sum_{i=1}^m \sum_{k=1}^p v_{ik} (X_{ik} - a_{ik} q_k) + \sum_{j=1}^n \sum_{k=1}^p \omega_{jk} (Y_{jk} - b_{jk} q_k) + \sum_{h=1}^S \sum_{k=1}^p \sigma_{hk} (c_{hk} q_k - Z_{hk})$$

Тоді умови Куна – Такера дають необхідні і достатні умови, що точка q_k^* , X_{ik}^* , Y_{jk}^* , Z_{hk}^* , λ_j^* , v_{ik}^* , ω_{jk}^* , σ_{hk}^* є розв'язком даної задачі максимізації:

$$-\sum_{i=1}^m v_{ik}^* a_{ik} - \sum_{j=1}^n \omega_{jk}^* b_{jk} + \sum_{h=1}^S \sigma_{hk}^* c_{hk} = \frac{\partial L}{\partial q_k} = \begin{cases} 0, q_k > 0 \\ \leq 0, q_k = 0 \end{cases}, \quad (6)$$

$$-r_i + v_{ik}^* = \frac{\partial L}{\partial X_{ik}} = \begin{cases} 0, X_{ik} > 0 \\ \leq 0, X_{ik} = 0 \end{cases}, \quad (7)$$

$$-\lambda_j^* + \omega_{jk}^* = \frac{\partial L}{\partial Y_{jk}} = \begin{cases} 0, Y_{jk} > 0 \\ \leq 0, Y_{jk} = 0 \end{cases}, \quad (8)$$

$$p_h - \sigma_{hk}^* = \frac{\partial L}{\partial Z_{hk}} = \begin{cases} 0, Z_{hk} > 0 \\ \leq 0, Z_{hk} = 0 \end{cases}; \quad (9)$$

цей розв'язок також задовольняє всім обмеженням, зокрема обмеженням (2)–(5), та умовам доповнюючої нежорсткості, а всі тіньові ціни невід'ємні:

$$\lambda_j^* \geq 0, v_{ik}^* \geq 0, \omega_{jk}^* \geq 0, \sigma_{hk}^* \geq 0. \quad (10)$$

Якщо $Z_{hk}^* > 0$ (продукт h виробляється виробничим процесом k), то умова (9) задовольняється як рівність $P_h = \sigma_{hk}^*$, звідки в силу умови (6) маємо

$$\sum_{i=1}^m v_{ik}^* a_{ik} + \sum_{j=1}^n \omega_{jk}^* b_{jk} \geq \sum_{h=1}^S P_h c_{hk}. \quad (11)$$

Права частина нерівності (11) – це сумарний дохід виробника від одиниці виробничого процесу k , який дає продукти $h=1, \dots, S$. Оскільки в лівій частині нерівності (11) множники Лагранжа v_{ik}^* і ω_{jk}^* представляють умовно нараховані (imputed) ціни (цінності) відповідно куплених і власних факторів виробничого процесу k , то ліва частина (11) – це умовно нарахована вартість ресурсів одиниці виробничого процесу k . Нерівність (11) можна загалом інтерпретувати як граничну умову для максимізації прибутку – постачання продукту до межі, де його ціна спадає до граничних витрат.

Нерівність $r_i \geq v_{ik}^*$, що випливає з умови (7), можна вважати граничною умовою для максимізації прибутку – застосування змінного фактора до межі, де його нарахована ціна (граничний продукт) зростає до ціни фактора.

Нерівність $\lambda_j^* \geq \omega_{jk}^*$, яка випливає з умови (8), неявно означає, що нарахована ціна власного фактора j виробничого процесу k не перевищує нараховану граничну цінність наявності власного фактора j .

Вищезазначені граничні умови (6)–(9) задають правила, за якими виробники приймають рішення. За конкурентної структури окремі виробники не можуть впливати на ціни P_h та r_i . Коли за агрегації виробники галузі є значними споживачами фактора чи постачальниками продукту, то слід розглядати взаємозалежність між ціною й обсягом. Припустимо, існує залежність оберненого попиту на продукт галузі

$$P_h = f_h(Z, \Theta), \quad (12)$$

де: Θ – вектор екзогенних факторів;

Z – вектор з елементів, кожний з яких рівняється загальному виробництву продукту галузі.

Також припустимо, що існує залежність оберненої пропозиції для куплених факторів

$$r_i = g_i(X, \Gamma), \quad (13)$$

де: Γ – вектор екзогенних факторів;

X – вектор з елементів, кожний з яких рівняється загальному галузевому використанню куплених факторів.

Тепер можна сформулювати базову передумову для агрегованої моделі. Рівень виробництва окремого виробника у кожному виді діяльності має визначатися умовами оптимальності першого порядку. Крім того, мають враховуватися співвідношення попиту і пропозиції. Це веде до агрегованої моделі, де учасники поводяться індивідуально як малі конкурентні утворення, а ціна й обсяг визначаються колективно як ендogenous величини. Відтак побудуємо умови, які відбивають цю передумову, й розробимо оптимізаційну модель, яка дає ці умови. Це вимагає такого довизначення змінних, щоб включити вимірність виробника: скажімо, $0 \leq q_{lk}$ – рівень виробничого процесу k , який використовується виробником $l=1, \dots, L$;

$$q_k = \sum_{l=1}^L q_{lk} . \quad (14)$$

Аналогічно галузеве використання купленого фактора i дорівнює

$$X_i = \sum_{k=1}^p \sum_{l=1}^L X_{ilk} ; \quad (15)$$

галузева пропозиція продукту h рівняється

$$Z_h = \sum_{k=1}^p \sum_{l=1}^L Z_{hlk} ; \quad (16)$$

$$Y_j = \sum_{l=1}^L Y_{lj} , \quad (17)$$

де $0 \leq Y_{lj}$ – надбання виробника l власним фактором j ;

$$\sum_{k=1}^p Y_{jlk} \leq Y_{jl} ; \quad (18)$$

$$X_{ilk} = a_{ilk} q_{lk} ; \quad (19)$$

$$Y_{jlk} = b_{jlk} q_{lk} ; \quad (20)$$

$$Z_{hlk} = c_{hlk} q_{lk} . \quad (21)$$

На основі цих мікроумов побудуємо агреговані умови. По-перше, ціна p_h в умові (9) буде не константою, а функціональною залежністю (12). Якщо Z^* – вектор оптимальних рівнів випуску в залежності (12), то (9) і (12) дають

$$f_h(Z^*, \Theta) \leq \sigma_h^* , \quad (22)$$

де σ_h^* – двоїста змінна для обмеження (16). Аналогічно умови (7) і (15) дають

$$g_i(X^*, \Gamma) \geq v_i^* , \quad (23)$$

де X^* – вектор оптимальних рівнів використання куплених факторів у залежності (13),

а v_i^* – двоїста змінна для обмеження (15).

До того ж, кожний окремий виробник є ціноотримувачем, тобто рівняє ціну свого випуску h до агрегованої ціни p_h , а також споживає фактор i за агрегованою ціною r_i . Нарахована гранична вартість σ_{hik}^* виробника l , за якої він готовий продати продукт h , має бути не меншою, ніж агрегована нарахована ціна σ_h^* , тобто

$$\sigma_{hik}^* \geq \sigma_h^* , \quad (24)$$

а нарахована ціна v_{hik}^* купленого фактора i для виробника l має не перевищувати його агрегованої ціни v_i^* :

$$v_{hik}^* \leq v_i^* . \quad (25)$$

Для обмежень (22)–(25) також мають місце умови типу доповнюючої нежорсткості у випадках нульового випуску чи використання фактора.

Припустимо лінійність функцій попиту (12) і пропозиції (13):

$$P_h = G_h - H_h Z , \quad (26)$$

$$r_i = E_i + F_i X, \quad (27)$$

де G_h , E_i – деякі скаляри, а H_h , F_i – певні вектори-рядки.

Іноді умови рівноваги можна сформулювати як екстремальну задачу [17, р. 23]. Задача максимізації по $q_{lk} \geq 0$, $X_{ilk} \geq 0$, $Y_{jlk} \geq 0$, $Z_{hlk} \geq 0$ функції

$$Z^T G - 0.5 Z^T H Z - X E^T - 0.5 X^T F X \quad (28)$$

при обмеженнях (14)–(21) має умови оптимальності першого порядку (26), (27), оснований на процесі агрегації, де: G – вектор з елементів G_h ; E – вектор з елементів E_i ; H – матриця з вектор-рядків H_h ; F – матриця з вектор-рядків F_i ; Z^T – транспонована матриця Z . Це потребувало припущення, що функції попиту (12) і пропозиції (13) є інтегрованими, а також припущення, що ці функції є незалежними від рівня галузевої діяльності (розв’язок моделі (28), (14)–(21) є частковою рівновагою).

Умови першого порядку задачі (28), (14)–(21) включають нові двоїсті змінні v_i та σ_h для обмежень (15) та (16) відповідно, а також двоїсті мікрозмінні v_{ilk} , ω_{jlk} , σ_{hlk} для обмежень (19), (20), (21) відповідно. Якщо виробляється продукт h , то в умові (16) $Z_h > 0$, а при $Z_{hlk} > 0$ в умові (24) значення двоїстої змінної σ_{hlk}^* (граничних витрат) дорівнює ціні σ_h^* продукту з кривої попиту. Аналогічні міркування мають місце для купленого і власного фактора. Отже, постановка задачі (28), (14)–(21) означає, що задовольняються мікроекономічні умови виробництва конкурентної фірми.

Зазначимо, що цільова функція (28) представляє не прибуток виробника, а міру суми споживчого і виробничого надлишків внаслідок цінових залежностей попиту (на кожний продукт) і пропозиції (кожного фактора). Ця сума (чистий соціальний виграш) визначається як площа між кривими попиту і пропозиції зліва від їхнього перетину [18, р. 108].

Нобелівський лауреат 2007 р. Гурвіц показав, що інтегрованість стосується умов, за яких симетричною є матриця перших похідних функцій попиту на продукт і пропозиції факторів [19]. Це означає, що перехресні цінові (cross-price) ефекти є однаковими на всіх парах товарів. Наслідки цієї вимоги залежать від того, розглядається попит чи пропозиція. Якщо розглядаються функції пропозиції, то з класичних припущень теорії виробництва фактично впливають умови симетрії [20]. Якщо ж розглядаються функції попиту (агрегатами яких є функції задачі математичного програмування), то окрема така функція складається з ефекту доходу та симетричного ефекту заміщення; відтак перехресні цінові ефекти не обов’язково симетричні. Припущення інтегрованості вимагає симетричних перехресних цінових ефектів: вплив доходу на споживання має бути однаковим (зокрема нульовим) поміж усіх розглядуваних товарів. Загальноприйняте твердження щодо інтегрованості таке: коли матриця не є симетричною, то її можна домножити зліва і справа на вектор так, щоб результуючий добуток став симетричною матрицею, рівною аналогічному добутку для початкової матриці. Це можна зробити, усереднюючи перехресні члени добутку і вводячи їх на місця поза діагоналлю. Однак при цьому змінюватимуться значення похідних, а тому рівняння ціни і граничних

витрат вже не буде умовою оптимальності першого порядку. Отже, така чисельно коректна процедура відбирає економічний сенс у даної моделі.

Моделі, які не вимагають припущення інтегрованості, можна формулювати шляхом включення змінних ціни й обсягу у початкову постановку [21]. Тоді рівноважні обмеження ціни й обсягу накладаються на початкову постановку, на відміну від постановки задачі квадратичного програмування, де рівноважні обмеження обсягу наявні лише у початковій постановці, а рівноважні обмеження ціни виводяться з умов Куна – Такера. Якщо функції попиту на продукт і пропозиції факторів є лінійними, то модель можна розглядати як задачу програмування лінійної доповнюваності [18]. За відсутності припущення інтегрованості, цільова функція не представляє область між агрегованими функціями пропозиції і попиту, тобто не представляє чистий соціальний добробут [18].

Припущення часткової рівноваги виникає тому, що постановка не охоплює доход, генерований галуззю при одночасному зсуві функції попиту моделі. Це не дуже важливо, коли модельована галузь є малою (відносно всієї економіки). Коли ж модельована галузь (модельований набір галузей) не є малою, то відповідний доход може серйозно впливати на агрегований споживчий попит. У постановці, яка не вимагає припущення часткової рівноваги, можна побудувати лагову взаємозалежність агрегованого споживчого попиту у поточному та попередньому періодах [22]. Така конструкція застосовується в моделі одночасної загальної рівноваги, де попит змінюється як функція поточного доходу [23]. Інтегрованість є також наслідком постановки [23] при явному введенні ефекту доходу, не торкаючись симетричного ефекту заміщення.

Якщо теоретичні моделі явним чином агрегують окремих виробників, то емпіричні дослідження намагаються ідентифікувати однорідні групи споживачів (виробників). Кожній такій групі відповідає репрезентативний споживач (виробник). Цей підхід значно знижує вимірність моделі, але вводить зсунення агрегації. Запропоновані умови, що мінімізують таке зсунення. Класифікація фірм на основі найбільш лімітуючого ресурсу для кожного продукту дає менше зсунення, ніж класифікація на основі просто розміру чи типу фірми [24, 25]. Така процедура була поширена на багатоперіодні моделі, що використовуються для моделювання галузі [25].

Висновки. Галузеве програмування базується на агрегації, але не обмежується групуванням виробників. Часто галузеві моделі стосуються регіонів, де виробники поділяють спільні ресурси (наприклад, землю й найману працю), є кліматично і географічно близькими, мають однакові ціни.

Список літератури: 1. Горбачук В. М. Методи індустріальної організації. Кейси та вправи. Економіка та організація виробництва. Економічна кібернетика. Економіка підприємства. – К.: А.С.К., 2010. – 224 с. 2. Горбачук В. М., Любіч О. О. Соціально-економічний розвиток ХХ сторіччя: цілі, моделі, дані, стратегії, міри ефективності // Моделювання та інформатизація соціально-економічного розвитку України. – 2010. – Вип. 11. – С. 3–27. 3. Горбачук В. М. Макроекономічні методи. – К.: Альтепрес, 1999. – 263 с. 4. Горбачук В. М. Макроекономічні методи: теорії та застосування. – К.: Київ, 2000. – 271 с. 5. Перерва П. Г., Косенко А.В., Долина І.В. Розвиток маркетингових методів формування цін на наукову продукцію // Вісник НТУ «ХПІ». Сер.: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – 2011. – № 7. – С. 152–157. 6. Blitzer C. R., Clark P.

B., Taylor L. Economy-wide models and development planning. – London: Oxford University Press, 1975. 7. Heady E. O., Srivastava U. K. Spatial sector programming models in agriculture. – Ames: Iowa State University Press, 1975. 8. Samuelson P. A. Spatial price equilibrium and linear programming // American economic review. – 1952. – 42. – P. 283–303. 9. Takayama T., Judge G. G. Equilibrium among spatially separated markets: a reformulation // Econometrica. – 1964. – 32. – P. 510–524. 10. Takayama T., Judge G. G. An interregional activity analysis model of the agricultural sector // Journal of farm economics. – 1964. – 49. – P. 349–365. 11. Judge G. G., Takayama T. Studies in economic planning over space and time. – Amsterdam: North-Holland Publishing, 1973. 12. Hall H., Heady E. O., Stoecker A., Sposito V. A. Spatial equilibrium in U. S. agriculture: a quadratic programming analysis // SIAM review. – 1975. – 17. – P. 323–338. 13. Duloy J. H., Norton R. D. Prices and incomes in linear programming models // American journal of agricultural economics. – 1975. – 57. – P. 292–301. 14. Naylor T. H. The theory of the firm: a comparison of marginal analysis and linear programming // Southern economic journal. – 1966. – 32. – P. 263–274. 15. Нэйлор Т. Машинные имитационные эксперименты с моделями экономических систем. – М.: Мир, 1975. – 392 с. 16. McCarl B. A., Spreen T. H. Price endogenous mathematical programming as a tool for sector analysis // American journal of agricultural economics. – 1980. – 62 (1). – P. 87–102. 17. Samuelson P. A. Foundations of economic analysis. – Cambridge: Harvard University Press, 1947. 18. Takayama T., Judge G. G. Spatial and temporal price and allocation models. – Amsterdam: North-Holland Publishing, 1971. 19. Hurwicz L., Uzawa H. On the integrability of demand functions / Preferences, utility and demand. Minnesota Symposium. J. S. Chipman, L. Hurwicz, M. K. Richter, H. F. Sonnenschein (eds.) – New York: Harcourt, Brace & Co., 1971. 20. Zusman F. The stability of interregional competition and the programming approach to the analysis of spatial trade equilibria // Metroeconomica. – 1969. – 21. – P. 45–57. 21. Plessner Y., Heady E. O. Competitive equilibrium solutions with quadratic programming // Metroeconomica. – 1965. – 17. – P. 117–130. 22. Yaron D. Incorporation of income effects into mathematical programming models // Metroeconomica. – 1967. – 19. – P. 141–160. 23. Norton R. D., Scandizzo P. L. Market equilibrium computations in activity analysis models. – Washington, DC: World Bank, 1979. 24. Sheehy S. J., McAlexander R. H. Selection of representative benchmark farm for supply estimation // Journal of farm economics. – 1965. – 47. – P. 681–695. 25. Buckwell A. E., Hazell P. B. R. Implications of aggregation bias for the construction of static and dynamic linear programming supply models // Journal of agricultural economics. – 1972. – 23. – P. 119–134.

Надійшла до редколегії 15.03.2013

УДК 519.8

Галузеве програмування з ендегенними цінами /В. М. Горбачук // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. – 2013. – №45(1018) – С. 22-29. Бібліогр.: 7 назв.

Развивается подход математического программирования для модели частичного равновесия отрасли состоит из всех производителей данных продуктов. Линейным функциям спроса и предложения соответствует агрегированная задача квадратичного программирования.

Ключевые слова: равновесие, цена, спрос, агрегация, математическое программирование.

Developing mathematical programming approach for partial equilibrium sector consisting of all manufacturers of these products. Linear function of supply and demand meet aggregated quadratic programming problem.

Keywords: equilibrium price, demand aggregation, mathematical programming.

В.В. ДЯЧЕК, аспірант, викладач, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНА АКТУАЛЬНІСТЬ ІНДИКАТИВНОГО ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ СУЧАСНОЮ ЕКОНОМІКОЮ

Стаття присвячена дослідженню індикативного державного управління сучасною економікою. Було проведено аналіз наукової літератури, думок вчених-економістів щодо стану та розвитку індикативного управління, його суті та змісту. В результаті автором було розглянуто види та форми макроекономічного планування, умови при яких ці форми застосовуються, зроблено порівняльний аналіз та обґрунтовано актуальність індикативного державного управління сучасною економікою та перспективи подальших досліджень даного питання.

Ключові слова: державне управління, макроекономічне планування, індикативне планування, директивне планування, функції управління, планові показники, форми власності.

Актуальність теми: з поглибленням глобалізації та міжнародної спеціалізації, збільшенням впливу великих підприємств та транснаціональних і багатонаціональних корпорацій у внутрішній економічній системі держави збільшується кількість акторів, які активно впливають на зазначену систему взагалі. Через що існуючі державні моделі управління стають неефективними. Великі транснаціональні корпорації іноді є рівними чи навіть більшими за кількістю персоналу та товарообігу країни, в якій вона представлена, завдяки чому вона істотно може впливати не тільки на економічну систему держави, а і на політичну. Збалансований розвиток країни досягається декількома шляхами: командно-адміністративними чи демократичними. Перший не дістав великої популярності серед країн світу через недосконалість механізму втілення.

Українська державна цільова програма розвитку інвестиційної діяльності на 2011–2015 роки має на меті концентрацію ресурсів для активізації інвестиційної діяльності, спрямованої на модернізацію економіки та забезпечення сталого економічного розвитку.

Тому дослідження індикативного державного управління як одного з можливих видів управління у сучасних економічних умовах є актуальним.

Об'єкт: економічна система країни.

Предмет: державне управління економічною системою країни.

Мета: визначення оптимальної форми державного управління економічною системою в кризових та посткризових умовах.

Методи: в дослідженні були використані як загальнонаукові методи дослідження, серед яких найбільш використовувані наукове узагальнення, аналіз та синтез, так і спеціальні, зокрема аналіз документів.

Виклад основного матеріалу:

Місією державного управління є збалансований сталий розвиток суспільства, яка виражається у сукупності груп цілей, яку узагальнив та графічно представив їх

© В.В. Дячек, 2013

взаємозв'язок Я. Тінберген (рис. 1). З якого видно, що виділені цілі тісно пов'язані між собою і при втіленні чи зневазі однієї з них – останні зазнають змін.

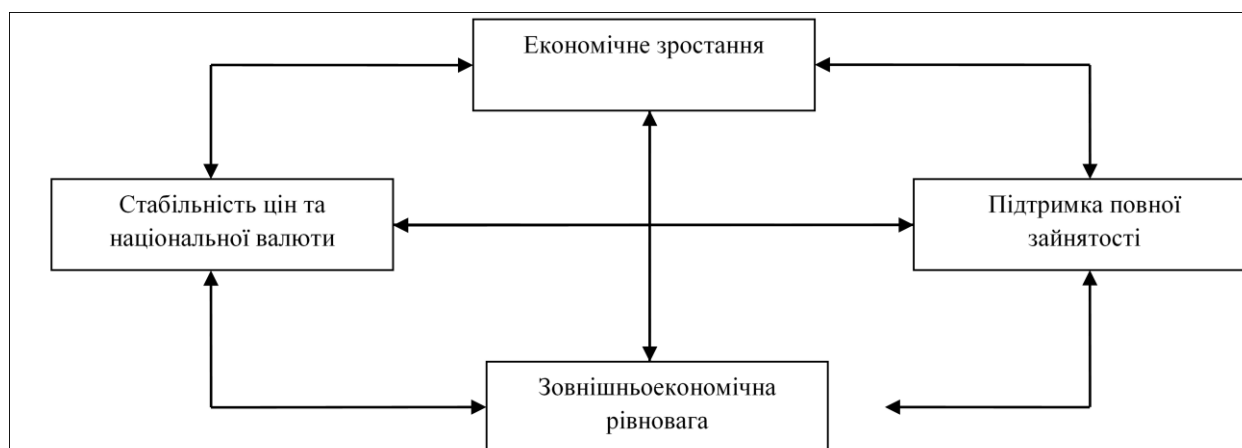


Рис. 1 - Багатокутник цілей державного управління Я. Тінбергена [1, с. 42]

Реалізація цілей державного управління економічною системою передбачає розробку та функціонування організаційного механізму регулювання, головними елементами якого є система законів та стандартів, інституційна система управління розвитку економіки, сукупність фінансово-економічних засобів, інформаційне забезпечення, політика соціальних перетворень [1, 17]. Перші два елементи організаційного механізму є базовими, принциповими та незмінними у коротко- та середньостроковій перспективі. Останні ж, сукупність фінансово-економічних засобів, інформаційне забезпечення, політика соціальних перетворень, можуть змінюватися відповідно до цілей Держави.

Макроекономічне планування – це цілеспрямована діяльність органів державного управління із забезпечення пропорційного й динамічного розвитку суспільства, визначення основних параметрів економіки в майбутньому та досягнення їх з найменшими витратами суспільної праці. [Швайка, с. 108].

Стратегічна мета планування розвитку національної економіки полягає у забезпеченні втілення визначених цілей державного управління. Завдання макроекономічного планування зводиться до забезпечення макроекономічної рівноваги і збалансованості, стабільного розвитку, високої конкурентоспроможності вітчизняної економіки, соціальної справедливості та екологічної безпеки. Планування передбачає розробку та обґрунтування планових показників, які характеризують розвиток економіки в майбутньому; економічних нормативів, які визначають взаємовідносини з державою та її органами управління.

Макроекономічне планування як спеціальний інструмент державного регулювання економіки виконує такі функції:

1. Конкретизацію цілей та пріоритетів розвитку національної економіки;
2. Забезпечення оптимального варіанта розвитку економіки;
3. Координацію економічної діяльності суб'єктів господарювання;
4. Контроль за ходом реалізації цілей та завдань, оперативне регулювання умов господарювання або зміну завдань економічної політики держави.

Але автор також виходить з того, що державному управлінню як особливому виду управління (виходячи з його суб'єкта) притаманні загальні функції управління: планування, організація, мотивація та контроль. Зазначені елементи тісно взаємопов'язані та взаємодіють. Функція планування є першочерговою, тому що саме вона виходячи із стратегічних цілей визначає порядок дій, зміст останніх та їх впровадження для досягнення зазначених цілей, відповідаючи на наступні питання [3, с. 74]:

1. Дати оцінку поточній ситуації
2. Дати оцінку ситуації, яка має скластися після досягнення цілей, цільової ситуації.
3. Визначити яким чином буде досягнуто поставлені цілі.

Таким чином, планування визначає як організувати процес досягнення цілей, мотивувати людей та контролює процес досягнення цілей виходячи із уявлення цільової ситуації.

В теорії державного управління виділяють декілька видів планування за різними ознаками, класифікацію цих видів представлено на рисунку 2.

Сучасні вчені-економісти виділяють чотири форми макроекономічного планування: директивне, індирективне, регулятивне та індикативне. Найбільше застосовується дві форми – директивне та індикативне, інші розглядаються як похідні від попередніх [2, с. 111].

Директивне планування діяло в більшості країн з централізованою системою управління економікою, суть якого полягала в централізованому встановленню планових показників, що розробляються вищою за рівнем ланкою управління народним господарством і доводяться нею нижчій за рівнем ланці для обов'язкового виконання. Виконання доведених планових показників забезпечувалося виділенням відповідних фондів, трудових ресурсів і стимулювалося преміями та відзнаками. За невиконання планових завдань керівники несли персональну відповідальність.



Рис.2 - Класифікація макроекономічних планів за ознаками [2, с. 110]

Індикативне планування передбачає процес формування заходів рекомендаційного характеру, спрямованих на досягнення цілей соціально-економічної політики держави і створення таких умов для суб'єктів господарювання, які б спонукали їх до виконання поставлених завдань. Індикативне планування характерне для змішаної економіки.

Індивідуальне відрізняється від директивного застосуванням директивних економічних важелів впливу на суб'єкти господарювання, відмови від адміністративних стягнень за невиконання планових завдань, що забезпечує повну свободу суб'єктам економіки. Проте ця форма не передбачає забезпечення ресурсами. Таким чином ця форма планування є більш ефективною, ніж директивне планування, але має ті самі недоліки.

Регулятивне планування має багато спільного з індикативним. Відмінність полягає у більш глибокому впливі на державний сектор економіки за допомогою прямих адміністративних та економічних важелів; активному впливі на приватний сектор шляхом матеріального стимулювання за виконання планових завдань.

Тому виділяють два основні види планування: директивне та індикативне планування, характеристики яких зведено у таблицю.

На сьогодні вчені-економісти виділяють ще наступні підходи до визначення терміну індикативного планування, що акцентує увагу на відносно різні його сторони та функції і спирається на досвід різних країн.

Перший підхід передбачає, що індикативне планування – це макропланування при самостійності підприємств. Прикладом цього підходу слугує Китай, де підприємства у своїй більшості є державними, але діють як самостійні агенти, тому планування має індикативний, а не директивний характер [4, с. 41].

Відповідно до другого підходу, прийнятому в Японії, індикативне планування – це орієнтування приватних підприємств на виконання задач, які формуються державою. Тобто загальнодержавні плани соціально-економічного розвитку, що розробляються державою, формально не є законом, а являють собою державні програми, що орієнтують та мобілізують окремі ланцюги економічної структури на виконання цих програм у загальнодержавних інтересах.

Третій підкреслює, що індикативний план містить обов'язкові завдання для держави та державного сектору. Приватні підприємства орієнтуються на індикативний план, який є по суті планом дій самого могутнього ринкового суб'єкту – держави, навіть якщо індикативний план є не обов'язковий для виконання для приватного сектору. Відповідно державний індикативний план розуміється як «система показників, що реалізують центральне управління та непряме регулювання різноманітних секторів економіки, перш за все державного. Він включає як показники, що орієнтують (контрольні цифри), які мають лише інформаційне значення для підприємств та галузей, так і директивні показники – обсяг державного замовлення, ліміти, економічні регулятори (включаючи нормативні ціни, податки, відсоткові ставки, акцизи, тощо). Даний підхід дуже близький до регулятивного планування та відповідно управління.

Згідно до четвертого підходу, індикативне планування є механізмом координації дій та інтересів держави та інших суб'єктів економіки. Крім інформаційного значення таке планування виконує координаційну роль, яка має на увазі узгодження діяльності

центру, галузей та підприємств у процесі самостійної розробки останніми їх виробничо-господарських програм. Яскравим прикладом такої політики є Франція, де уряд впливає на економічний розвиток більш за допомогою координації та забезпечення інформації, ніж шляхом прийняття рішень та видачі вказівок.

Таблиця - Характеристика видів планування

№ з/с	Ознака	Форми планування	
		Директивне	Індикативне
1	Формування мети і завдань розвитку суб'єктів господарювання	Визначення нормативними документами і рішеннями центральних органів виконавчої влади без урахування можливостей суб'єктів господарювання та ринку	Визначення самостійно з урахування внутрішнього і зовнішнього становища суб'єктів господарювання
2	Забезпечення процедури складання планів	Суворе регламентація процесу планування, встановлення контрольних цифр, лімітів, норм і нормативів, замовників, постачальників ресурсів, цін і тарифів	Самостійна ініціатива підприємств щодо доцільності складання планів, їх структури, вихідних даних та запланованих результатів діяльності
3	Відповідність за результати планової діяльності	Суворе відповідальність за невиконання планових завдань	Відсутність відповідальності, посилення аналізу причин невиконання планових завдань
4	Використання виробничих ресурсів	Забезпечення найбільш повного використання виробничих ресурсів	Оптимізація виробничих ресурсів відповідно до виробничих завдань
5	Врахування конкуренції	Конкуренція відсутня, а діяльність однорідних суб'єктів господарювання регулюється в централізованому порядку	Самостійно визначається вплив конкуренції, передбачаються кошти на підвищення конкурентних переваг і витрат на ризики, пов'язані з конкурентами
6	Форма власності	Державна	Змішана
7	Стимулювання виконання завдань	Активні форми матеріального та морального стимулювання	Добровільна ініціатива суб'єкта господарювання

Слід зазначити, що через особливості директивного планування, останнє не можливо застосувати у економіці, в якій наявна власність, що не піддається прямому керуванню з боку держави. Так в Україні згідно до цивільного кодексу існують наступні форми власності [5, ст. 324-327]:

1. Власність українського народу;
2. Приватна власність;
3. Державна власність;
4. Комунальна власність.

Згідно до Конституції України, ст.. 43 право приватної власності є непорушним. Що витікає у статті 321 Господарського кодексу України, та згідно ст. 320, п.1 власник має право використовувати своє майно для здійснення підприємницької діяльності, крім випадків, встановлених законом. А згідно ст. 319 власник,

користується, розпоряджається своїм майном на власний розсуд, має право вчиняти щодо свого майна будь-які дії, які не суперечать закону, при здійсненні своїх прав та виконанні обов'язків він зобов'язаний дотримуватися моральних засад суспільства. Тому використання адміністративних заходів обмежується певною межею, що витікає з вище зазначених прав, та неможливість використовувати директивне планування.

Висновок. В результаті проведеного дослідження можна дати наступне визначення терміну «Індикативне державне управління»:

Індикативне управління – це специфічний вид державного управління, який полягає у розробці системи показників (індикаторів) економічного розвитку шляхом узгодження цілей державного і недержавного секторів економіки, мотивації даних суб'єктів, їх організації та контролю за допомогою важелів економічних стимулів та інформування.

В сучасних посткризових умовах, в умовах високої ентропії на внутрішніх та зовнішніх ринках, Українській державі доцільно використовувати індикативне управління для більш ефективного використання економічного, природного та людського потенціалу.

Список літератури: 1. Сидорович А.В. Курс экономической теории : общин основы экономической теории. Микроэкономика, макроэкономика. Основы национальной экономики : Учебное пособие / А.В. Сидорович, Т.А. Агапова и др. – М. : Дело и сервис, 2001. – 832 с. 2. Швайка Л. А. Державне регулювання економіки : Підручник / Л.А. Швайка. – К. : Знання, 2008. – 462 с. 3. Мескон М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 2005. – 720 с. 4. Левинталь А.Б. Индикативное планирование и проведение региональной политики / А.Б. Левинталь, Ф.Ф. Пашенко, под общ. Ред. А.Б. Левинталь. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 368 с. 5. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс] : від 16.01.2003 р. N 435-IV // Відомості Верховної Ради України. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua. 6. Конституція України [Електронний ресурс] : від 28.06.1996р. // Відомості Верховної Ради України. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua. 7. Бабич Д. В. Державне регулювання економіки в умовах ринку /Д. В. Бабич. – Х. : Основа, 1997. – 407 с. 8. Кузык Б.Н. Прогнозирование, стратегическое планирование, национальное программирование : Учебник / Б.Н. Кузык, В.И. Кулиш. – М. : Экономика, 2008. – 575 с.

Надійшла до редколегії 6.04.2013

УДК 332.025.12

Науково-теоретична актуальність індикативного державного управління сучасною економікою / В.В. Дячек // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45(1018) - С. 30-36. Бібліогр.: 7 назв.

Статья посвящена исследованию индикативного государственного управлению современной экономикой. Был проведен анализ современной научной литературы, мнений ученых-экономистов относительно состояния и развития индикативного управления, его сущности и содержания. В результате автором было рассмотрено виды и формы макроэкономического планирования, условия при которых они применяются, проведен их сравнительный анализ, обосновано актуальность индикативного государственного управления современной экономикой и перспективы дальнейшего исследования данного вопроса.

Ключевые слова: государственное управление, макроэкономическое планирование, индикативное планирование, директивное планирования, функции планирования, плановые показатели, формы собственности.

The article deals with the indicative state management of modern economies. It was conducted a review of current scientific literature, the views of economists about the state and development of the indicative management, its nature and content. As a result, the author has examined the types and forms of macroeconomic

planning, the conditions under which they are used, conducted a comparative analysis, and grounded the topicality of the indicative governance of modern economy and the prospects for further study of the issue.

Keywords: governance, macroeconomic planning, indicative planning, directive planning, planning functions, planned figures, ownership.

УДК 658.26

В.В. ДЖЕДЖУЛА, канд. тех. наук, докторант, Хмельницький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У роботі розглянуто особливості впровадження організаційно-економічного механізму підвищення енергоефективності промислових підприємств. Обґрунтовано ресурси, інструменти та основні етапи даного процесу. Запропоновано структурно-логічну схему моніторингу ефективності реалізації організаційно-економічного механізму.

Ключові слова: енергозбереження, організаційно-економічний механізм, промислові підприємства, енергоефективність.

Вступ. Постановка проблеми. Підвищення рівня прибутковості промислового підприємства, зменшення екологічного навантаження на довколишнє середовище, зменшення споживання енергетичних ресурсів і, відповідно, зменшення ризиків банкрутства підприємства можливо здійснити шляхом запровадження організаційно-економічного механізму підвищення енергоефективності [1].

Головним недоліком сучасних організаційно-економічних механізмів у сфері управління основними засобами є їх недостатня конкретність і формальний підхід, просте підсумовування різних пропозицій без їх поєднання у цілісний механізм [2, с. 198]. Тому для ефективної реалізації механізму необхідно, окрім формування сукупності рішень технічного, організаційного, економічного, виробничого спрямування, розробити дієві напрямки моніторингу та реагування на результати його впровадження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженнями, направленими на розробку і впровадження механізмів енергоефективності у промисловості, присвячені роботи О. М. Алімова [3], В.В. Микитенко [4], Л.В. Дейнеко [5], С.А. Михайлова [6], Т.В. Сердюк [7], Титяєв В. И. [8] та багатьох інших.

Залишаються невирішеними питання, що стосуються особливостей впровадження організаційно-економічного механізму підвищення енергоефективності промислових

© В.В. Джеджула, 2013

The article deals with the indicative state management of modern economies. It was conducted a review of current scientific literature, the views of economists about the state and development of the indicative management, its nature and content. As a result, the author has examined the types and forms of macroeconomic

planning, the conditions under which they are used, conducted a comparative analysis, and grounded the topicality of the indicative governance of modern economy and the prospects for further study of the issue.

Keywords: governance, macroeconomic planning, indicative planning, directive planning, planning functions, planned figures, ownership.

УДК 658.26

В.В. ДЖЕДЖУЛА, канд. тех. наук, докторант, Хмельницький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У роботі розглянуто особливості впровадження організаційно-економічного механізму підвищення енергоефективності промислових підприємств. Обґрунтовано ресурси, інструменти та основні етапи даного процесу. Запропоновано структурно-логічну схему моніторингу ефективності реалізації організаційно-економічного механізму.

Ключові слова: енергозбереження, організаційно-економічний механізм, промислові підприємства, енергоефективність.

Вступ. Постановка проблеми. Підвищення рівня прибутковості промислового підприємства, зменшення екологічного навантаження на довколишнє середовище, зменшення споживання енергетичних ресурсів і, відповідно, зменшення ризиків банкрутства підприємства можливо здійснити шляхом запровадження організаційно-економічного механізму підвищення енергоефективності [1].

Головним недоліком сучасних організаційно-економічних механізмів у сфері управління основними засобами є їх недостатня конкретність і формальний підхід, просте підсумовування різних пропозицій без їх поєднання у цілісний механізм [2, с. 198]. Тому для ефективної реалізації механізму необхідно, окрім формування сукупності рішень технічного, організаційного, економічного, виробничого спрямування, розробити дієві напрямки моніторингу та реагування на результати його впровадження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженнями, направленими на розробку і впровадження механізмів енергоефективності у промисловості, присвячені роботи О. М. Алімова [3], В.В. Микитенко [4], Л.В. Дейнеко [5], С.А. Михайлова [6], Т.В. Сердюк [7], Титяєв В. И. [8] та багатьох інших.

Залишаються невирішеними питання, що стосуються особливостей впровадження організаційно-економічного механізму підвищення енергоефективності промислових

© В.В. Джеджула, 2013

підприємств: ресурси, інструменти та етапи процесу впровадження. Недослідженими також залишаються аспекти моніторингу ефективності реалізації організаційно-економічного механізму.

Метою статті є обґрунтування ресурсів, інструментів, етапів процесу впровадження та моніторингу реалізації організаційно-економічного механізму підвищення енергоефективності промислових підприємств (ОЕМ). Для вирішення поставленої мети необхідно вирішити наступні **задачі**:

- розглянути можливі ресурси та інструменти впровадження ОЕМ;
- обґрунтувати етапи впровадження ОЕМ на підприємстві;
- розробити алгоритм моніторингу ефективності реалізації організаційно-економічного механізму.

Результати досліджень. Ефективне впровадження організаційно-економічних рішень підвищення енергоефективності промислового виробництва може бути досягнуте за рахунок використання наступних ресурсів:

– за рахунок **зовнішніх** залучених ресурсів фінансового і трудового характеру: залучених короткострокових і довгострокових кредитів, випуску акцій та закордонних або місцевих інвестицій. Повністю практично реалізувати механізм можна за допомогою залучених фахівців енергоаудиторів і енергоменеджерів. Даний напрямок є найбільш витратним і може використовуватися лише тоді, коли менеджмент підприємства не має власних фахівців необхідної кваліфікації або хоче отримати повністю незалежну оцінку стану енергоспоживання. Залучення фінансових ресурсів повинно детально обґрунтовуватися.

– за рахунок **зовнішніх і внутрішніх** фінансових і трудових ресурсів. На початковому етапі впровадження механізму на підприємство запрошується енергоаудиторська компанія, яка і розробляє перелік організаційних і витратних заходів з енергозбереження, проводить навчання персоналу, лекції для працівників підприємства, формує економічні і організаційні важелі впливу.

Використання власних і залучених коштів також у більшості випадків є оптимальним джерелом інвестування заходів з енергозбереження.

– за рахунок **внутрішніх** ресурсів. Доцільність використання лише власних коштів для фінансування заходів, передбачених механізмом обґрунтовується менеджментом підприємства. Складовою частиною ОЕМ є енергетичний аудит, який будуть проводити лише сертифіковані компанії, тому за рахунок внутрішніх трудових ресурсів підприємства впровадити організаційно-економічний механізм не є можливим.

На нашу думку, найбільш оптимальним є другий варіант впровадження. Самостійно підприємство не в змозі реалізувати всі напрямки і положення механізму. Це пов'язано насамперед з відсутністю кваліфікованих кадрів (енергоаудиторів), недостатньою об'єктивністю оцінки енерго- споживання зацікавленими особами, недостатнім інструментально-методичним забезпеченням. Окрім означених причин, також існує сукупність нормативних обмежень на проведення енергетичного аудиту і відповідно – економіко-енергетичного обстеження.

До основного інструменту впровадження механізму можна віднести мотивацію, яка ґрунтується на фінансових і заохочувальних аспектах. До фінансових аспектів мотивації працівників підприємства до енергозбереження можна віднести:

- премії, пропорційні вартості річної збереженої енергії;
- бонуси;
- надання соціальних пакетів;
- цінні подарунки, путівки на відпочинок.

До заохочувальних аспектів відноситься:

- надання додаткових днів до відпустки;
- скорочення робочого дня;
- нагородження грамотами, подяками, пам'ятними знаками та іншим.

Окрім мотиваційних інструментів, на підприємстві повинна бути впроваджена обернена їй система стягнень, яка ґрунтується на штрафних, зменшеннях величин премій, скороченні додаткових днів до відпустки та інших напрямках, що не суперечать трудовому законодавству і узгоджені керівництвом підприємства з профспілковими комітетами.

Структурну схему процесу впровадження організаційно-економічного механізму зображено на рис. 1. Даний процес складається з трьох основних кроків:

- перший крок - підготовка до впровадження. На даному кроці вирішуються питання вибору термінів і об'єктів реалізації, проводяться передпроектні дослідження та аналіз досвіду впровадження подібних організаційних систем. Третім етапом першого кроку є вибір відповідальних осіб підприємства і формування експертної групи;

- другий крок – вибір ресурсів реалізації механізму: зовнішніх або внутрішніх. Також в межах даного кроку формується система мотиваційних стимулів і стягнень за порушення процесу впровадження;

- третій крок – введення в дію. Даний крок містить у собі напрямки, пов'язані з впровадженням у реалізацію механізму, його використання та аналіз його дії і при необхідності коригування з метою оптимізації.

У результаті реалізації зазначених кроків досягається злагоджена система функціонування організаційно-економічного механізму.

Реалізація організаційно-економічного механізму без моніторингу його підтримки на всіх структурних рівнях підприємства може призвести до поступового згасання недостатньо мотивованих організаційних рішень і недостатньої організаційної, технічної, виробничої підтримки впроваджених енергозберігаючих заходів. Тому для ефективного виконання запропонованих рішень всіма задіяними у процес працівниками підприємства постає необхідність у впровадженні комплексу дій, направлених на моніторинг існуючої ситуації (див. рис. 2).

Реалізація механізму моніторингу здійснюється за двома основними напрямками:

- перший напрямок «моніторинг показників енергоспоживання». Метою даного процесу є порівняння фактичних з проектними показниками прибутку, енергоємності продукції, зменшення шкідливих викидів та інших характеристик підприємства, що досягаються в результаті впровадження організаційно-економічного механізму (ОЕМ). Якщо показники не будуть досягнуті, то відбувається аналіз причин недосягнення цільових значень енергоспоживання. У даній схемі пропонуються три основні причини: невиконані заходи, заходи, що не забезпечили досягнення цільових показників, обрані показники не відображають зміну у енергоспоживанні. В залежності від

виявленої причини відбувається коригування механізму. Даний напрямок належить до внутрішніх умов реалізації OEM.

- другий напрямок пов'язаний із зовнішніми умовами, що можуть впливати на підприємство і здійснювати зміни у результативності OEM. Для цього проводять діагностику фінансового стану підприємства, досліджують, чи не змінилася вартість енергоносіїв або нормативні вимоги до енергоефективності на підприємстві. Зміна обсягів виробництва, підвищена зношеність обладнання, кредиторські зобов'язання, що не дали можливості у повній мірі виконати всі вимоги OEM, та інші фінансові фактори можуть призводити як до погіршення, так і до поліпшення результуючих показників. Зміна вартості енергоносіїв не дозволить отримати розрахункової прибутковості, що в свою чергу змінить показники ефективності всього OEM. Зростання вимог до енергоефективності у нових нормативних документах також може призвести до ситуації, при якій у механізм закладені занижені вимоги до економії енергії. Аналіз всіх факторів у другому напрямку дозволяє виконати при необхідності коригування цільових значень енергоефективності підприємства.

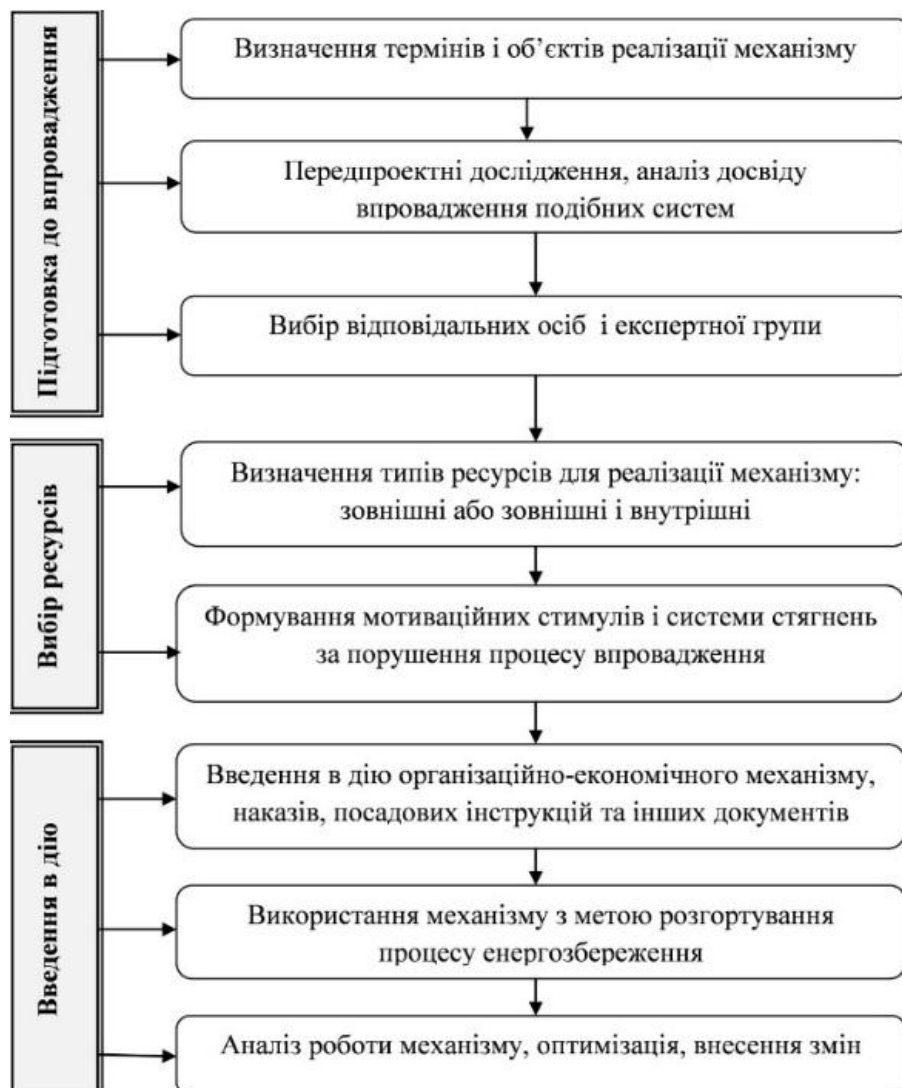


Рис. 1 – Структурна схема процесу впровадження організаційно-економічного механізму

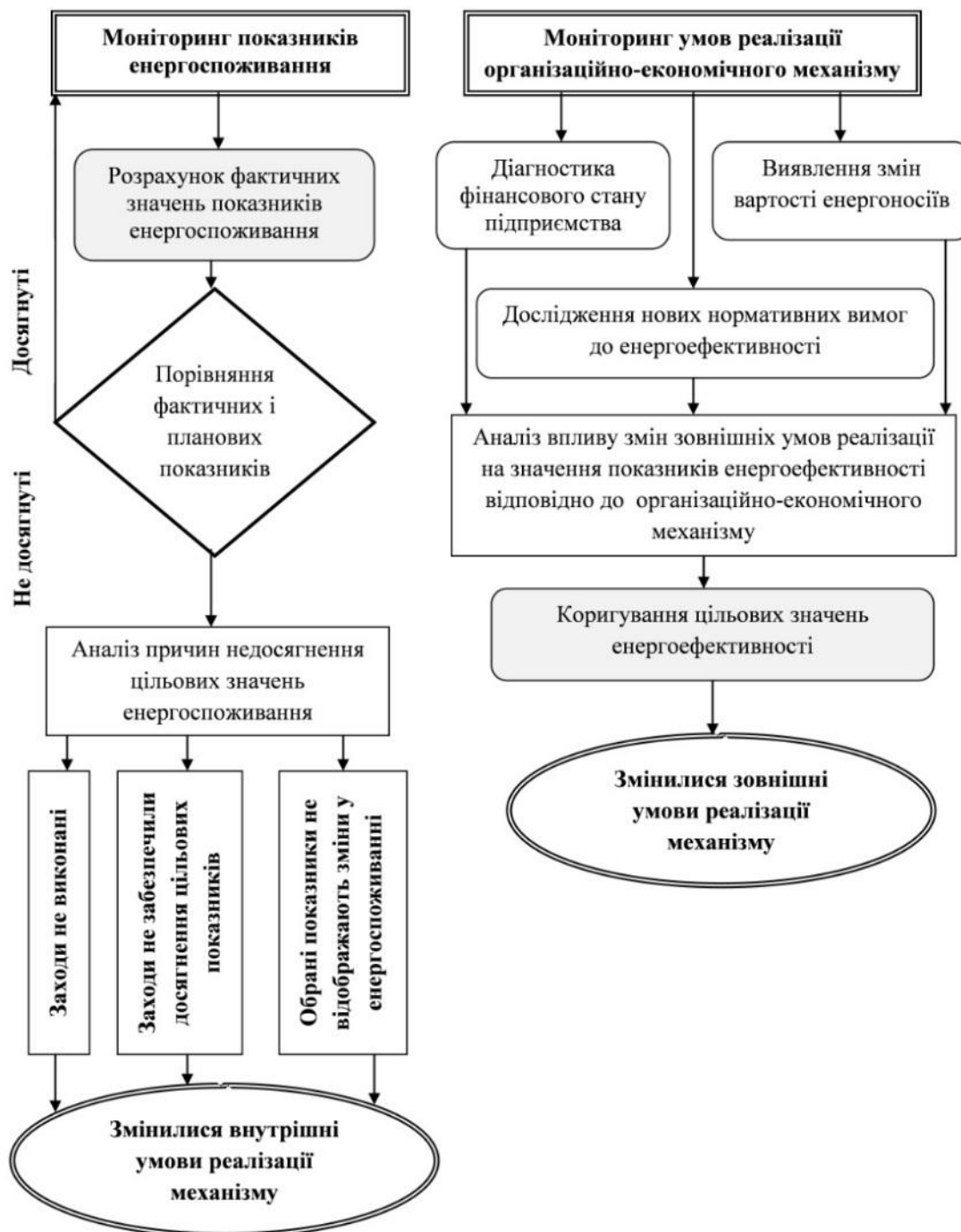


Рис. 2 – Загальна схема моніторингу реалізації організаційно-економічного механізму

До інструментального забезпечення проведення моніторингу належать лічильники тепла, електричної енергії, води, стічних вод, сенсори температури, тиску, потоку, вологості та інші. Інформація від сенсорів надходить до ЕОМ відповідних служб, де вона обробляється і зберігається.

Висновки і перспективи подальших досліджень.

1. Розглянуто ресурси та інструменти впровадження організаційно-економічного механізму підвищення енергоефективності промислових підприємств.

Запропоновано ресурси поділяти на внутрішні і зовнішні, до основного інструменту віднесено мотивацію.

2. Обґрунтовано етапи впровадження OEM на підприємстві: підготовка до впровадження, вибір ресурсів, введення в дію;

3. Розроблено алгоритм моніторингу ефективності реалізації організаційно-економічного механізму. Запропоновано здійснювати моніторинг по двом основним напрямкам: показникам енергоспоживання і умовам реалізації OEM.

4. У подальших дослідженнях необхідно зосередити увагу на особливостях фінансування енергозберігаючих заходів та визначенні прибутку від їх впровадження.

Список літератури: 1. *Джеджула В.В.* Організаційно-економічний механізм забезпечення енергоефективності промислових підприємств/ *В.В. Джеджула* // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. Частина 1. – 2012. – №11(182) – С. 124-128. 2. *Фурсов О.І.* Формування організаційно-економічного механізму управління основними засобами в умовах реструктуризації підприємств / *О.І. Фурсов* // Держава та регіони. – 2010. – №1. – С. 198 - 205. 3. Динамизм развития производственного потенциала: монография / [Алимов А. Н., Гончарова Н. П., Емченко В. Н. и др.] / Под ред. акад. НАНУ А. Н. Алимова. – К.: Ин-т эконом. НАН Украины, 2003. – 203 с. 4. *Микитенко В. В.* Енергоефективність промислового виробництва: монографія В. В. Микитенко. – К.: Об'єдн. ін-т економ. НАН України, 2004. – 282 с. 5. *Дейнеко Л.В.* Організаційно-економічний механізм активізації промислового розвитку/ *Л.В. Дейнеко, В.І. Барканов* / Національне господарство України: теорія та практика управління: зб. наук. праць / ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України» [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.nbuuv.gov.ua/portal/soc_gum/NacGosp/_index.html 6. *Михайлов, С.А.* Стратегическое управление энергосбережением в промышленности. Монография./ *С.А. Михайлов* // М.: Финансы и статистика, 2010. – 288 с. 7. *Сердюк Т.В.* Організаційно-економічний механізм енергозбереження в промисловості: монографія / *Т.В. Сердюк*. – Вінниця: Універсум - Вінниця, 2005. – 154 с. 8. *Титяев В. И.* О проблемах внедрения экономических механизмов ресурсосбережения / *В. И. Титяев, Н.С. Гетало* // Научно-технический сборник. – 2007. – № 78. – С. 220 – 227.

Надійшла до редколегії 22.02.2013.

УДК 658.26

Особливості впровадження та реалізації організаційно-економічного механізму підвищення енергоефективності промислових підприємств / В.В. Джеджула // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45(1018) - С. 36-41. Бібліогр.: 7 назв.

В работе рассмотрены особенности внедрения организационно-экономического механизма повышения энергоэффективности промышленных предприятий. Обосновано ресурсы, инструменты и основные этапы данного процесса. Предложена структурно-логическую схему мониторинга эффективности реализации организационно-экономического механизма.

Ключевые слова: энергосбережение, организационно-экономический механизм, промышленные предприятия, энергоэффективность.

The peculiarities of introduction the organizational and economic mechanism of increasing the industrial enterprise's energy efficiency are considered in work. The resources, tools and the basic stages of this process are recommended. The structural and logical scheme of monitoring the efficiency of the organizational and economic mechanism realization is offered.

Keywords: energy saving, organizational and economic mechanism, industrial enterprises, energy efficiency.

Г. В. ЄВТУШЕНКО, викладач, Харківський національний університет імені
В. Н. Каразіна

МОДЕЛЬ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ МАРОЧНИМ КАПІТАЛОМ

У статті розглядається сутність поняття іміджу країни, обґрунтування доцільності та визначення особливостей державного марочного капіталу та запропоновано модель управління марочним капіталом держави.

Ключові слова: бренда країни, державний марочний капітал, імідж країни, марочний капітал, модель управління державним марочним капіталом.

Актуальність теми та постановка проблеми. Сьогодні дослідження конкурентоспроможності країни одна з найвпливовіших концепцій економіки розвитку та практичної політики, оскільки не лише охоплює суто економічні показники, але й оцінює економічні наслідки важливих для стабільного зростання неекономічних явищ. Конкурентоспроможність країни можна визначити як її здатність не тільки у реальному часі, а й у перспективі оптимально реалізовувати свої конкурентні переваги, орієнтуючись на постійне удосконалення технологій, підвищення продуктивності праці, зростання добробуту населення в умовах відкритості економіки, орієнтованості на світовий ринок, лібералізації торгівлі. Проблема конкурентоспроможності є важливим аспектом досліджень міжнародної економіки, практично значимою як для лідерів світової економіки, так і для інших країн, тих, що розвиваються і трансформуються, та донедавна долучилися до міжнародної торгівлі і світової ринкової конкуренції. Під міжнародною конкурентоспроможністю традиційно розуміють порівняльну ефективність експортно-імпортного потенціалу країни. Як правило, при розробці експортно-імпортної стратегії підприємства, регіону або держави йдеться не тільки про стимулювання залучення інвестицій, розвиток стратегічних і пріоритетних галузей, маркетингові заходи тощо, але й позитивний імідж ринкового контрагента. Якщо проаналізувати зв'язок іміджу держави з міжнародною конкурентоспроможністю національної економіки, то можна прослідкувати прямо пропорційну залежність: чим позитивніший імідж держави, тим більший обсяг залучених інвестицій до економіки країни (як зовнішніх, так і внутрішніх), тим стійкіша конкурентоздатність країни на міжнародних ринках. Наявність позитивного національного бренду зумовлює прийняття рішення інвестування в дану країну набагато швидше і легше, ніж за інших умов. Позитивний міжнародний імідж держави – суттєвий чинник успішної роботи експортної галузі та залучення іноземних інвестицій у національну економіку, це фактично основа для міжнародної конкурентоспроможності країни [1].

Незважаючи на значну актуальність для українських суб'єктів господарювання, в науковій літературі питання щодо побудови стійкого позитивного іміджу держави, як фактору який би працював на користь міжнародної конкурентоспроможності країни майже не розглядається.

Усі країни світу представляють собою бренди, мають сформований імідж та визначену на міжнародній арені репутацію, тим самим створюючи марочний капітал держави. Сучасні темпи глобалізації, інформаційний прогрес світової спільноти, посилення міждержавної конкуренції та ряд інших нових характеристик міжнародного оточення, стали передумовою для визнання марочного капіталу стратегічним ресурсом кожної цивілізованої держави. Зазначені аспекти підтверджують актуальність дослідження та вимагають комплексного вивчення сучасної проблематики формування моделі державного управління марочним капіталом.

Теоретико-методологічні основи бренду держави, формування державного іміджу та створення капіталу держави

досліджували зарубіжні науковці: Аакер Д. А., Анхольт С., Белл Д., Бернейс Е., Блек С., Брум Г., Буарі Ф., Гроха М., Джеремі Х., Дюверже М., Кастеллс М., Кепферер Ж.-Н., Келлер К. Л., Кіссінджер Г., Котлер Ф., Саймон А., Темпорал П., Траут Д., серед російських й українських авторів можна відзначити праці Бочарова М. П., Галумова Е. О., Гранкіної Т. К., Деркача А. О., Лаптева Л. Г., Музиканта В. Л., Панкрухіна О. П., Перелигіної О. Б., Петкової О. В., Петрової О. А., Почепцова Г. Г., Розумовича О. А., Чумікова А. Н.

Однак, на сьогодні недостатньою розробленістю відзначається понятійний апарат категорії «державний марочний капітал», головна роль якого полягає в успішному позиціонуванні країн у світовому економічному просторі та забезпечення національної конкурентоспроможності.

Метою дослідження є обґрунтування доцільності введення в науковий обіг та визначення особливостей марочного капіталу держави та розробка моделі управління ним.

Результати дослідження та висновок. В сучасній економічній літературі існує низка підходів до концепції іміджу держави, як складової державного марочного капіталу. До них належать: піар-концепція іміджу держави; брендінг-концепція іміджу держави; структурна концепція іміджу держави; вартісно-орієнтована (глобальна) концепція; концепція Я-образу держави; розуміння «іміджу держави» в рамках географічної іміджелогії [2]. Імідж країни реалізовується на трьох рівнях: міжнародному, національному і локальному. Можна виокремити також дві групи суб'єктів, які формують імідж. До першої групи відносимо керівників держави, представників влади та опозиції, а також їхні дії, які офіційно представляють країну; до другої – представників мистецтва та спорту, ділових кіл, туристів, учасників освітніх, культурних, наукових обмінів, торговельні марки, події тощо [3].

Зазначимо, що імідж та репутація країни, не повинні носити тільки негативний чи позитивний характер. Для формування сталого державного марочного капіталу, імідж має набувати унікальних властивостей, ефективно використовуючи усі складові потенціалу держави.

На думку дослідників, наразі найбільш актуальними є такі основні моделі управління іміджем територіально-державного утворення, як: власне іміджева, брендінгова, маркетингова, геополітична [4, 5, 6]. Розглянемо кожен з названих моделей управління іміджем детальніше.

1. Маркетингова модель управління іміджем країни. Передбачає сукупність заходів, що спрямовані на підвищення привабливості даної території для суспільства – і включає цілком іміджеві аспекти культури, спорту тощо. Один з представників маркетингового підходу А. Панкрухін, з посиланням на Всесвітню організацію по туризму, визначає імідж країни як «сукупність емоційних і раціональних уявлень про країну».

Ключовими складовими іміджу згідно маркетингового підходу є [5]:

- 1) Офіційна символіка країни
- 2) Неформальні символи країни
- 3) Історія країни

Тому для успішного функціонування даної моделі необхідне належне управління заданими складовими.

2. Іміджева модель управління іміджем країни. При формуванні іміджу країни доцільно розрізняти аудиторії його сприйняття, а саме: внутрішню та зовнішню [5]. Внутрішній імідж: ставлення суспільства до владних інституцій, усвідомлення громадськістю актуальних іміджевих характеристик, які вигідно вирізняють державу в міжнародному політичному просторі. Зовнішній імідж відображає геополітичне становище, культурні та ментальні особливості суспільства та інші. На думку Е. Галумова, загальна схема моделі іміджу країни має вигляд, схематично зображений на рисунку 1 [5].

Найважливіші внутрішні елементи іміджу країни, мають змінний характер, і, на нашу думку, – це [7]:

- зв'язок законотворчості та іміджу держави;
- політична діяльність держструктур і посадових осіб держави;
- ступінь справедливості політики уряду;
- людський капітал;
- народна дипломатія;
- діяльність засобів масової інформації;
- привабливість з точки зору туризму;
- якість продукції, що експортується;
- привабливість держави як основного місця проживання.

Основна зовнішня та внутрішня цільові аудиторії, на які спрямовано створення іміджу країни, це: універсальні та спеціалізовані міжнародні економічні організації, міжнародні фінансові організації; влада та населення власної та закордонних країн; інвестори (іноземні та вітчизняні); науково-експертне суспільство (аналітики, політологи, соціологи, економісти, журналісти, іміджмейкери тощо) [7].

Тобто, вплив іміджу на позиції країни відбувається на мікро- та макроекономічному рівнях. Так, результат управління іміджем країни на мікрорівні – це позитивне соціальне самопочуття, добробут й активна позиція населення, дотримання визначених напрямків розвитку та проекція майбутнього суспільства з власною державою. Макрорівневе управління іміджем країни передбачає реалізацію наступних функцій [7]:

- інтеграція у світове політико-економічне суспільство;
- членство в міжнародних організаціях;

- забезпечення національної безпеки країни;
- розвиток відносин зі стратегічними партнерами;
- стимулювання вітчизняного бізнесу та залучення іноземних інвестицій;
- розвиток туристичної сфери.



Рис. 1 – Іміджева модель управління іміджем країни

3. Брендінгова модель управління іміджем країни. Модель пропонує позиціонування країни таким чином, щоб вона могла здобути максимум користі та благ у міжнародній економічній системі, включаючи здобуття максимального світового визнання та впливу, укріпити свої партнерські відносини, оздоровити туристичну індустрію. С. Анхольт пропонує наступні фактори бренду країни: туризм, люди, культурна спадщина, експорт, управління, інвестиції та іміграція. За розробкою брендингової агенції Future Brand, бренд країни має будуватись навколо основних характеристик країни, які відображають найрізноманітніші її аспекти. Ці характеристики щорічно доповнюються і змінюються в наслідок того, що, розвиваючись, суспільство змінює свої пріоритети. На сьогоднішній день країни світу аналізуються за 30-ма факторами серед яких наступні: автентичність, історична спадщина, культура і мистецтво, курорти й інфраструктура, легкість подорожування, безпечність, відпочинок, краса природи, тощо [2]. В основу моделі положено твердження А. Чумікова, що імідж держави є визначальним для залучення іноземних інвестицій, розвитку туристичної сфери та встановлення двосторонніх стосунків. Схема моделі бренду країни представлена на рисунку 2 [5].

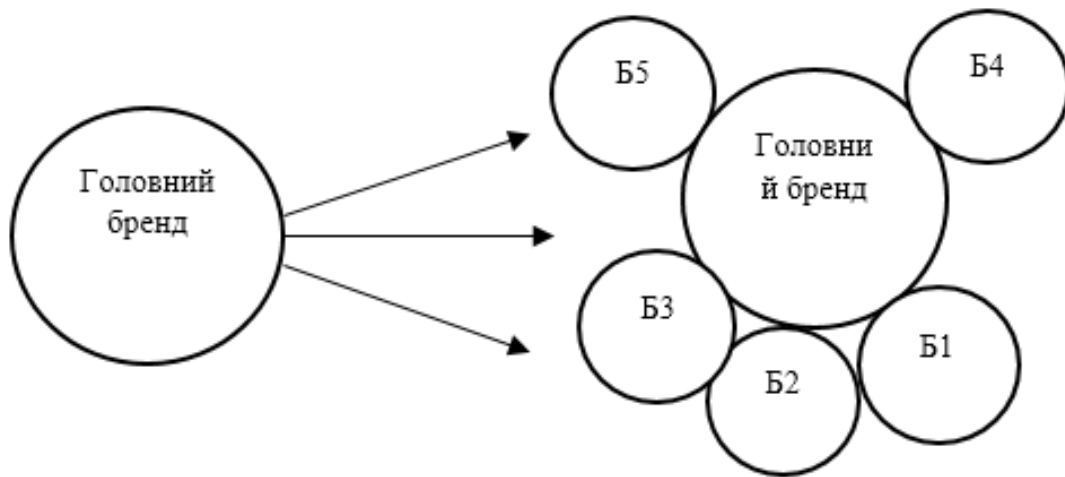


Рис. 2 – Брендінгова модель управління іміджем країни [5]

Таким чином, економічні відносини, опосередковуючи взаємозв'язок і взаємозалежність у системі «споживач – підприємство – держава», припускають таку організацію виробничо-комерційної діяльності, яка забезпечить формування та сталий розвиток доданої вартості від функціонування системи – марочного капіталу. На нашу думку, державний марочний капітал – це додана вартість, що формується за рахунок ефективного сукупного функціонування системи «споживач – підприємство – держава», де виробник здійснює управління брендами для збереження сталості і зростання конкурентоспроможності підприємства, споживач отримує додаткові цінності від використання національних товарів, а держава створює умови для прискореного розвитку національного виробництва і споживання, що синергетично забезпечує благополуччя усієї держави. Тому формування державного марочного капіталу можливо при об'єднанні особистих і колективних економічних інтересів в національній системі господарювання для реалізації спільних державних інтересів.

Для досягнення ефективного управління державним марочним капіталом (ДМК), необхідно здійснити послідовність чотирьох основних етапів (рис. 3):

1. Визначити фактичний рівень державного марочного капіталу;
2. Визначити бажаний рівень державного марочного капіталу, що ґрунтується на принципах стійкості;
3. Виробити оптимальний вплив на фактичний стан, спрямований на досягнення бажаного результату;
4. Реалізувати розроблену модель.

З запропонованої моделі зрозуміло, що функції координатора всіх дій по етапах управління ДМК має взяти на себе держава через проведення ефективної економічної політики. Наступний напрямок дослідження полягає в обґрунтуванні й розробці заходів захисту і підтримки державного марочного капіталу на макрорівні, що сприятиме удосконаленню методології та організації управління національним господарством.

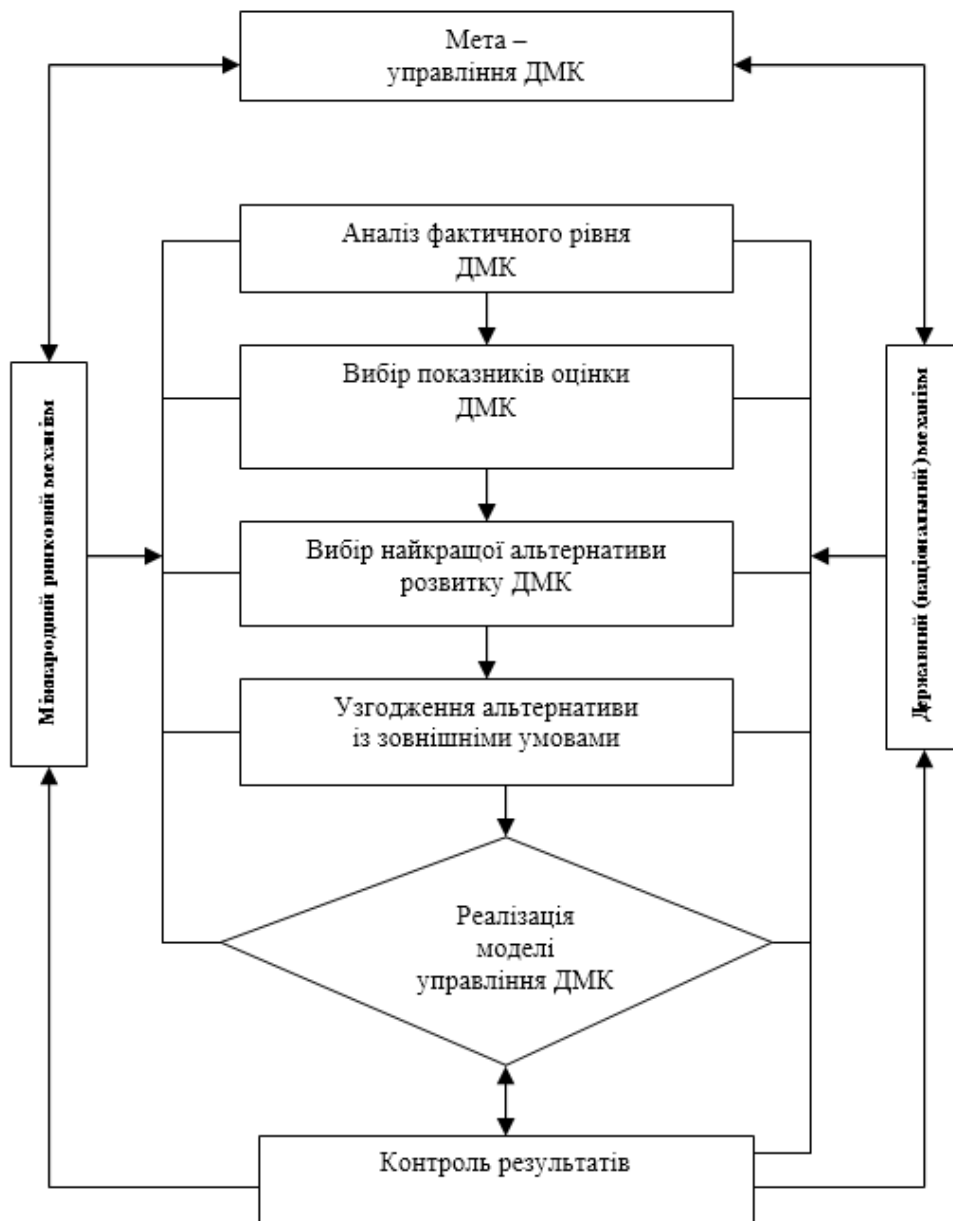


Рис. 3 – Модель управління державним марочним капіталом

Список літератури: 1. Антонюк О. Імідж держави як фактор стійкої конкурентоспроможності національної економіки на міжнародній арені [Електронний ресурс] / О. Антонюк // Регіональний центр наукового забезпечення АПВ. Тернопільська державна с/г дослідна станція ІКСГП НААН. Інтернет-конференції. Тези конференцій : сайт організації. – Режим доступу : http://conftiapv.at.ua/publ/konf_24_25_cherven_2010. – Назва з екрану. 2. Імідж країни: що це таке і з чим його їсти [Електронний ресурс] PR-Медиа служба. Служба підтримки журналістів и пиарщиків конференцій : сайт організації. – Режим доступу : <http://presuha.com.ua/release/1298-imidzh-krayini-shho-ce-take-i-z-chim-yogo-yisti>. – Названня с екрану. 3. Бирка М. І. Імідж країни як один із основних детермінант залучення прямих іноземних інвестицій [Електронний ресурс] / М. І. Бирка // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.15. – Режим доступу : http://archive.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlut/21_15/162_Byr.pdf. – Назва з екрану. 4. Качинська Н. Політичний імідж держави: структурні та комунікаційні компоненти феномену [Електронний ресурс] / Надія Качинська. – Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/1738/>. – Назва з екрану. 5. Гавра Д. Структурная модель имиджа государства/региона для внешних и внутренних аудиторий

[Электронный ресурс] / Д. Гавра, А. Савицкая. – Режим доступа: statebrand.ru/upload/files/doc_1222464451.doc. – Название с экрана. 6. Хоріщко Л. С. Технологічний аспект формування іміджу держави [Електронний ресурс] / Л. С. Хоріщко // Наукова періодика України : сайт організації. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/portal>. – Назва з екрану. 7. Євтушенко Г. В. Імідж країни: структурно-елементний підхід / Г. В. Євтушенко // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Економічна серія. – 2011. – № 970. – С. 236 – 241.

Надійшла до редколегії 5.04.2013

УДК 330.338.24

Модель державного управління марочним капіталом / Г. В. Євтушенко // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45 (1018) - С. 42-48. Бібліогр.: 7 назв.

В статье рассматривается сущность понятия имиджа страны, обоснование целесообразности и определения особенностей государственного марочного капитала и предложена модель управления марочным капиталом государства.

Ключевые слова: бренда страны, государственный марочный капитал, имидж страны, марочный капитал, модель управления государственным марочным капиталом.

In the article the essence of the concept image of the country, the feasibility study and to identify a state brand equity and the model control vintage capital of the state.

Keywords: country brand, brand equity of State, the country's image, brand equity, the model of the management of state capital vintage.

УДК 338.23:332.142.4

М. В. ІЛЬІНА, канд. соц. наук, ст. наук. співр., ДУ ІЕПСР НАН України, Київ

УПРАВЛІННЯ ТА СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО У СФЕРІ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті визначено організаційні, соціально орієнтовані напрями підвищення ефективності діяльності та суспільної взаємодії у сфері туризму і рекреації. Проаналізовано структуру та функції органів управління туристично-рекреаційною діяльністю; обґрунтовано сутність і роль соціального партнерства у цій сфері. Окреслено напрями розвитку соціального партнерства шляхом залучення громадських об'єднань, професійних асоціацій, профільних комунальних підприємств до процесів прийняття і реалізації рішень щодо діяльності у сфері туризму та рекреації.

Ключові слова: туристично-рекреаційна діяльність, соціальне партнерство, громадська організація, професійна асоціація, туристично-інформаційний центр

Вступ. У другій половині ХХ сторіччя спостерігається стрімке зростання обсягів туризму внаслідок процесів глобалізації, зростання мобільності населення та розвитку телекомунікаційних технологій. У 2012 р. Загальна кількість міжнародних туристів у світі зросла на 4% у порівнянні з минулим роком і склала 1035 млрд. осіб. У Європі, що відноситься до найбільш відвідуваного регіону світу, кількість туристських прибуттів за останній рік зросла на 3% (і склала 535 млн.), а у

[Электронный ресурс] / Д. Гавра, А. Савицкая. – Режим доступа: statebrand.ru/upload/files/doc_1222464451.doc. – Название с экрана. 6. Хоріщко Л. С. Технологічний аспект формування іміджу держави [Електронний ресурс] / Л. С. Хоріщко // Наукова періодика України : сайт організації. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/portal>. – Назва з екрану. 7. Євтушенко Г. В. Імідж країни: структурно-елементний підхід / Г. В. Євтушенко // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Економічна серія. – 2011. – № 970. – С. 236 – 241.

Надійшла до редколегії 5.04.2013

УДК 330.338.24

Модель державного управління марочним капіталом / Г. В. Євтушенко // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45 (1018) - С. 42-48. Бібліогр.: 7 назв.

В статье рассматривается сущность понятия имиджа страны, обоснование целесообразности и определения особенностей государственного марочного капитала и предложена модель управления марочным капиталом государства.

Ключевые слова: бренда страны, государственный марочный капитал, имидж страны, марочный капитал, модель управления государственным марочным капиталом.

In the article the essence of the concept image of the country, the feasibility study and to identify a state brand equity and the model control vintage capital of the state.

Keywords: country brand, brand equity of State, the country's image, brand equity, the model of the management of state capital vintage.

УДК 338.23:332.142.4

М. В. ІЛЬІНА, канд. соц. наук, ст. наук. співр., ДУ ІЕПСР НАН України, Київ

УПРАВЛІННЯ ТА СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО У СФЕРІ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті визначено організаційні, соціально орієнтовані напрями підвищення ефективності діяльності та суспільної взаємодії у сфері туризму і рекреації. Проаналізовано структуру та функції органів управління туристично-рекреаційною діяльністю; обґрунтовано сутність і роль соціального партнерства у цій сфері. Окреслено напрями розвитку соціального партнерства шляхом залучення громадських об'єднань, професійних асоціацій, профільних комунальних підприємств до процесів прийняття і реалізації рішень щодо діяльності у сфері туризму та рекреації.

Ключові слова: туристично-рекреаційна діяльність, соціальне партнерство, громадська організація, професійна асоціація, туристично-інформаційний центр

Вступ. У другій половині ХХ сторіччя спостерігається стрімке зростання обсягів туризму внаслідок процесів глобалізації, зростання мобільності населення та розвитку телекомунікаційних технологій. У 2012 р. Загальна кількість міжнародних туристів у світі зросла на 4% у порівнянні з минулим роком і склала 1035 млрд. осіб. У Європі, що відноситься до найбільш відвідуваного регіону світу, кількість туристських прибуттів за останній рік зросла на 3% (і склала 535 млн.), а у

Центрально-Східній Європі – на 8%. У 2011 р. Загальний обсяг доходів від в'їзного туризму включно з пасажирським транспортом склав понад 1,2 трильйони дол. США (близько 6% загального обсягу світового експорту товарів та послуг) [1].

У країнах, де ринкова економіка лише формується, обсяги туристичного ринку зростають швидше, ніж у розвинених країнах. Наприклад, у 2012 р. у Польщі доходи від туризму зросли на 19%, у Росії – на 16%, Чехії – на 13%, у той час як в Іспанії, Франції, Італії зростання цього показника коливалося у межах 1-4% [2]. Однак подібні позитивні тенденції не притаманні Україні, де туристична індустрія має значно нижчі показники економічного вкладу у формування ВВП, зайнятість, капітальні інвестиції у порівнянні з іншими країнами Європи [3]. За оцінками Всесвітнього економічного форуму, Україна у 2012 р. у світовому рейтингу туристичної привабливості посіла 76-е місце, у той час як сусідні Угорщина – 39-е, Польща – 42, Литва – 49-е, Болгарія – 50-е місця [4].

Аналіз останніх досліджень та літератури. В Україні над теоретико-методологічними та практичними проблемами функціонування індустрії туризму та рекреації працюють М. Борушак, З. Герасимчук, Т. Кифяк, С. Кузик, Л. Мармуль, Т. Ткаченко, В. Цибух. Відомі наукові розробки теоретичних і методологічних основ управління розвитком туристично-рекреаційного комплексу О. Балацького, О. Бейдика, А. Бузні, Б. Буркинського, В. В'юна, П. Гудзя, Г. Гуцуляка, Я. Коваля, Н. Коніщевої, Ф. Мазура, В. Мацоли, Є. Мішеніної, О. Мухіної, М. Паламарчука, М. Реймерса, І. Синякевича, О. Шаптали. Економіко-організаційні особливості надання туристично-рекреаційних послуг населенню розглядають у своїх працях Є. Агабаб'ян, А. Мельник, В. Паціорковський; методологію розробки і реалізації регіональної політики розвитку туристично-рекреаційного комплексу – М. Долішній, В. Кравців, М. Габрель та багато інших. Внесок туристичної галузі у загальний соціально-економічний розвиток визначають у своїх дослідженнях багато зарубіжних учених: Дж. Боуен, Ф. Котлер, Дж. Майкенз, А. Фрейтаг, К. Віетц, Б. Мірбабаєв, М. Шагазатова, Г. Еклс, Р. Арєжкі, Р. Шериф, Дж. Піотровський, С. Мілн, І. Ательджевич, І. Резинджер. Потенційно висока економічна рентабельність і соціальна спрямованість індустрії туризму актуалізують необхідність формування дієвої державної політики та ефективних механізмів регулювання у цій сфері. М. Бутко, Л. Бухаріна, П. Гаман, Ю. Гурбик, Л. Донченко, С. Захарова, А. Іляшенко, А. Мельниченко досліджують структуру та компетенції органів державної влади у сфері туризму, аналізують стан нормативно-правового забезпечення та пропонують шляхи вдосконалення механізмів державного регулювання туристичної діяльності. Над розробкою організаційно-економічних механізмів регулювання сферою працюють Л. Давиденко, Л. Донченко, О. Малишева, А. Чечель. Водночас кількість та ґрунтовність наукових досліджень економічної ефективності нормативно-правового забезпечення туристично-рекреаційної діяльності є недостатніми [5].

Мета статті. Мета дослідження полягає у визначенні основних напрямів підвищення ефективності управління туристично-рекреаційною діяльністю шляхом сприяння і підтримки інституціалізації соціальних відносин у цій сфері та розвитку соціального партнерства. Завдання, покликані забезпечити досягнення мети, включають аналіз структури та функцій органів управління; обґрунтування сутності

інституціоналізації відносин, змісту і ролі соціального партнерства для підвищення ефективності діяльності у сфері туризму та рекреації.

Постановка проблеми. Очікування суттєвого уповільнення темпів зростання світового туристичного ринку [6] та помірковані оцінки потенціалу розвитку вітчизняної індустрії туризму в умовах обмеженості інвестиційних і трудових та скорочення витрат домогосподарств на туристично-рекреаційні послуги [3], актуалізують потребу ґрунтовного аналізу шляхів підвищення ефективності управління туристично-рекреаційною сферою України. Зосередженість туристичної політики виключно на механізмах державного регулювання з нехтуванням потенціалу суспільства до саморегуляції не відповідає засадам Закону України «Про соціальний діалог в Україні» (2010) і не сприяє принципам демократії та розвитку громадянського суспільства [7]. Підвищення ефективності управління туристично-рекреаційною діяльністю потребує розвитку соціального партнерства шляхом широкого та системного залучення до процесів прийняття і реалізації рішень громадських об'єднань, професійних асоціацій та профільних комунальних підприємств.

Матеріали досліджень. Система управління туристично-рекреаційною діяльністю в Україні складається з міжнародного, центрального, регіонального та місцевого рівнів. Співпраця між центральними та місцевими органами і з міжнародними організаціями здійснюється в межах законодавства України, згідно з міжнародними договорами та з урахуванням функцій, покладених на відповідні органи влади. Всесвітня туристична організація ООН (UN World Tourism Organization) – міжнародна організація, що має міждержавний статус та є головним органом ООН у сфері туризму. Метою створення організації стало сприяння розвитку туризму у світі на засадах миру, процвітання та поваги й дотримання людських прав і свобод. З огляду на провідну роль Організації у сфері туризму ВТО встановлює та підтримує співпрацю з відповідними агенціями ООН, в т.ч. з Програмою розвитку ООН. Діяльність ВТО включає збір та поширення інформації щодо туристичної діяльності у світі, розробку рекомендацій з політики у сфері туризму, освіти і виховання населення, реалізацію проектів технічної підтримки розвитку туризму у понад 100 країнах світу. На даний час об'єднує 155 країн, до її числа входить 7 асоційованих членів та понад 400 афілійованих членів – підприємств, освітніх установ, туристичних асоціацій та органів місцевої влади у сфері туризму.

Згідно з Положенням про Державне агентство України з туризму та курортів (2011) Держтуризмкурорт є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністерство інфраструктури України, входить до системи органів виконавчої влади і забезпечує реалізацію державної політики у сфері туризму та курортів. Основними завданнями Держтуризмкурорту України є реалізація державної політики у сфері туризму та курортів, а також внесення пропозицій щодо її формування. Держтуризмкурорт України під час виконання покладених на нього завдань взаємодіє в установленому порядку з іншими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, об'єднаннями громадян, відповідними органами іноземних держав і міжнародних організацій. Наприклад, у своїй роботі Держтуризмкурорт України застосовує такі документи, розроблені ООН щодо діяльності туристичного сектору: Міжнародні

рекомендації зі статистики туризму (2008), Допоміжний рахунок у туризмі: рекомендації щодо методологічної структури (2008), Рекомендації зі статистики міжнародної міграції (1998) та Рекомендації зі статистики туризму ВТО та СІКТА (1993). На їх основі Держтурадміністрації України затверджено Методику розрахунку обсягів туристичної діяльності (2003).

До складу органів місцевої влади можуть входити підрозділи з управління туристичною, рекреаційною діяльністю або курортною справою. Згідно з Рекомендаційним переліком структурних підрозділів обласної, Київської та Севастопольської міської, районної, районної в м. Києві та Севастополі державних адміністрацій (2012) у складі перелічених вище державних адміністрацій можуть утворюватися структурні підрозділи (департаменти, управління, відділи, сектори) інфраструктури та туризму. На сьогодні управління з туризму створено в усіх обласних державних адміністраціях України (у Рівненській облдержадміністрації – відділ), міських державних адміністраціях м. Київ та Севастополь, а АР Крим – Міністерство курортів і туризму.

Згідно із Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні» (1997) розробка, створення та затвердження структури виконавчих органів сільських, селищних, міських, районних у місті, районних та обласних рад відносяться виключно до їх компетенції і не регламентуються іншими нормативно-правовими актами. Тим не менше, постійно діючі комісії з туризму діють у складі виконавчих органів багатьох районних, міських, сільських та селищних рад. Основні функції органів управління туризмом на різних рівнях управління викладено у таблиці 1.

Система управління туристично-рекреаційною діяльністю окрім міжнародних, державних та регіональних органів включає громадські, дорадчі, консультаційні організації та професійні асоціації, чия діяльність спрямовує, регламентує або контролює діяльність у сфері туризму та рекреації. Залучення таких організацій до системи управління туризмом сприяє інституціоналізації відносин у цій сфері, розвитку соціального партнерства, становленню громадянського суспільства та загальній демократизації механізмів державного управління [8]. Під соціальним партнерством розумітимемо поняття, ширше за традиційне, згідно з яким «соціальне партнерство – це система взаємозв'язків між найманими працівниками, трудовими колективами, професійними спілками з одного боку, роботодавцями та їх об'єднаннями – з другого, і державою та органами місцевого самоврядування – з третього» [9]. У визначенні сутності соціального партнерства слід погодитися з А. Кудряченком, який указує на визнання в усіх без винятку демократичних країнах розуміння необхідності інституціоналізації механізмів подолання соціальних протистоянь і катаклізмів та забезпечення соціальної злагоди: «Така політика утвердилася у вигляді різних форм взаємодії, моделей відповідно до умов та потреб кожного суспільства, і отримала загальне визначення політики соціального партнерства» [7, с. 132].

Таблиця 1 - Система управління туристично-рекреаційною діяльністю в Україні

Орган управління	Функції
<i>Міжнародний рівень</i>	
Всесвітня організація туризму ООН	- об'єднання та координація зусиль держав – членів Організації щодо сприяння глобального розвитку туризму; - співпраця з іншими агенціями ООН щодо реалізації проектів технічної підтримки розвитку туризму; - збір та поширення інформації щодо туристичної діяльності у країнах світу; - розробка рекомендацій щодо політики у сфері туризму, статистики туризму, освіти і виховання населення
<i>Національний рівень</i>	
Державне агентство України з туризму та курортів	- реалізація державної політики у сфері туризму та курортів; - видача ліцензій на право здійснення туроператорської діяльності, свідоцтв про присвоєння об'єктам туристичної інфраструктури категорії та дозволів на право здійснення туристичного супроводу; - формування та ведення Державного реєстру суб'єктів туристичної діяльності; - участь у розробці навчальних програм підготовки фахівців; - участь у стандартизації та сертифікації туристичних послуг; - ведення Державного кадастру природних територій курортів України, участь у веденні Державного кадастру природних лікувальних ресурсів України
<i>Регіональний рівень</i>	
Управління з туризму державних адміністрацій Міністерство туризму і курортів АР Крим	- реалізація регіональної політики у сфері туризму, участь у розробці та виконанні державних і регіональних програм; - збір та узагальнення даних щодо діяльності туристичної галузі; - захист прав працівників туристичної сфери та споживачів туристичного продукту; - сприяння діяльності професійних спілок, товариств, громадських організацій у сфері туризму; - організація заходів щодо підготовки та перепідготовки фахівців; - розробка пропозицій щодо будівництва об'єктів туристичної інфраструктури; - регулювання діяльності туристичних аварійно-рятувальних служб; - організація видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу та ліцензій на право здійснення турагентської діяльності
<i>Локальний рівень</i>	
Структурні підрозділи з туризму виконавчих органів рад	- нагляд за діяльністю туристичних підприємств та контроль за ефективністю використання туристичних ресурсів; - координація діяльності туристичних підприємств та санаторно-курортних закладів; - участь в організації оздоровлення й відпочинку дітей та молоді; - надання пропозицій щодо розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури; - участь в організації нових рекреаційних зон; - участь у міжнародних програмах розвитку туризму; - проведення навчально-інформаційних заходів, представлення території на туристичних ярмарках, фестивалях, виставках; - видання та розповсюдження рекламно-інформаційних матеріалів

Метою інституціалізації відносин у туристично-рекреаційній сфері та розвитку соціального партнерства є забезпечення реалізації прав громадян України на відпочинок, оздоровлення та проживання у безпечному для життя та здоров'я середовищі, врахування інтересів усіх зацікавлених сторін – споживачів туристично-рекреаційних послуг, суб'єктів туристичної діяльності, місцевих громад, а також на збереження та раціональне використання природних лікувальних і туристичних ресурсів України. До законодавчих актів, що регулюють соціальне партнерство в Україні, слід віднести Конституцію України, Закони України «Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності» (1999), «Про організації роботодавців, їх об'єднання, права і гарантії їх діяльності» (2012), «Про колективні договори і угоди» (1993), «Про місцеве самоврядування в Україні» (1997), «Про органи самоорганізації населення» (2001), «Про об'єднання громадян» (1992), «Про благодійництво та благодійні організації» (1997), «Про молодіжні та дитячі громадські організації» (1998), «Про волонтерську діяльність» (2011), «Про соціальні послуги» (2003), «Про соціальний діалог в Україні» (2010), Указ Президента України «Про затвердження Стратегії державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні» (2012), розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження Концепції сприяння органами виконавчої влади розвитку громадянського суспільства» (2007), постановою Кабінет Міністрів України «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики» (2010). На міжнародному рівні принципи соціальних відносин регулюють Загальна декларація прав людини, Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод, Міжнародний пакт про громадянські та політичні права, Міжнародний пакт про економічні, соціальні та культурні права, Конвенцію про доступ до інформації, участь громадськості в процесі прийняття рішень та доступ до правосуддя з питань, що стосуються довкілля, інші міжнародні документи у цій сфері.

Результати досліджень. Інституціалізація соціальних відносин у сфері туризму відбувається з урахуванням вимог, пов'язаних з участю України у діяльності міжнародних організацій та процесів – зокрема, Всесвітньої туристичної організації (ВТО), Організації Чорноморського економічного співробітництва (ОЧЕС), Центральноевропейській ініціативі, Конференції Сторін Рамкової конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат. Державне туристичне агентство України у свою чергу проводить регулярні консультації з громадськістю з актуальних питань, що стосуються розвитку галузі. Так, протягом 2012 року тривало обговорення проектів законів України про туристичні ресурси, про Єдину державну базу даних у сфері туризму, про внесення змін до Кодексу України про адміністративні правопорушення щодо встановлення відповідальності за порушення вимог законодавства у сфері використання категорії об'єкта туристичної інфраструктури, про відповідальність суб'єктів господарювання за правопорушення у сфері туризму, про внесення змін до Закону України «Про туризм» щодо запровадження реєстру фахівців туристичного супроводу та інших. При Агентстві створено Раду туристичних міст України та Раду представників регіонів сфери туризму та курортів.

В Україні діє розгалужена мережа всеукраїнських, обласних та регіональних громадських організацій, чия основна діяльність пов'язана з туристично-рекреаційною сферою. Діяльність таких організацій регулюють Закони «Про

об'єднання громадян» (1992), «Про благодійництво та благодійні організації» (1997), «Про професійних творчих працівників та творчі спілки» (1997), «Про свободу совісті та релігійні організації» (1991), «Про молодіжні та дитячі громадські організації» (1998), «Про податок на додану вартість» (1997), «Про оподаткування прибутку підприємств» (1997) та інші нормативно-правові акти. Зважаючи, що ключовими ознаками громадських організацій є неприбутковість, неналежність до держави та добровільність об'єднання її членів [10], громадську, неурядову або неприбуткову (некомерційну) організацію можна визначити як добровільне об'єднання громадян для задоволення і захисту своїх законних соціальних, економічних, творчих, національно-культурних, спортивних та інших інтересів, що не ставить за мету отримання прибутку від діяльності. До некомерційних та громадських організацій відносять також благодійні фонди, бізнес-асоціації, органи самоорганізації населення, профспілки, організації роботодавців, релігійні організації, ініціативні групи громадян [11].

Професійні асоціації у сфері туризму, екскурсійної діяльності, готельного господарства та санаторно-курортного лікування покликані захищати інтереси працівників, сприяти впровадженню сучасних технологій та європейського рівня обслуговування, створенню сприятливих організаційних та економічних умов ведення бізнесу, забезпечення громадян інформацією про туристично-рекреаційні можливості України. Зусилля асоціацій спрямовані на удосконалення законодавства, регулювання та гармонізацію партнерських відносин суб'єктів туристичної діяльності, формування позитивного іміджу туристичної індустрії. Так, Туристична асоціація України, Асоціація лідерів турбізнесу України за основну мету своєї діяльності мають об'єднання зусиль працівників туристичної та суміжних галузей для спільних дій щодо захисту своїх прав, задоволення професійних та соціальних інтересів, гармонізації відносин між державними органами і суб'єктами туристичної діяльності, сприяння розвитку туризму в Україні. Головними напрямками діяльності Асоціації готельних об'єднань та готелів міст України є узагальнення досвіду роботи провідних готелів, надання методичної і юридичної допомоги, розроблення законодавчих та нормативних документів для готельної галузі, розвиток міжнародних зв'язків з професійними об'єднаннями готелів інших країн. Асоціація курортів Криму об'єднує керівників курортних установ Криму, проводить дослідження в рекреаційній сфері і є консультативним центром для туристів, що приїжджають до Криму. Українську СПА Асоціацію було створено з метою зміцнення авторитету і посилення популярності СПА-індустрії, підвищення рівня індивідуальної підготовки та професійної грамотності фахівців в області СПА-технологій, обміну ідеями, новими технологіями, правового забезпечення, професійної СПА-діяльності. Крім цих в Україні діють ще й такі всеукраїнські та регіональні професійні асоціації та громадські організації у сфері туризму й курортів: Академія туризму України, Асоціація аквапарків України, Асоціація гольфу України, Асоціація малих готелів та апартаментів України, Асоціація навчальних закладів туристського та готельного профілю, Всеукраїнська асоціація музеїв, Всеукраїнська асоціація туроператорів, Всеукраїнська молодіжна хостел-асоціація, Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму, Туристичний прес-клуб України, Федерація повітроплавання України, Федерація спортивного туризму України, Фонд сприяння розвитку дитячого

та молодіжного спорту і туризму. З числа професійних асоціацій, які мають всеукраїнський статус, найкраще розвинені регіональні мережі Туристичної асоціації України та Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні.

Для непрофесійних громадських організацій туристичного спрямування основними завданнями найчастіше є представництво та захист інтересів туристів і рекреантів в органах влади усіх рівнів; участь у розробці та реалізації національних, регіональних, місцевих програм розвитку та планів дій у сфері туризму та рекреації; розробка пропозицій органам влади щодо удосконалення законодавства в сфері регулювання туристично-рекреаційною діяльністю; популяризація туризму як форми активного й корисного відпочинку, підвищення рівня обізнаності громадськості щодо різних видів туризму, способів оздоровлення й відпочинку; сприяння розвитку сільського туризму; організація туристично-екскурсійних мандрівок, облаштування туристичних таборів, розробка нових туристичних маршрутів та облаштування об'єктів; проведення інформаційних заходів, створення та підтримка електронних джерел інформації, інформаційно-видавнича діяльність; підтримка діяльності туристично-інформаційних центрів та співпраця з ними. Аналіз даних регіональних управлінь туризму, представлені на офіційному сайті Державного агентства туризму і курорту України, дозволяє віднести до громадських організацій, чия діяльність напряму пов'язана з туристично-рекреаційною справою, 133 організації включно з 61 професійною асоціацією (табл. 2).

Таблиця 2 - Організації соціального партнерства у сфері туризму і рекреації в Україні у 2012 р., од.

	громадські організації	у т.ч. професійні асоціації	туристично-інформаційні центри
Україна	133	61	136
АР Крим	20	16	16
Вінницька	6	5	1
Волинська	13	1	-
Дніпропетровська	-	-	-
Донецька	1	1	2
Житомирська	4	1	-
Закарпатська	20	8	20
Запорізька	-	-	5
Івано-Франківська	-	-	13
Київська	3	2	1
Кіровоградська	2	2	3
Луганська	2	1	4
Львівська	15	4	8
Миколаївська	4	1	3
Одеська	1	1	7
Полтавська	4	2	7
Рівненська	1	-	2
Сумська	1	1	10
Тернопільська	2	-	3

Харківська	-	-	2
Херсонська	4	2	-
Хмельницька	9	5	2
Черкаська	4	2	2
Чернівецька	4	1	3
Чернігівська	1	-	7
м. Київ	3	1	12
м. Севастополь	9	4	3

Туристичні інформаційні центри (ТІЦи) створюються з метою розвитку туризму шляхом забезпечення безкоштовного доступу усіх бажаючих до туристичної інформації – друкованих довідникових та рекламних матеріалів, електронної бази даних про туристичні об'єкти, курорти, визначні місця регіону, наявні туристичні та рекреаційні послуги, ресурси, можливості. З цією метою ТІЦи створюють, регулярно оновлюють і забезпечують доступ громадян до інтернет-сторінок центру; надають місцевим та іноземним туристам оперативну інформацію; проводять навчання для фахівців; підтримують зв'язок із сусідніми туристично-інформаційними центрами; сприяють співпраці туристичних організацій регіону; готують та розповсюджують туристичні мапи, путівники, довідники; здійснюють організацію туристичних маршрутів. Аналіз регіональної мережі туристично-інформаційних центрів в Україні демонструє значну нерівномірність їх представлення, низький рівень поінформованості громадян про роботу таких центрів та обмежені можливості останніх через брак фінансування на утримання центрів, друкування інформаційних матеріалів та забезпечення сучасним телекомунікаційним обладнанням.

Висновки. Метою розвитку соціального партнерства у сфері туристично-рекреаційної діяльності є забезпечення реалізації прав громадян України на відпочинок, оздоровлення та проживання у безпечному для життя та здоров'я середовищі, врахування інтересів усіх зацікавлених сторін – споживачів туристично-рекреаційних послуг, суб'єктів туристичної діяльності, місцевих громад, а також збереження та раціональне використання рекреаційних і туристичних ресурсів України. Для підвищення ефективності туристично-рекреаційної діяльності та використання потенціалу соціального партнерства туристична політика окрім традиційних механізмів державного регулювання має спиратися на залучення громадськості до процесів управління, прийняття та реалізації рішень. З огляду на особливості й умови ведення туристично-рекреаційної діяльності в Україні розвиток соціального партнерства у цій сфері має здійснюватися шляхом широкого та системного залучення до процесів прийняття і реалізації рішень громадських об'єднань, дорадчих, консультаційних організацій, професійних асоціацій та профільних комунальних підприємств. Попри значну кількість зареєстрованих в Україні всеукраїнських, обласних, місцевих громадських організацій туристичного спрямування, останні хибують на низьку ефективність, незначну практичну цінність та декларативність діяльності, а також відсутність цілеспрямованої стратегії сприяння розвитку туризму на локальному, регіональному чи національному рівні. Мережі туристично-інформаційних центрів притаманні значна нерівномірність та

необґрунтованість розміщення, низький рівень поінформованості громадян про роботу центрів та обмеженість фінансових ресурсів для забезпечення роботи підприємств.

Список літератури: 1. UN WTO Tourism Highlights, 2012 Edition. – Madrid : UNWTO, 2012. – P. 2-3. 2. UN WTO World Tourism Barometer. January 2013. – 2013. – Vol. 11. – P. 1-5. 3. Travel & Tourism Economic Impact 2013. Ukraine / World Travel & Tourism Council. – Madrid : WTTC, 2013. – 23 p. 4. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation : [Eds. Blanke J., Chiesa Th.]. – Geneva : World Economic Forum, 2013. – P. 10. 5. Мельниченко О. Теоретико-методологічні основи державного регулювання туризму [Електронний ресурс] / О. А. Мельниченко // Економіка. Управління. Інновації. – 2011. – № 1 (5). – Режим доступу до журн. : http://www.nbu.gov.ua/e-journals/eui/2011_1/11mobtvu.pdf 6. UN WTO World Tourism Barometer. November 2012. – 2012. – Vol. 10. – 10 p. 7. Кудряченко А. Соціальне партнерство: європейський досвід і Україна / А. І. Кудряченко // Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 3 (8). – С. 132-141. 8. Ільїна М. Соціально-економічна роль некомерційних організацій у забезпеченні сталого розвитку суспільства / М. В. Ільїна // Механізм регулювання економіки. – 2011. – № 3. – С. 28-37. 9. Оприсок М. Соціальне партнерство в розвитку підприємництва: зарубіжний досвід та перспективи для України / М. Д. Оприсок // Сталій розвиток економіки. – 2011. – № 6. – С. 21. 10. Громадські об'єднання в Україні : [за ред. Бесчастного В.]. – Київ : Знання, 2007. – С. 14-15. 11. Державне фінансування організацій громадянського суспільства. Як запровадити європейські стандарти? / [Вінніков О. Ю., Ковриженко Д. С., Лациба М. В. та ін.] ; – К. : Агентство „Україна”, 2010. – С. 5.

Надійшла до редколегії 15.03.2013

УДК 338.23:332.142.4

Управління та соціальне партнерство у сфері туристично-рекреаційної діяльності / М. В. Ільїна // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. – 2013. – № 45 (1018) – С. 48-57. Бібліогр.: 7 назв.

В статье определены организационные, социально ориентированные направления повышения эффективности деятельности и общественного взаимодействия в сфере туризма и рекреации. Проанализированы структура и функции органов управления туристско-рекреационной деятельностью; обоснованы сущность и роль социального партнерства в этой сфере. Очерчены направления развития социального партнерства посредством вовлечения общественных объединений, профессиональных ассоциаций, профильных коммунальных предприятий в процессы принятия и реализации решений касательно деятельности в сфере туризма и рекреации.

Ключевые слова: туристско-рекреационная деятельность, социальное партнерство, общественная организация, профессиональная ассоциация, туристско-информационный центр

In the article organizational and society's oriented measures to raise efficiency and enhance social interactions related to tourism-and-recreation business are described. Structure and functions of the Government bodies to manage tourism-and-recreation industry are analyzed. Sense and role of social partnership in the sphere are grounded. Ways to develop the social partnership with involvement of non-governmental organizations, professional associations and profile municipal enterprises to making and implementing decisions concerning tourism and recreation are summarized.

Keywords: tourism-and-recreation business, social partnership, non-governmental organization, professional association, tourist-information centre

І. І. ІЛЮЧЕНКО, аспірантка, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

НАПРЯМКИ ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ НЕПЕРЕРВНОЇ ОСВІТИ.

У статті розглядається сутність, можливості та особливості освіти впродовж життя у зарубіжних країнах. Визначені моделі неперервної освіти та основні системи професійного навчання. Розроблено напрямки впровадження в Україні зарубіжного досвіду неперервної освіти.

Ключові слова: неперервна освіта, залучення до навчання, компетенції.

Вступ. Сучасна економіка, яка характеризується динамічністю, масштабністю та багатовекторністю змін, визначається як економіка знань, в якій людський капітал стає основним виробничим ресурсом. Вимоги, які зараз висувуються до підготовки молодих і вже досвідчених фахівців мають спільну особливість - бажання та здатність до постійного самонавчання та саморозвитку, саме тому такий підхід потребує навчання протягом усього життя. Піклування про себе є і привілеєм, і обов'язком людини, що, з одного боку, забезпечує свободу, а з іншого - примушує всіх людей навчатися та вдосконалюватися, що зумовлено, по-перше, потребами суспільства, а по-друге, потребами самого фахівця.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам неперервної освіти присвячені праці С. Архангельського, А. Владиславлева, В. Зінченка, В. Кременя, Ю. Кулюткіна, В. Онушкіна, А. Асмолова, І. Бестужева-Лади, С. Вершловського, В. Серікова, В. Сластьоніна, В. Шадрікова, В. Шукшуноватої та ін. Дослідженням проблем підвищення рівня професійної кваліфікації фахівців, зокрема, аспектів методологічних основ неперервної професійної освіти, а також порівняльним аналізом ступеневої освіти в Україні та за кордоном займалися такі науковці як С. Гончаренко, І. Зязюн, В. Козаков, В. Кремень, Н. Ничкало, В. Олійник, Т. Кошманова, Л. Пуховська, М. Лещенко.

Постановка завдання полягає у дослідженні сутності, можливостей та особливостей неперервної освіти в Україні з огляду на зарубіжний досвід в умовах економіки знань.

Результати дослідження. З кінця двадцятого — початку двадцять першого століття у світі поширюється тенденція щодо запровадження неперервної освіти — освіти впродовж життя. Досвід провідних країн з розвинутою ринковою економікою свідчить про пряму залежність темпів розвитку виробництва, його конкурентоспроможності на світовому ринку від рівня професійної підготовки людських ресурсів. Неперервна освіта стає невід'ємною частиною освітньої системи, оскільки вона сприяє посиленню конкуренції, зниженню рівня безробіття і залученню соціальних і економічних нововведень.

© І. І. Ілюченко, 2013

Поняття "освіта протягом життя" - особливе і відрізняється від традиційної освіти. Безперервна освіта - це принцип організації освіти від раннього дитинства до старості. З точки зору тимчасової організації неперервної освіти в різних країнах вважають за краще користуватися різними термінами. Так у США вживають, як правило, термін «довічна освіта» (Lifelong education), в Англії вважають за краще користуватися назвою - «тривала освіта» (Continuing education). У Швеції прийнято використовувати термінологію Організації економічного співробітництва та розвитку і говорять про «відновлювану освіту» (Recurrent education). При цьому підкреслюється, що «...індивід отримує освіту за частинами протягом усього життя. Це означає відхід від сучасної практики неперервної освіти в навчальному закладі перед тим, як індивідуум приступить до трудової діяльності і передбачає чергування освіти з іншими видами діяльності, головним чином, із роботою» [1].

Основною ідеєю концепції «відновлюючої освіти» є розподіл навчання на невеликі дози, які можуть чергуватися або проходити паралельно з трудовою діяльністю протягом життя людини. Кінцева мета розвитку системи освіти - ідея створення «суспільства, що навчається».

Вказуючи на особливості освіти впродовж життя слід зазначити, що у Європі немає універсально прийнятого визначення неперервної освіти. Під поняттям "неперервна освіта" мається на увазі [2]: ступені та дипломи у вільний час; професійні курси, в тому числі з метою підвищення кваліфікації персоналу; освіта для дорослих; друга освіта для вже освічених студентів (після 25 років) та інше.

У 2007 р. відсоток людей віком від 25 до 64 років, задіяних у різноманітних формах навчання протягом життя, складав 9,7 % у межах ЄС. Це на 1,2 % вище, ніж у 2003 році. Серед жінок цей відсоток (10,6 %) вищий, ніж серед чоловіків (8,8 %). Найбільш високий відсоток громадян, задіяних у різних формах навчання протягом життя, у Швеції, Данії, Великобританії та Фінляндії – від 23 % до 32 %. Найнижчі показники у Болгарії та Румунії – менше 2 % [3]. У другій половині ХХ ст. для всіх розвинутих країн характерним є значне збільшення періоду навчання дорослого населення. Наприклад, в Італії відзначається збільшення з 5,5 до 13,3-13,5 років; у Японії - з 9-9,2 до 15,9-16,1 років; у Франції - з 9,4-9,8 до 17-17,2 років; у США - з 11,3 до 19,6-20 років. [4,с.110]

У Європі багато фахівців виявили бажання вчитися впродовж усього життя, адже це можливість отримання загальних знань та професійної кваліфікації. Освіта впродовж життя може покращити як професійне, так і особисте життя, саме тому навіть найкращі професіонали в 40—50 років продовжують освоювати різноманітні курси. Це допомагає їм справитися зі змінами на ринку праці. Під час заходів, спрямованих на підвищення кваліфікації, їхні учасники отримують грошову допомогу у вигляді дотацій і позик. Держава частково фінансує такі курси. У той же час для багатьох службовців особистісне зростання та розвиток кар'єри набагато важливіші ніж будь-які компенсації.

Проте існують причини, чому особи не залучаються до освіти у дорослому віці. Серед них виділяють наступні: 1) диспозиційна (ставлення до навчання); 2) ситуаційна (брак часу, сімейні обов'язки); 3) інституційна (оплата, відсутність вечірніх курсів, вимоги щодо вступу). Що ж стосується України, то серед причин відставання освіти дорослих України від практики розвинених країн можна виділити

такі: 1) недостатнє дослідження зарубіжного досвіду; 2) відсутності нормативно-правової бази у цій сфері; 3) зосередження уваги на проблемах дитячо-юнацької освіти.

Стосовно основних систем професійного навчання, то їх чотири: 1) ліберальна (Великобританія); 2) неокооперативна модель (Данія); 3) модель державного втручання (Франція); 4) дуальна система професійного навчання персоналу (Німеччина).

Необхідною та вкрай важливою складовою системи неперервної освіти населення є саме професійне навчання персоналу на підприємствах та виробництві. Неперервне професійне навчання персоналу має забезпечувати адаптацію фахівця, планування його трудової кар'єри, управління знаннями організації, а тому кожна система професійного навчання має свої особливості та власний набір моделей фінансування. Розглянемо переваги кожної з них.

У Великобританії діє так звана ліберальна система. Компанії встановлюють обсяги і якість безперервного професійного навчання, а держава визначає рівні кваліфікаційних стандартів для випускників. У Данії застосовується неокооперативна модель професійного навчання. Початкова професійна освіта надається громадянам навчальними закладами, компаніями і міжфірмовими центрами навчання. Неперервне навчання в Данії відрізняється співробітництвом між державою і соціальними партнерами. 50 відсотків працюючих приймають участь у системі професійного навчання.

У Франції реалізується модель державного втручання, коли держава розробляє систему навчання кадрів у співпраці з соціальними партнерами. Система професійної освіти персоналу фінансується державою, регіонами і компаніями. Цікавим є досвід Нідерландів з організації системи професійної освіти. Після прийняття у 1996 р. Закону про навчання та професійну освіту (WEB) учбові навчальні заклади та школи професійного навчання були об'єднані в єдину інстанцію: Регіональний центр навчання. Всі заклади в системі професійної освіти комбінують навчання у школі з практичними заняттями. Професійна освіта Нідерландів базується на кваліфікаційно-сертифікаційній структурі, основою якої є компетенції.

До системи професійної освіти Німеччини організаційно належить її складова "професійна самоосвіта". До форм професійної самоосвіти належать також перепідготовка та професійна реабілітація. У цілому професійна самоосвіта передбачає короткотермінове навчання працівників безпосередньо на підприємствах або в навчальних закладах за направленням підприємств; у спеціалізованих школах; у народних інститутах відповідно до законодавства федеральних земель про освіту дорослих; в академіях та на курсах для державних службовців відповідно до Закону "Про державну службу". Що стосується професійної освіти молоді, то найбільш престижним для неї залишається навчання в державних навчальних закладах в рамках дуальної системи. Враховуючи характерні риси національних освітніх систем зарубіжних країн, спробуємо визначити напрями для поширення та впровадження в Україні (див. табл.).

Таблиця - Напрями для поширення та впровадження характерних рис національних освітніх систем зарубіжних країн в Україні.

Назва країни	Напрями для впровадження в Україні
Німеччина	- розмежування підготовки кадрів на наукове та прикладне - механізм державного регулювання можливостей вступу на престижні професії; - дуальна система підготовки
Фінляндія	- розвиток наукового та інноваційного потенціалу студентів; - модульно-компетентісний підхід до побудови навчальних програм; - тісний зв'язок між університетами та бізнесом; наступність освітніх ступенів
Японія	- розвиток системи підготовки кадрів та підвищення кваліфікації на підприємстві; можливість зміни напрямку підготовки в процесі навчання
США	- гнучкість освітніх програм; - автономія навчальних закладів; - практична спрямованість економічної освіти; - розповсюдженість дистанційного навчання; втілення практичного досвіду в процес навчання

Таблиця розроблена автором статті.

Слід зауважити, що в основу розвитку системи професійного навчання кадрів на виробництві та механізму стимулювання роботодавців в Україні з метою посилення їх зацікавленості в неперервному професійному навчанні на першому етапі слід покласти досвід Німеччини — впровадження дуальної системи професійного навчання кадрів на виробництві і зокрема досвід наставництва.

Інноваційність навчання, заснована на зарубіжному досвіді, покликана змінити політику навчального процесу і спрямовуватися на вирішення трьох основних проблем:

-вчити пізнавати чи розвивати вміння та бажання вчитися впродовж життя (безперервне навчання);

-вчити діяти на основі переходу від кваліфікації до компетенції;

-вчити жити, адже освіта покликана сприяти повноцінному розвитку особистості.

Враховуючи вищенаведені приклади можна зробити висновок, що зарубіжний підхід до підготовки та формування фахівців дозволяє враховувати потреби економіки у фахівцях різних рівнів; орієнтувати навчання студентів на майбутню виробничу діяльність; створити умови для індивідуалізації навчання; формувати стійку пізнавальну професійну мотивацію та забезпечити випереджаючий розвиток необхідних якостей фахівця.

Автор статті вважає, що розвиток системи освіти в Україні з огляду на зарубіжний досвід повинен відбуватися у наступних напрямках, а саме: 1) збільшення різноманітності змісту, форм та видів освітніх послуг; 2) підвищення ролі ВНЗ; 3) збільшення кількості корпоративних університетів на базі великих компаній.

Висновки.

1) Як видно із проведеного дослідження, у Європі є певний напрацьований досвід щодо організації навчання впродовж життя, зокрема освіти дорослих. Чисельність людей, які прагнуть продовження освіти та підвищення кваліфікації після закінчення традиційного навчання, постійно зростає. Це позитивна тенденція у динамічному розвитку економіки знань. Освіта як інноваційний процес повинна бути випереджальною та прокладати шлях у майбутнє.

2) У пошуку нової моделі освіти для України слід робити акцент на зміну стратегічних, глобальних її цілей, зокрема зосередитися на формуванні людських, особистісних якостей фахівця, що постають водночас і як мета, і як засіб його підготовки до майбутньої професійної діяльності на основі компетентнісного підходу до освіти.

3) У перспективі тематика дослідницьких робіт з безперервної освіти буде зосереджуватися на таких питаннях: 1) навички, що потрібні роботодавцям і працівникам; 2) приєднання малих та середніх навчальних установ до безперервної освіти; 3) ефективність мережі безперервної освіти.

Список літератури: 1. *Сорокоумова Г. Д.* Развитие теории непрерывного образования в США / Г. Д. Сорокоумова // Гуманистические тенденции в развитии непрерывного образования взрослых в России и США. - М. : Ин-т теор. педаг. и междунар. исслед. в образовании Рос. акад. образования, 1994. - С. 145-162. 2. *Thomas Edward.* Current Issues in University Continuing Education. Lifelong Learning in Europe, #4 – 1999. – p. 223-229. 3. Quality Report on the European Union Labour Force Survey 2007. – http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-RA-09-015/EN/KS-RA-09-015-EN.PDF. 4. Lifelong Learning in the Global Knowledge Economy: Challenges for Developing Countries / A World Bank Report Washington, D. C. - 2003 The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. - 110 p.

Надійшла у редколегію 19.03.2012.

УДК 005.95/.96

Напрямки впровадження в Україні зарубіжного досвіду неперервної освіти / І. І. Ілюченко // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45 (1018) - С. 58-62. Бібліогр.: 7 назв.

В статье рассматривается сущность, возможности и особенности образования в течении жизни в зарубежных странах. Определены модели непрерывного образования и основные системы профессионального обучения. Разработаны направления внедрения в Украину зарубежного опыта непрерывного образования.

Ключевые слова: непрерывное образование, приобщение к обучению, компетенции.

The article touches upon the issue of essence, resources and special features of lifelong learning in foreign countries. Identified the models of lifelong learning and the main systems of professional education. Developed the directions of implementation the foreign experience of lifelong learning in Ukraine.

Keywords: lifelong learning, involvement to the education, competences.

О.А. КАРЛОВА, д-р екон. наук, професор, ХНАМГ, Харків

СИСТЕМНЕ УПРАВЛІННЯ ТА ПРОПОРЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ІНФРАСТРУКТУРИ МІСТ УКРАЇНИ

Досліджено сучасні проблеми функціонування і розвитку інфраструктури міст. Розглянуто місто, як складна відкрита соціально-економічна територіальна система. Визначено багатовекторний процес розвитку, пов'язаний з реорганізацією та переорієнтацією всієї соціально-економічної системи міста.

Ключові слова: місто, інфраструктура, життєзабезпечення, управління, розвиток.

Вступ. Згідно теорії розвитку міст і міського комплексу, очевидна необхідність визначення методологічних особливостей і принципів соціально-економічного розвитку інфраструктури, визначення соціальної складової, як необхідних умов стабілізації економіки, понять і принципової моделі управління інфраструктурою міст. Рівень сучасного розвитку інфраструктури міст України значно коливається.

Аналіз останніх досліджень та літератури. В Україні набуто певного досвіду в дослідженні проблем управління складними соціально-економічними системами, зокрема містами та їх інфраструктурою (С.Богачев, О.Бойко-Бойчук, М.Мельникова, А.Лукьянченко)[1,6]. Слід зазначити, що проблема саме системного управління інфраструктурою міст, їх розвитком в українських реаліях недостатньо досліджена.

Метою статті є дослідження сучасних проблем функціонування і розвитку інфраструктури міст.

Постановка проблеми. Стан інфраструктури та систем життєзабезпечення міст України не відповідає, практично повсюдно, вимогам сучасності. Тому формування й і розвиток елементів міської інфраструктури є важливою складовою економіки регіону, країни. Питання це недостатньо повно досліджено вченими економістами. В даній роботі автором буде зроблено ще один крок в цьому напрямку.

Матеріали досліджень. За визначенням автора, місто - складна відкрита соціально-економічна територіальна система, яка відзначається, особливою природою та гомеостатичними властивостями[3, с.147]. Цій динамічній системі притаманні:

- значна кількість складових частин, що виконують окремі функції;
- складність структури, змінність поведінки елементів і системи в цілому;
- складні взаємозв'язки в системі й між її елементами;
- стохастичність впливу зовнішнього середовища;
- можливості системи в процесі взаємодії із зовнішнім середовищем зберігати основні змінні у заданих межах, забезпечуючи тим самим стійкість;
- наявність підсистем, які мають власні цілі функціонування та розвитку в самому місті.

Місто має складну багаторівневу економіку і ефективне керування ним дозволяє вирішувати соціальні й економічні питання розвитку територій, а також підвищення якісного рівня життя населення. Законодавчо в Україні досі не визначені основні поняття адміністративно-територіального устрою. Проект Закону України «Про адміністративно-територіальний устрій України» неодноразово виносився з 2004 р. неодноразово на розгляд Верховної Ради, але станом на початок 2013 року, прийнятий не був. За статусом поселень місто – поселення з компактною, переважно багатоповерховою забудовою, яке має розвинуту необхідну для надання соціальних послуг на рівні громади соціальну інфраструктуру, комунальну інфраструктуру, що включає принаймні централізоване водопостачання та водовідведення, не менше 80% доріг якого мають тверде покриття, з чисельністю постійного населення не менше ніж 10 тисяч осіб. Статус міста може мати поселення, що відповідає вищевказаним умовам з меншою чисельністю жителів, якщо воно мало цей статус історично [7].

Система управління розвитком міст це сукупність політико-ідеологічних, правових і економічних дій міських підсистем з метою усунення існуючих між ними протиріч для забезпечення комплексного і збалансованого розвитку міст. Використовуючи теорію основного циклу управління системами, запропоновану Дж. Гигом, можна розглянути управління в одночасній дії на міську структуру взаємопов'язаних регуляторів (правових, економічних, політичних і т.д.), і орієнтації цієї дії на внутрішньоструктурні відносини[2].

Мережа міських поселень на 1.01.2012 року в Україні, за даними Державного комітету статистики України складається з 459 міст, з них міста спеціального статусу та обласного значення 179 одиниць. Ринкові перетворення привели до деформованого розвитку інфраструктури міст. Нерозуміння безперервного та двійного характеру розвитку міста приводить до труднощів та серйозних диспропорцій у розвитку міст. Наприклад, Гуляк Р.Е. виділяє проблеми функціонування міста, як складної соціально-економічної системи та підкреслює, що місто як соціально-економічна система знаходиться в постійній зміні, причинами якої є внутрішні суперечності. Форми змін міст можуть бути різними, проте під розвитком розуміється лише та форма змін, при якій існує відмова від старої форми функціонування підсистем міста і перехід на нову, таку, що супроводжується якісними змінами.

Іншими словами, розвитком можна назвати процеси корінної зміни природи міста в ході суспільного процесу. Зокрема, це зростання ролі міст, формування агломерації, мегаполісів, придбання ними нових функцій, ускладнення структури і т.п.[5]. Розвиток, це багатовекторний процес, пов'язаний з реорганізацією та переорієнтацією всієї соціально-економічної системи міста[6]. Наряду з недоліками великих міст, що проявляються в результаті неконтрольованих процесів та у недосконалому розумінні їх природи, безумовно є і багато суттєвих переваг. До них відносяться вигоди концентрації виробництва в містах, випереджаючі темпи розвитку вторинних та третинних видів діяльності, специфічна роль міст як фокусів соціальної активності і інформаційного обміну, джерел розповсюдження нововведень в області культури та технології[1, с.47-59].

Необхідність пропорційного і гармонійного розвитку структури міського комплексу, подолання диспропорцій в його функціонуванні обумовлені потребами соціального прогресу. Глобальний процес зростання ролі міських комплексів в

розвитку суспільства, який визначає спосіб життя населення, його демографічну і соціально-професійну структури, види економічної і побутової діяльності, характер розселення і розміщення продуктивних сил, обумовлено соціально-економічним процесом урбанізації.

Характерними ознаками росту міських комплексів є посилення соціально-економічної неординарності території в результаті зосередження господарської діяльності і зростанні соціальної активності в міських поселеннях, для яких характерний висока насиченість соціальної і інженерної інфраструктури, впорядкування території, зміни структури самих міських поселень, які складають міський комплекс. Ці зміни структури виявляються в посиленні у межах міст функціональної і соціальної стратифікації території; переростанні міських комплексів в системи міського розселення; поглинанні міськими комплексами земельних площ і погіршення екологічного стану у межах міських ареалів і поблизу них.

На думку автора, міський комплекс це ланка територіального розподілу праці, який здійснюється через постійно існуючий ринок, концентрацію і диверсифікацію виробництва; зосередження людей, зв'язаних між собою сферою виробництва, споживання, територіальним сусідством, побутовими і сімейними чинниками; матеріальні фонди; територія, що має певний статус і характеризується специфічним середовищем.

Фінансові кризи впливають на розвиток міської економіки, тому на місцевому рівні актуальним стає розробка кадрових, організаційних, матеріальних і фінансових ресурсів. Для продовження стійкого розвитку міст важливо поєднання органів місцевого самоврядування, науки й приватного бізнесу. Якщо створити нові робочі місця та розвивати інноваційну діяльність місцевого бізнесу, то збільшується надходження до бюджету і зніметься частково соціальна напруга в містах. Для залучення іноземних інвестицій в міста вигідно співтовариство наукових закладів з підприємцями та громадою. Створення подібних спілок здешевить виробництво нових товарів і послуг, а вузи матимуть обсяги госпдоговір них робіт за проведення моніторингу в соціально-економічній сфері. Система життєзабезпечення міст вже розвивається в подібному напрямку. Приватні фірми з обслуговування інженерного обладнання будинків, експлуатації будівель та споруд, наприклад в м. Харкові виконують великий обсяг всіх робіт у комунальному господарстві. Подібні заходи, якщо будуть системними на рівні кожного міста, то принесуть позитивний результат.

Основу організації інфраструктури міст складає домінуюча раніше в командно-бюрократичній системі управління раціональна модель господарювання. Для неї, як і раніше, характерні вузька спеціалізація, централізація управління й відсутність конкуренції. Через традиційні умови господарювання комунальні служби міст України займають монопольне положення на ринку послуг. Особливо це стосується підприємств природних локальних монополій. При цьому географічні межі ринку комунальних послуг визначаються адміністративними межами населених пунктів. Формування конкурентного середовища, на думку автора, повинне балансуватись інтересами споживачів і підприємств-монополістів; забезпеченням високої якості комунальних послуг; запобіганням монопольному тиску при наданні послуг; забезпеченням економічної активності інфраструктури в розрізі регіону.

Головним аспектом функціонування інфраструктури при цьому стане регулювання діяльності підприємств-виробників і дотримання стандартів якості робіт (послуг). Об'єктивні передумови формування конкурентного середовища вже склалися, при цьому ключова роль відводиться ціновому регулюванню як основному інструменту дії на поточну та перспективну роботу підприємств.

Необхідно також визначити інтегральні показники оцінки діяльності такої складової інфраструктури, як житлово-комунального комплексу. У сучасних умовах повинен проводитися серйозний аналіз організаційно-економічних перетворень, що відбуваються в галузі, і визначення нових принципів ціноутворення. Стійку роботу міських комунальних служб може забезпечити тільки принципово нова структура, що об'єднує елементи ринку послуг. Це можуть бути спеціальні комісії, наділені повноваженнями для здійснення регулювання, рішення яких опротестовується судовими органами вищої інстанції.

Об'єктивною можливістю функціонування конкурентного середовища інфраструктури міст є регулювання та підтримка державою їх розвитку. Формуються концепції методики соціально-економічного розвитку господарської інфраструктури міста, що є основою складання науково-обґрунтованих програм розвитку міських комплексів. Зараз існують окремі методи й методики, розроблені українськими та зарубіжними вченими з проблем функціонування й розвитку інфраструктури міст, проте їм бракує комплексності об'єднання окремих методів для досягнення оптимальних практичних результатів.

Результати досліджень. Особливістю розвитку сучасної економічної науки є посилена увага до загальнолюдських цінностей, їх ролі та місця у функціонуванні соціально-економічних систем. Тому актуальним є розміщення людини в центрі дослідження соціально-економічних проблем розвитку інфраструктури міста, що відображено в нашому дослідженні. Комплекс міського господарства можна визначити як функціональний міжгалузовий комплекс, сформований за участю місцевих органів влади з метою створення і підтримки зовнішніх умов реалізації економічної діяльності в частині розвитку системи життєзабезпечення та життєдіяльності міста, пріоритетна роль у якому належить підприємствам сфери обслуговування.

Характерними ознаками міського комплексу є його місцевий, локальний характер, економічна основа функціонування та соціальна спрямованість. Це означає, що система міського комплексу об'єднує такі галузі та види діяльності, які орієнтуються на місцевий ринок, виконують функції, націлені на задоволення потреб жителів даного муніципального утворення.

До особливостей міського комплексу слід віднести:

- високу соціальну значимість, оскільки практично всі види діяльності у складі комплексу спрямовані, в першу чергу, на забезпечення потреб городян;
- високу питому вагу міської (муніципальної чи державної) власності при наявності інших форм власності серед суб'єктів комплексу;
- тісний взаємозв'язок і взаємозалежність багатьох галузей міського комплексу між собою та з іншими сферами діяльності на цій території;
- особливий характер господарської діяльності підприємств – однорідність продукції, труднощі в створенні запасів, відсутність (крім будівельного комплексу)

незавершеної продукції, висока частка допоміжних матеріалів і енергії у складі витрат виробництва і надання послуг та інше;

– наявність природних локальних монополій при забезпеченні функціонування інженерно-енергетичних систем міста.

Питання формування стратегії ефективного функціонування сучасної інфраструктури міського комплексу, визначені Законами України „Про державні соціальні стандарти і державні соціальні гарантії”, „Про впорядкування міст”, освітлюють окремі аспекти цієї проблеми і потребують поглиблених досліджень. Практика сучасного управління містом показала, що на сучасному етапі питання розвитку міського комплексу має два аспекти – технологічний та організаційно-економічний, які детально висвітлено в роботах провідних науковців [3,4]. Сучасне велике місто характеризується складною системою розселення. Воно може розглядатися як цілісне утворення, відмежоване від зовнішнього середовища функціонально, просторово, оскільки місто розташовується на території, межі якої можна визначити юридично – в рамках політико-адміністративного поділу країни. Для реалізації стратегічних планів і завдань для забезпечення розвитку міського комплексу запропоновано орієнтуватися на певні принципи (рис. 1).

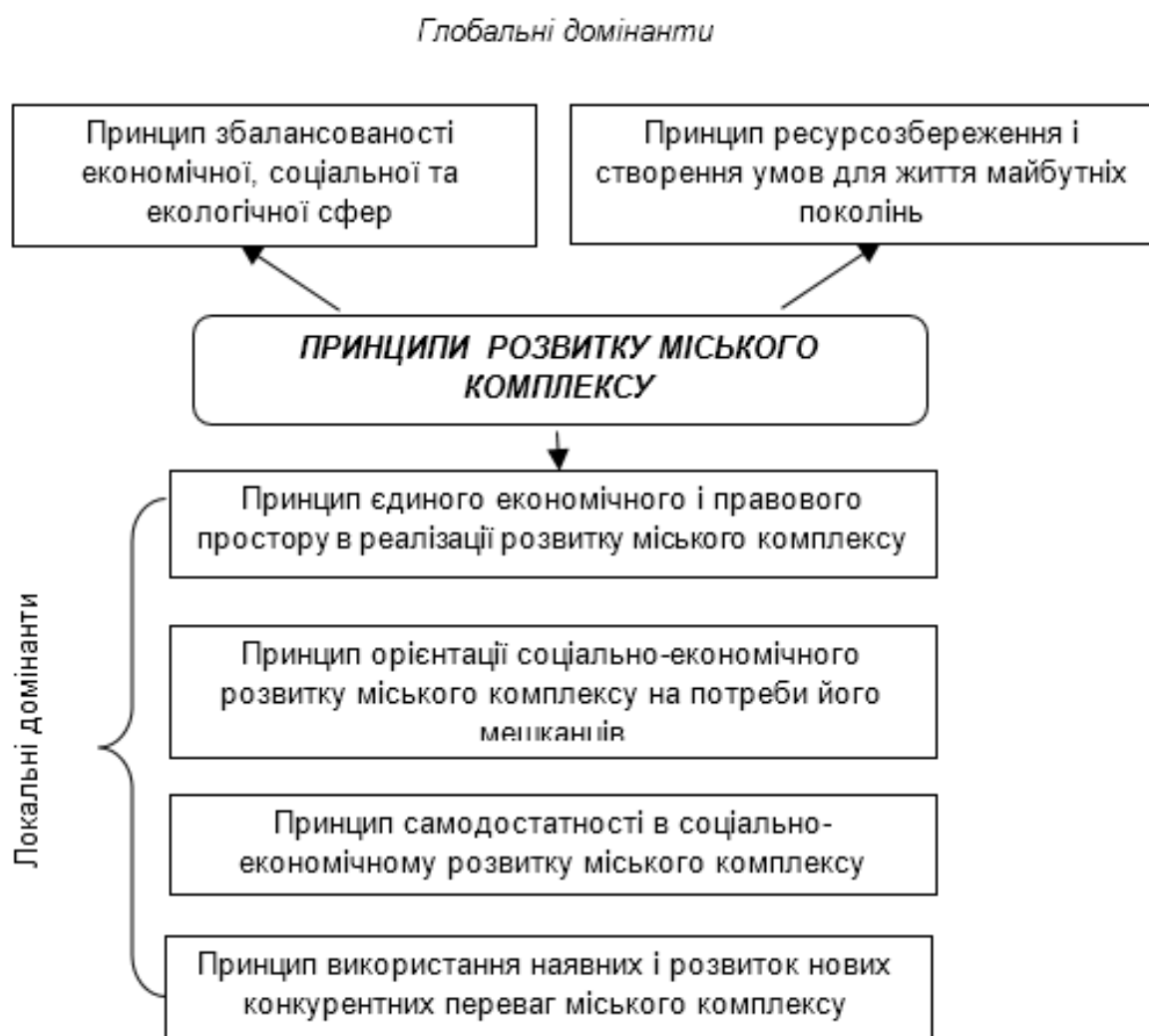


Рис. - Принципи розвитку міського комплексу

Більшість відомих економістів розглядають людину як частину суспільного багатства, як самостійний чинник економічного зростання. Багато країн з розвиненим ринковим механізмом повною мірою реалізують ідею соціальної орієнтації економіки, розвитку особистості людини. На жаль, ця ідея, конституційно визначена як «соціальна», поки що недостатньо з'ясована регіональними управлінськими структурами в Україні.

Розвиток сфери інформації та інформаційних технологій призвів до глобалізації відносин у сфері свідомості людей. Для розвитку інфраструктури міста пропонується виділити інтелектуальні, інформаційні ресурси як визначальні. Це дасть можливість якісно використовувати генетичний і науковий потенціал населення. Таким чином, великі міста, у яких зосереджені наукові та виробничі центри, стануть центрами інтелектуального виробництва інноваційних ідей, технологій для подальшого впровадження в Україні.

Висновки. Для вироблення ефективних управлінських рішень з питань керування розвитком інфраструктури міст потрібні сучасні механізми управління, побудовані з врахуванням майбутнього. Перспективними є такі організаційні структури, які: по-перше, легко і активно реагують на змінні умови суспільного розвитку, створюючи органи і підрозділи управління, випереджаючи ці умови, які їх формують; по-друге, забезпечують реальний прорив у технологічному, соціальному, економічному і політичному розвитку суспільства; по-третє, характеризують принципово нові форми взаємозв'язків між виробничо-господарськими партнерами, забезпечуючи конкуренцію.

За результатами проведеного дослідження робимо висновок, що питання функціонування інфраструктури міста, ефективної взаємодії її компонентів, вибору векторів розвитку, обґрунтування, узгодження й прийняття економічних рішень із урахуванням високої рухливості й динамічності зовнішнього середовища вимагають подальших досліджень. На думку автора якісне функціонування інфраструктури можливе при інтенсифікації і підвищенні ефективності виробництва, системному підході до розв'язання проблем розвитку економіки міста в цілому.

Список літератури: 1. *Бойко-Бойчук О.* Категорія «місто»: сутність, визначення // Управління сучасним містом // Науково-практичний журнал. – 2005. – № 3-4/7-12 (19-20) – С. 47-59. 2. *Дж. Ван Гиг.* Прикладная общая теория систем / Пер. с англ.- М.: Мир, 1988. - 625 с. 3. *Карлова О.А.* Соціально-економічні складові функціонування міського комплексу (теорія і практика): [монографія] / О.А.Карлова. – Харків: Видавництво „Мадрид”, 2011. – 452 с. 4. *Карлова Е.А.* Методология и практическая реализация управления системой жизнеобеспечения города / Е.А. Карлова // зб. наук. пр. Тематичний випуск. Технічний прогрес і ефективність виробництва – Харків. НТУ „ХПІ”, 2010. – № 6. – С. 69-76. 5. *Карлова Е.А.* Реалії функціонування й контролю розвитку міського комплексу: [монографія] / Менеджмент регіонального розвитку.: за ред. О. В. Васильєва та ін. / Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ – 2012. 6. *Богачев С.В.* Проблемы теории и практики развития городской хозяйственной системы: Монографія / С.В. Богачев, М.В. Мельникова, Лукьяненко А.А. и др. / НАН Украины. – Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2006. – 381 с. 7. Проект закона Украины «Об административно-территориальном устройстве Украины» (№11438) Офіційний сайт Верховної Ради України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

Надійшла до редколегії 18.02.2013.

УДК: 911.375:330.11

Системне управління та пропорційний розвиток інфраструктури міст України / О.А. Карлова
// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013.
- № 45(1018) - С. 63-69 Бібліогр.: 7 назв.

Исследованы современные проблемы функционирования и развития инфраструктуры городов. Рассмотрены город, как сложная открытая социально-экономическая территориальная система. Определен многовекторный процесс развития, связанный с реорганизацией и переориентацией всей социально-экономической системы города.

Ключевые слова: город, инфраструктура, жизнеобеспечение, управление, развитие.

The current problems of functioning and development of urban infrastructure. We consider the city as a complex open socio-economic territorial system. Detected multi development process associated with the reorganization and reorientation of the entire socio-economic system of the city.

Keywords: city, infrastructure, livelihoods, governance, and development.

УДК 658.011.4.003.12 : 339.137.2

П.К. КУЛІНІЧЕВ, старший викладач, Кременчуцький національний університет
ім. М.В. Остроградського

ОЦІНКА ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТНУ ПОЗИЦІЮ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність суб'єкта економіки в реальних ринкових умовах реалізується в конкурентній позиції. В статті наведено методологічні шляхи вирішення проблеми оцінки загальноекономічної ситуації, визначення позиції підприємства у конкурентній боротьбі, прийняття правильного управлінського рішення.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, SWOT-аналіз, конкурентна позиція.

Вступ. У стратегічному портфелі фірми однією з найважливіших є конкурентна стратегія, яка передбачає розробку таких дій, які б забезпечували фірмі не тільки надійний захист від конкурентів, але й створювали б стійку конкурентну перевагу, тобто ті фактори, які створюють на ринку ситуацію, коли покупці віддають перевагу продукції певного виробника, а не товарам конкурентів, що забезпечує підвищення обсягів збуту і прибутку. Моніторинг конкурентної позиції необхідно проводити для визначення дієвості конкурентних переваг підприємства та перспектив їхнього посилення. Його результати мають знайти використання в управлінні змінами, оскільки своєчасно інформують про ймовірність несприятливих змін конкурентної позиції підприємства.

Аналіз останніх досліджень. Питання конкурентного позиціонування підприємств досліджувались такими видатними науковцями, як І. Ансоффом, А.Маршаллом, М. Портером, П. Самуельсоном, Ф. Тейлором, ін. Основні положення знайшли подальшого поглиблення у наукових працях вітчизняних та російських

© П.К. Кулінічев, 2013

УДК: 911.375:330.11

Системне управління та пропорційний розвиток інфраструктури міст України / О.А. Карлова
// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013.
- № 45(1018) - С. 63-69 Бібліогр.: 7 назв.

Исследованы современные проблемы функционирования и развития инфраструктуры городов. Рассмотрены город, как сложная открытая социально-экономическая территориальная система. Определен многовекторный процесс развития, связанный с реорганизацией и переориентацией всей социально-экономической системы города.

Ключевые слова: город, инфраструктура, жизнеобеспечение, управление, развитие.

The current problems of functioning and development of urban infrastructure. We consider the city as a complex open socio-economic territorial system. Detected multi development process associated with the reorganization and reorientation of the entire socio-economic system of the city.

Keywords: city, infrastructure, livelihoods, governance, and development.

УДК 658.011.4.003.12 : 339.137.2

П.К. КУЛІНІЧЕВ, старший викладач, Кременчуцький національний університет ім. М.В. Остроградського

ОЦІНКА ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТНУ ПОЗИЦІЮ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність суб'єкта економіки в реальних ринкових умовах реалізується в конкурентній позиції. В статті наведено методологічні шляхи вирішення проблеми оцінки загальноекономічної ситуації, визначення позиції підприємства у конкурентній боротьбі, прийняття правильного управлінського рішення.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, SWOT-аналіз, конкурентна позиція.

Вступ. У стратегічному портфелі фірми однією з найважливіших є конкурентна стратегія, яка передбачає розробку таких дій, які б забезпечували фірмі не тільки надійний захист від конкурентів, але й створювали б стійку конкурентну перевагу, тобто ті фактори, які створюють на ринку ситуацію, коли покупці віддають перевагу продукції певного виробника, а не товарам конкурентів, що забезпечує підвищення обсягів збуту і прибутку. Моніторинг конкурентної позиції необхідно проводити для визначення дієвості конкурентних переваг підприємства та перспектив їхнього посилення. Його результати мають знайти використання в управлінні змінами, оскільки своєчасно інформують про ймовірність несприятливих змін конкурентної позиції підприємства.

Аналіз останніх досліджень. Питання конкурентного позиціонування підприємств досліджувались такими видатними науковцями, як І. Ансоффом, А.Маршаллом, М. Портером, П. Самуельсоном, Ф. Тейлором, ін. Основні положення знайшли подальшого поглиблення у наукових працях вітчизняних та російських

© П.К. Кулінічев, 2013

вчених, зокрема, Г.Л. Азоева, О.С. Віханського, В.С. Єфремова, Н.В. Куденко, А.П. Наливайка, Р.А. Фатхутдінова, З.Є. Шершньовій та ін.

Мета статті. Проведені дослідження показали, що на базі інформації про конкурентну позицію підприємства стає можливим вибір ним конкурентної стратегії. В той же час, необхідною є подальша розробка теоретичних і методичних питань обґрунтованості вибору конкурентної стратегії, оцінки конкурентної переваги підприємства, його конкурентної позиції та привабливості ринку, на якому воно веде діяльність.

Постановка проблеми. Виникає необхідність у визначенні концептуальних основ побудови комплексного механізму зміцнення конкурентних позицій підприємств, підвищенні відповідності існуючих методів та моделей вимогам оперативності та обґрунтованості рішень, що приймаються у ході реалізації стратегії розвитку підприємства, врахуванні факторів невизначеності та недоступності у повному обсязі інформації про стан конкурентів та ринкового середовища.

Виклад основного матеріалу. Конкуренція є одним з факторів прямого впливу на підприємство. Для отримання більш ясної оцінки можливостей підприємства-виробника використовується ряд методів: SWOT-аналіз, PEST-аналіз, профіль середовища, метод зважування кожного фактора, модель п'яти сил конкуренції (за М. Портером) та ін. Конкурентне середовище підприємства формується не тільки за допомогою конкурентів усередині галузі, які виробляють аналогічну продукцію і реалізують її на одному ринку, але й тими організаціями, які виробляють продукт-замісник. Також на конкурентне середовище будь-якої організації впливають її покупці та постачальники. Основним методом, що дозволяє оцінювати конкурентні позиції організації на ринку, є модель п'яти сил конкуренції Портера, яка включає всі вищезазначені складові.

Модель п'яти сил Портера - інструмент стратегії, який використовується для аналізу привабливості структури ринку. П'ять сил Портера включають в себе: аналіз загрози появи товарів-замінників, аналіз загрози появи нових конкурентів, аналіз ринкової влади постачальників, аналіз ринкової влади споживачів, аналіз рівня суперництва серед конкуруючих на даному ринку продавців (ситуація в галузі). П'ять сил визначають умови, в яких функціонують конкретні організації; стан кожної з сил, а також їх спільний вплив визначає можливості окремо взятої організації в конкурентній боротьбі. Конкурентна позиція - це позиція, яку та чи інша компанія займає в галузі у відповідності з результатами своєї діяльності або у відповідності зі своїми перевагами або недоліками. Конкурентні переваги організації визначаються під впливом різних факторів, які притаманні організації в процесі формування ринкової стратегії [4].

Оцінка конкурентної позиції фірми дозволяє визначити наскільки сильна сьогоднішня конкурентна позиція фірми, яку зміну конкурентної позиції можна очікувати при використанні сьогоднішньої стратегії, який ранг фірми щодо ключових суперників у кожному важливому компоненті конкурентної сили і галузевому ключовому факторі успіху, який перелік конкурентних переваг фірми і можливість фірми захищати свою позицію.

Основними точками прикладання зусиль менеджменту підприємства, за рахунок поліпшення яких можливо зміцнити або підвищити конкурентне становище, є: ціна

на вироблену продукцію; якість виробленої продукції; розширення асортименту виробленої продукції; реклама; популярність виробника; канали розподілу продукції; рівень інновацій; оновлення продукції. Перелічені напрямки включають в себе всі фактори, що визначають конкурентну позицію. І оцінка за даними напрямками діяльності дозволить менеджменту підприємства виділити вузькі місця і недоліки в реалізації стратегії. У разі успішної реалізації дій в даних областях підприємство зможе вийти на більш високі конкурентні позиції за рахунок грамотної реалізації стратегічних та оперативних планів, розроблених на базі обраних значущих чинників конкурентоспроможності.

Для оцінки конкурентної позиції фірми використовуються бальні оцінки по ключових факторам успіху. При цьому проводиться зважування оцінок таких факторів для фірми і її суперників.

На думку М. Портера, при виборі конкурентної стратегії для тієї чи іншої галузі слід провести попередній аналіз по двом аспектам:

- привабливість галузі з точки зору рентабельності і можливостей розвитку, які визначаються інтенсивністю конкуренції;
- конкурентна позиція даного підприємства в галузі.

При цьому слід враховувати, що обидва аспекти потрібно розглядати у взаємозв'язку, розглянуті ж окремо вони не можуть служити достатньою підставою для вибору конкурентної стратегії.

Також обидва аспекти повинні розглядатися в динаміці, оскільки з часом привабливість галузі може зростати або знижуватися, а сприятливу позицію в конкуренції потрібно не тільки завоювати, але й утримати.

На обидва аспекти підприємство може впливати своєю діяльністю. Таким чином, конкурентна стратегія не є тільки лише реакцією на умови зовнішнього середовища, але і спробою змінити це середовище на свою користь.

Недоліком концепції Портера є те, що обидва чинники представлені як контрольовані і до уваги не беруться сили, що діють «за рамками» галузі, але які можуть чинити на неї істотний вплив.

Класичним підходом до аналізу галузі є розроблена Портером концепція п'яти сил конкуренції:

- суперництво між наявними конкурентами (the intensity of intra-firm rivalry);
- вплив покупців, або їх здатність торгуватися (the bargaining power of buyers);
- вплив постачальників, або їх здатність торгуватися (the bargaining power of suppliers);
- загроза з боку нових конкурентів (the threat of new entrants);
- загроза з боку товарів-субститутів (the threat of substitute products or services).

Розповсюдженою моделлю оцінки конкурентної позиції підприємства на ринку є також SWOT-аналіз. Даний підхід застосовується для одержання попередньої всебічної оцінки стратегічного положення підприємства, а також для розробки переліку довгострокових дій, необхідних для досягнення стратегічних цілей його розвитку. SWOT-аналіз – це форма стратегічного аналізу. Він не містить кінцевої інформації для прийняття стратегічних рішень, але дає можливість упорядкувати процес обмірковування всієї наявної інформації з застосуванням власних думок і оцінок [2].

В якості основних факторів, SWOT-аналізу виділяють:

- Потенційні внутрішні сильні сторони (S): чітко проявляється компетентність, адекватні фінансові джерела, високе мистецтво конкурентної боротьби, гарне розуміння споживачів, чітко сформульована стратегія, використання економії на масштабах виробництва, цінова перевага, власна унікальна технологія, надійна мережа розподілу, високе мистецтво НДДКР та ін

- Потенційні внутрішні слабкості (W): втрата деяких аспектів компетентності, недоступність фінансів, відсутність аналізу інформації про споживачів, слабкий учасник ринку, відсутність чітко вираженої стратегії, непослідовність в її реалізації, висока вартість продукції, застаріла технологія, втрата глибини і гнучкості управління, слабка мережа розподілу, слабкі позиції в НДДКР та ін

- Потенційні зовнішні сприятливі можливості (O): обслуговування додаткових груп споживачів, введення нових ринкових сегментів, розширення діапазону товарів, благодущність конкурентів, зниження торгових бар'єрів, сприятливі економічна, політична і соціальна обстановки, доступність ресурсів та ін

- Потенційні зовнішні загрози (T): ослаблення зростання ринку, несприятливі демографічні зміни, збільшення продажів замінують товарів, зміна смаків і потреб покупців, озлоблення конкуренції, поява іноземних конкурентів з товарами низької вартості, несприятливий зрушення в курсах валют, посилення вимог постачальників, законодавче регулювання ціни та ін..

Досконала стратегія вимагає опори на сильні сторони: унікальні можливості дають фірмі шанс використовувати ринкові сприятливі обставини, створюють конкурентні переваги на ринку, потенційно можуть бути наріжними каменями стратегії. З іншого боку, необхідно втручання в слабкі сторони організації.

Оцінка конкурентних позицій суб'єктів підприємництва можлива на основі моделювання факторної системи, шляхом розробки динамічної мультиплікативної моделі прямого детермінованого факторного аналізу результуючих показників. Також враховуються зміни основних факторів економічної діяльності, суб'єктів підприємництва обраних при дотриманні умов: причинності, достатньої специфічності, самостійності існування, облікової приналежності. В якості факторної системи виступають зміни: обсягів продукції, відпускних цін, собівартості, структури бізнесу, трансакційних витрат і т. д.

Така модель з позиції теорії індексу дозволяє вивчати спільне вплив на результуючі показники декількох факторів, визначити чутливість підсумкового показника до зміни основних його складових, не вдаючись безпосередньо до більш складним математичним методам.

Сама конкурентна позиція всіх суб'єктів бізнесу має якісну і кількісну визначеність. У якісному відношенні конкурентна позиція суб'єкта бізнесу включає в себе напрямки та предмети ділової діяльності цього суб'єкта бізнесу, наявність конкурентного потенціалу, місце здійснення ним діяльності, самоокупність і рентабельність суб'єкта бізнесу. У кількісному відношенні конкурентна позиція суб'єкта бізнесу являє собою точний розрахунок кількості напрямків і предметів його діяльності, масштабів конкурентного потенціалу і величини кожного з його елементів, частки ринку по кожному напрямку і предмету діяльності, термінів і

швидкості проходження повного циклу цієї діяльності, розміру рентабельності (або збитковості) суб'єкта бізнесу.

В якості факторів конкурентних позицій організацій в рамках концепції стратегічних груп доцільно розглядати п'ять груп показників конкурентоспроможності:

- Іт - груповий показник конкурентоспроможності за фактором конкурентоспроможності будівельної продукції;
- Ід - груповий показник конкурентоспроможності за фактором ефективності виробничої діяльності;
- Іф - груповий показник конкурентоспроможності за фактором ефективності фінансової діяльності;
- Ім - груповий показник конкурентоспроможності за фактором ефективності маркетингової (ринкової) діяльності;
- Іп - груповий показник за фактором привабливості ринку.

Кожному з 5 факторів експертним шляхом надається вага.

Названі фактори, у свою чергу, мають оціночні показники, яким також надається вагове значення.

Визначення конкурентних позицій організації ґрунтується на аналізі поведінки конкурентів і припускає виявлення діючих і потенційних конкурентів; вивчення показників, цілей і стратегії конкурентів; встановлення сильних і слабких сторін конкурентів.

Обрані раніше оперативні цілі підприємства, згруповані по інструментах підвищення конкурентоспроможності з точки зору їх важливості для підприємства. Потім визначається рівень досягнення даної мети. Формат шкали ранжирується від 1 до 5 балів, які відповідають ступеню реалізації мети (1 бал - мета, реалізована менш ніж на 10% від поставленого завдання; 2 бали - ступінь реалізації мети від 10% до 30%; 3 бали - рівень досягнення мети від 30% до 60%; 4 бали - рівень досягнення мети від 60% до 80%; 5 балів - мета досягнута більш ніж на 80%). Далі розраховуються зважені оцінки по кожній цілі як добуток важливості на рівень досягнення. Сума добутоків по кожному напрямку ділиться на максимально можливу оцінку. Отримана величина у відсотках характеризує ступінь реалізації напрямів діяльності. Далі необхідно розрахувати підсумковий коефіцієнт, який буде характеризувати ступінь реалізації потенціалу підприємства щодо підвищення його конкурентної позиції на ринку[3]:

$$K = \frac{\sum_{i=1}^n a_i \cdot b_i}{\sum_{i=1}^n a_i \cdot b_{\max}} \cdot 100 \quad (1)$$

де K – підсумковий коефіцієнт, що характеризує ступінь реалізації напрямів діяльності підприємства;

n - кількість цілей по кожному напрямку діяльності;

a_i - рівень пріоритету i -тої мети напрямки по кожному інструменту підвищення конкурентоспроможності;

b_i - експертна оцінка ступеня реалізації мети в короткостроковому періоді;

$b_{\max}$ - максимально можлива оцінка ступеня реалізації мети.

Конкурентні позиції суб'єктів підприємницької діяльності багато в чому залежать від їх ресурсного потенціалу, точніше від конкурентної значущості їх ресурсів, які створюють стійку конкурентну перевагу. Наші дослідження показали, що така значимість ресурсу визначається наступними критеріями:

важкопоновлюваністю, чим більше часу і затрат потрібно конкурентам для відтворення ресурсу, тим вище його конкурентна цінність;

- тривалістю користування, чим довше період доцільною експлуатації ресурсу, тим вище його цінність;

- унікальністю, особливо в області компетенції, явної переваги у конкурентно значущих видах діяльності;

- стійкістю до нейтралізації зовнішніх загроз, нових регулятивних вимог та зростаючого тиску з боку споживачів і постачальників.

Конкурентна позиція - порівняльна характеристика основних ринкових параметрів підприємства і його товару щодо конкурента. Для визначення конкурентної позиції використовуються кількісні характеристики і, зокрема, статистичні показники.

Американський маркетолог А. Литтл виділив декілька ступенів конкурентної позиції: домінуюча, сильна, сприятлива, надійна, слабка, нежиттєздатна [5]:

1. Домінуючою вважається конкурентна позиція, що забезпечує можливість впливу на ринок в цілому, де підприємство займає більшу частину ринку. ($= < 65\%$)

2. Сильна позиція полягає в можливості диктувати свої умови ринку і впливати на конкурентне середовище.

3. Сприятлива конкурентна позиція створює передумови отримання вигідних умов реалізації власної продукції, є можливості розширення ринку.

4. Надійної можна вважати позицію, забезпечену товарними і фінансовими ресурсами та стійку до коливань ринку.

5. Слабка позиція в конкуренції - звичайно невелика частка ринку, що має до того ж тенденцію до скорочення. Ні конкурентоспроможного товару і надійного способу дистрибуції.

6. Нежиттєздатну позицію представляє підприємство, недостатньо забезпечене ресурсами і не має можливості розширювати торгово-збутову діяльність [1].

Динамічність, відмітність природи та різноспрямованість впливу значної кількості факторів обумовлюють необхідність включення до систем управління підприємствами спеціального механізму зміцнення їх конкурентних позицій. Такий механізм пропонується визначати як комплекс чинників, методів, ресурсів формування конкурентних переваг, забезпечення послаблення ринкової влади споживачів і постачальників та на цій основі досягнення привабливих стійких конкурентних позицій підприємств як результату адаптації до вимог зовнішнього середовища з метою забезпечення довгострокового успіху функціонування.

Висновки. Аналіз конкурентної позиції розділяє майбутні можливості й ефективні стратегії стратегічної галузі бізнесу та історично сформовану стратегію організації. Таким чином, керівництво організації отримує можливість неупереджено оцінити її перспективи. Узагальнення оцінки конкурентних позицій підприємства за зазначеними характеристиками в цілому дозволяє підвищити обґрунтованість вибору стратегії розвитку конкурентних переваг підприємства для досліджуваного ринку як

систему дій та заходів із розширення конкурентних переваг підприємства та зміцнення й усталення його конкурентоспроможності.

Список літератури: 1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: Монографія / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. - Донецьк: ДонДУЕТ ім. М.Туган-Барановського, 2006. – 294 с. 2. Конкурентная позиция. – [Электронный ресурс] / DM & BTL агентство UDV. – Минск, 2011. – Режим доступа : <http://www.udv.by/vocabulary/konkurentnaja-rozitsija.html>. 3. Папенкова К.Э. Конкурентная позиция и ее роль при определении положения организации на рынке / К.Э. ПАПЕНКОВА // Актуальные вопросы экономики и управления: Сборник материалов международной научно-практической конференции. (20-25 декабря 2008 года). -Димитровград: ДИТУД, 2008. - 178 с. 4. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. – К.: Основи, 1998. – 390 с. 5. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. - М.: ИНФРА-М, 2000. – 612 с.

Надійшла до редколегії 7.04.2013

УДК 658.011.4.003.12 : 339.137.2

Оцінка факторів впливу на конкурентну позицію підприємства/ П.К. Кулінічев // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45(1018) - С. 69-75. Бібліогр.: 7 назв.

Конкурентоспособность субъекта экономики в реальных рыночных условиях реализуется в конкурентной позиции. В статье приведены методологические пути решения проблемы оценки общеэкономической ситуации, определения позиции предприятия в конкурентной борьбе, принятия правильного управленческого решения.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, SWOT-анализ, конкурентная позиция.

Competitiveness of the economy in subьекта realnyh rynochnyh conditions realyzuetsya in konkurentnoy position. In article pryvedeny methodological path solution to the problem estimates obscheэkonomycheskoy situation, determining pozytsyy enterprises in konkurentnoy struggle, Adoption upravlencheskoho correct decision.

Keywords: Competition, competitiveness, konkurentnye advantages, SWOT-analysis, konkurentnaya position.

УДК 338.414

В.В. МАКЕДОН, канд.економ.наук, доцент Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля;

Д.С. РУБЕЦЬ, аспірант Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля

СТРАТЕГІЧНИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ

Визначено роль стратегічного інноваційного розвитку підприємства з метою забезпечення належного рівня конкурентоспроможності. Доведено, що процес розробки стратегії підприємства повинен формувати механізм стратегічного інноваційного розвитку, де інновації повинні виступати як результат і спосіб досягнення стратегічних цілей.

Ключові слова: стратегія підприємства, інноваційний розвиток, інновації, тип інноваційної стратегії, стратегоутворюючі чинники, фактори макро-, мікросередовища.

© В.В. Македон, Д.С. Рубець, 2013

систему дій та заходів із розширення конкурентних переваг підприємства та зміцнення й усталення його конкурентоспроможності.

Список літератури: 1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: Монографія / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. - Донецьк: ДонДУЕТ ім. М.Туган-Барановського, 2006. – 294 с. 2. Конкурентная позиция. – [Электронный ресурс] / DM & BTL агентство UDV. – Минск, 2011. – Режим доступа : <http://www.udv.by/vocabulary/konkurentnaja-rozitsija.html>. 3. Папенкова К.Э. Конкурентная позиция и ее роль при определении положения организации на рынке / К.Э. ПАПЕНКОВА // Актуальные вопросы экономики и управления: Сборник материалов международной научно-практической конференции. (20-25 декабря 2008 года). -Димитровград: ДИТУД, 2008. - 178 с. 4. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. – К.: Основи, 1998. – 390 с. 5. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. - М.: ИНФРА-М, 2000. – 612 с.

Надійшла до редколегії 7.04.2013

УДК 658.011.4.003.12 : 339.137.2

Оцінка факторів впливу на конкурентну позицію підприємства/ П.К. Кулінічев // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45(1018) - С. 69-75. Бібліогр.: 7 назв.

Конкурентоспособность субъекта экономики в реальных рыночных условиях реализуется в конкурентной позиции. В статье приведены методологические пути решения проблемы оценки общеэкономической ситуации, определения позиции предприятия в конкурентной борьбе, принятия правильного управленческого решения.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, SWOT-анализ, конкурентная позиция.

Competitiveness of the economy in subьекта realnyh rynochnykh conditions realyzuetsya in konkurentnoy position. In article pryvedeny methodological path solution to the problem estimates obsheэkonomycheskoy situation, determining pozytsyy enterprises in konkurentnoy struggle, Adoption upravlencheskoho correct decision.

Keywords: Competition, competitiveness, konkurentnye advantages, SWOT-analysis, konkurentnaya position.

УДК 338.414

В.В. МАКЕДОН, канд.економ.наук, доцент Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля;

Д.С. РУБЕЦЬ, аспірант Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля

СТРАТЕГІЧНИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ

Визначено роль стратегічного інноваційного розвитку підприємства з метою забезпечення належного рівня конкурентоспроможності. Доведено, що процес розробки стратегії підприємства повинен формувати механізм стратегічного інноваційного розвитку, де інновації повинні виступати як результат і спосіб досягнення стратегічних цілей.

Ключові слова: стратегія підприємства, інноваційний розвиток, інновації, тип інноваційної стратегії, стратегоутворюючі чинники, фактори макро-, мікросередовища.

© В.В. Македон, Д.С. Рубець, 2013

Вступ. В умовах стратегічної спрямованості України на інноваційний тип розвитку адаптація підприємств до нових умов ринкової економіки та її активне реформування тісно пов'язані з інноваціями як рушійною силою економічного зростання.

Розширене відтворення інноваційного процесу в усіх сферах багатогранної діяльності підприємства, раціональне залучення інноваційного потенціалу з метою забезпечення конкурентоспроможності потребує формування механізму стратегічного інноваційного розвитку, використання якого на противагу стихійному інтуїтивному пошуку напрямів інноваційного розвитку дозволить не тільки підвищити результативність інноваційної діяльності, а і надасть потужні можливості для підвищення ефективності функціонування підприємств в умовах нестабільного економічного середовища.

Аналіз основних досягнень і літератури. Питанням теоретичних і практичних аспектів стратегічного управління інноваційним розвитком присвячені наукові розробки відомих українських і зарубіжних учених таких як: Л. Водачек, О. Волков, А. Гриньов, М. Денисенко, И. Мухарь, Г. П'ятницька, І. Павленко, Б. Санто, В. Ткаченко, Р. Фатхтудінов, В. Чубай, А. Юданов, К. Янковський. Однак, незважаючи на наявність значної кількості наукових праць, присвячених питанням стратегічного інноваційного розвитку, слід зазначити про недостатнє висвітлення питань розробки механізмів та моделей стратегічного інноваційного розвитку підприємств, що зумовлює актуальність та необхідність даного дослідження.

Мета дослідження, постановка задачі. Метою дослідження є необхідність визначення та теоретико-методологічного обґрунтування чинників та можливих напрямків стратегічного інноваційного розвитку підприємства. Основними задачами дослідження є:

- конкретизувати економічну категорію «інноваційна стратегія»;
- критерії вибору ефективної стратегії інноваційного розвитку підприємства;
- визначення та наукове обґрунтування взаємозв'язку використовуваних інноваційних стратегій;
- виявлення напрямів інноваційної стратегії в структурі стратегічного управління підприємством.

Матеріали досліджень. Стратегічний підхід від повсякденної діяльності відрізняється прагненням досягти поставлених цілей та далекоглядністю, підпорядкуванням сьогоденної мети ідеалу саморозвитку, підбором найбільш оптимальних сценаріїв і умінням переходити від одного сценарію розвитку до наступного в найбільш сприятливий з погляду розвитку момент. В умовах постійного ризику стратегічний погляд на інноваційну діяльність дозволяє вчасно зреагувати на зміни, запустити саме ту технологію, яка надасть серйозну перевагу та принесе першість на ринку. Саме стратегічний підхід до підприємництва перетворює сьогодні інновацію в діяльність і суспільний фактор особливої важливості.

Проблеми економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності в умовах інформаційно-технологічної революції можуть бути вирішені за допомогою ефективних стратегій інноваційного розвитку. Саме послідовна інноваційна стратегія зумовила високу якість життя, національну безпеку, охорону довкілля та високий технічний рівень розвинених країн світу. Отже, мова йде не просто про одноразове використання нововведень для досягнення миттєвих переваг, але про неперервний,

детально спланований стратегічний інноваційний розвиток, який формує методи та засоби управління інноваціями та дозволить підпорядкувати впровадження інновацій загальним цілям, перетворюючи інтенсивне впровадження інноваційних процесів у фактор економічного зростання.

Потреба в розробці механізму стратегічного інноваційного розвитку підприємств вимагає уточнення змістової складової поняття «інноваційна стратегія» в сучасних умовах господарювання, а також розробки нових підходів до процесів її формування та вибору.

Матеріали досліджень. Аналітичний огляд праць вітчизняних і зарубіжних авторів показав, що іноді в тлумачення поняття «інноваційна стратегія» не тільки вкладається різний зміст, але і розуміння сутності поняття «інноваційної стратегії» знаходимо у різних інтерпретаціях: «стратегія інновацій» [1, 56], «інвестиційно-інноваційна стратегія» [2, с. 35], «інвестиційна стратегія інноваційного розвитку» [5, с. 173], «стратегія науково-технічного розвитку» [7, с. 24], «стратегічне інноваційне управління» [119, с. 10], «стратегія розвитку підприємства» [9, с. 46].

Професори Волков О. І. та Денисенко М. П. відносять поняття «інноваційна стратегія» до «суто теоретичних, віртуальних, яке у практичній діяльності підприємства потрібно співвідносити зі стратегію науково-дослідних та дослідницько-конструкторських робіт (НДДКР), відповідні заходи стратегічних планів виробництва, маркетингу, фінансів, з управління персоналом, матеріально-технічного забезпечення». Однак ототожнення інноваційної стратегії зі стратегією НДДКР, як і зі стратегією науково-технічного розвитку, призводить до скорочення її функцій, звужуючи їх лише до пошуку напрямів науково-дослідницьких та дослідно-конструкторських робіт з реалізації нововведень. На нашу думку, інноваційна стратегія без сумніву містить у собі процеси прийняття рішень відносно спрямованості наукових досліджень та конструкторських розробок, але це лише її одиничний прояв з множини різних взаємозалежностей, які пов'язують стратегічні цілі підприємства, НДДКР, нововведення та потенціал підприємства [3].

Павленко І. А. стратегію нововведень прирівнює до поняття «інноваційна політика», що передбачає об'єднання цілей технічної політики і політики капіталовкладень та спрямованість на впровадження нових технологій і видів продукції [5, с. 46]. Інноваційна політика підприємства з цього погляду орієнтується на досягнення майбутніх результатів через інноваційний процес (стадія досліджень, запровадження нововведень у виробниче використання та нового продукту в ринкове середовище). Однак поняття «політика організації» по відношенню до поняття «стратегія» використовується у значенні «місії», тобто основної загальної мети, яка деталізує статус підприємства, забезпечує її напрямок і орієнтири у визначені цілей, стратегії, тактики. Отже, інноваційна політика є лише формою стратегічного управління, яка визначає цілі та умови здійснення інноваційної діяльності організації, та спрямована на забезпечення її конкурентоспроможності та оптимального використання наявного виробничого та інтелектуального потенціалу.

Згідно з трактуваннями Л. Фаейя та Р. Ренделла [11] інноваційна стратегія близька за суттю до поняття експлерентної стратегії, що визначається як конкурентна, орієнтована на радикальні нововведення. Однак подібне порівняння обмежує інноваційну стратегію лише створенням абсолютного нового для підприємства,

зокрема на рівні науково-дослідних робіт, виключаючи при цьому можливі незначні модифікації, удосконалення, з якими найчастіше пов'язана специфіка сучасного виживання на ринку.

У науковій та методичній літературі найпоширенішим до визначення поняття інноваційної стратегії є системний підхід, коли інноваційна стратегія розглядається як елемент корпоративної стратегії розвитку підприємства або як частина загальної соціально-економічної стратегії. При цьому інноваційна стратегія доповнює інші типи функціональних стратегій, особливо стратегії збуту, виробничу, кадрову та фінансову.

Результати досліджень. У межах цього наукового дослідження головну увагу слід приділяти саме стратегічному аспекту управління інноваціями в межах загальної стратегії, тоді як інноваційність діяльності виділяється лише окремим засобом досягнення цілей в структурі загального розвитку. Її розглядають як елемент, що характерний тільки для окремих бізнес-процесів підприємства, та наділяють об'єднуючою функцією. Стратегія інноваційного розвитку визначається як складова частина інноваційного менеджменту та стратегії підприємства, що встановлює, на яку товарно-ринкову комбінацію потрібно орієнтувати підприємству свою інноваційну діяльність.

Відповідно до системного підходу інноваційна стратегія – це одна зі складових економічної стратегії, що визначається як набір правил, методів і засобів пошуку найкращих перспективних для організації напрямів розвитку науково-технічних досліджень, ресурсної політики.

Менш поширеним до розгляду поняття є підхід цілей та засобів, який заснований на визначенні цілей організації та шляхів їх досягнення. У межах цього підходу робиться акцент саме на інноваційному способі дій як на головному засобі досягнення конкурентоспроможних позицій на ринку в умовах глобалізації та швидких змін. І з цих позицій інноваційна стратегія визначається як один із засобів досягнення цілей організації, який відрізняється від інших своєю новизною, передусім для даної організації, для галузей ринку, споживачів, країни в цілому. Тобто в цьому випадку стратегія управління інноваціями перебирає на себе роль корпоративної стратегії розвитку підприємства.

Але, враховуючи спільність функцій інноваційного та стратегічного менеджменту та наявність взаємозв'язку між ними, доцільно розглядати поняття інноваційної стратегії саме з позицій комплексного підходу. Це дозволить, не зменшуючи впливу цих двох складових на планування розвитку підприємства, при їх повній взаємодії, отримати кінцевим продуктом інноваційну стратегію. У цьому випадку стратегія управління нововведеннями, стаючи критично важливим елементом загальної організаційної стратегії, дозволить пов'язати «пріоритети перспективного розвитку компанії з рівнем її потенційної інноваційності, зробити нову якість виробництва і управління головним інструментом досягнення мети компанії». Підходячи до розгляду з цього боку, можна визначити інноваційну стратегію як складову загальної стратегії підприємства, орієнтовану на визначення та досягнення перспективних цілей, безпосередньо через інноваційний процес [8]. Тобто, притримуючись логіки загального стратегічного управління, інноваційна стратегія значно розширює, поглиблює та уточнює загальну стратегію розвитку підприємства. Це свідчить про

наявність не тільки одностороннього підпорядкування, яке характеризується цілісністю та невідривністю від цілей загальної стратегії управління діяльністю підприємства, але й про існування зворотнього корегуючого зв'язку. Завдяки цьому взаємозв'язку «стратегія управління інноваціями, з одного боку, повністю враховує стратегію інтенсивного розвитку, а з іншого, створює необхідні умови саме для такого розвитку». Хаотичність впровадження інновацій перетворюються на впорядкований, інформаційно забезпечений процес. А результати від їх цілеспрямованого впровадження, аналіз та прогнозування подальших перспектив виводять підприємство на новий рівень конкурентоспроможності.

Вибір ефективної стратегії інноваційного розвитку стає основою успіху інноваційної діяльності. Тільки правильна стратегія невинного інноваційного просування вперед дає шанси не тільки утримати, але і поліпшити позиції підприємства. Стратегій підприємства може бути безліч, але всі вони базуються на стратегічних альтернативах [11]:

- обмежене зростання підприємства;
- зростання;
- скорочення.

Інноваційний тип обраної стратегії за своєю спрямованістю належить саме до перших двох типів зазначених стратегічних альтернатив, а тому, найчастіше науковці, досліджуючи альтернативні шляхи інноваційної стратегії на підприємстві, розподіляють її різновиди в межах двох основних груп: активна (наступальна, експансивна), пасивна (адаптивна), або наступальна і оборонна [7], створюючи при цьому нові класифікації типів інноваційних стратегій, поява яких з одного боку свідчить про відсутність повністю завершених поглядів щодо формування інноваційних стратегій на підприємствах, а з іншого призводять до труднощів у процесі їх реалізації, значно знижуючи ефективність нововведень, унеможлиблюючи формування загальної єдиної моделі інноваційної стратегії, єдиного механізму стратегічного інноваційного розвитку.

Л. Водачек і О. Водачкова розрізняють чотири основних типи інноваційної стратегії: активно наступальну, помірно наступальну, захисну і залишкову [1].

Відомий економіст Б. Твіст до основних різновидів інноваційної стратегії зараховує наступальну, захисну, ліцензійну, проміжну, створення нового ринку, розбійничу [11].

За класифікацією Х. Фрімана існує шість типів інноваційної стратегії підприємства: наступальна, захисна, імітаційна, залежна, традиційна та «за нагодою» [3].

А. І. Богданов виділяє чотири типи інноваційної стратегії: гостра наступальна, помірно наступальна, захисна та ліцензійна (поглинаюча) [10].

Фішман Б. Є. пропонує чотири типи стратегії інноваційного розвитку: самостійне виробництво інновацій, «швидкий другий», «відставання з мінімальними витратами», «заповнення пробілів» [22, с. 95].

Б. Санто, який класифікує інноваційні стратегії за рівнями управління в межах інституціональних інноваційних стратегій, виокремлює пасивну, наступальну та стагнаційну [6].

У О. В. Василенка інноваційні стратегії поділяються відносно до умов зовнішнього середовища і внутрішнього становища підприємства на наступальну, оборону, авангардну, імітаційну [9].

Р. А. Фатхутдінов пропонує здійснювати поділ інноваційних стратегій на віолентну (силову), патієнтну (нішову), комутантну (стратегію пристосування) та експлерентну (піонерську), пропонуючи для кожної з них ті види інновацій, які за спрямуванням і кардинальністю найбільш доцільно впроваджувати підприємствам, що обрали вище перелічені стратегії [9].

П'ятницька Г. Т. у сучасних умовах господарювання виділяє такі основні групи стратегій [4, с. 23]: традиційна, опортуністична, імітаційна, оборонна або захисна, поглинальна, наступальна, авангардна, упереджуючого маневру.

К. П. Янковський та І. Ф. Мухарь до наступальних відносять агресивні та помірковані інноваційні стратегії, а залишкову та адаптивну відносять до стратегій оборонного типу [12].

Аналіз розглянутих класифікацій дозволяє зробити висновок, що найчастіше виокремлені різними авторами типи інноваційних стратегій володіють однаковими характеристиками, умовами вибору, мають схожі назви, не повторюючи при цьому змісту, або схожі види мають різні назви. Наприклад, наступальна інноваційна стратегія Х. Фрімана, поєднуючи у собі риси активно наступальної інноваційної стратегії та гострої наступальної інноваційної стратегії, є за своїми змістовими характеристиками близькою до стратегії «самостійного виробництва інновацій». Аналогічна ситуація простежується з імітаційною та розбійничою, захисною та пасивною інноваційними стратегіями, залишковою та стратегією «заповнення пробілів». Однак в загальному випадку, подібні класифікації описують відмінності інноваційної діяльності підприємства з позиції активної чи пасивної інноваційної політики, радикальних нововведень зокрема в сфері НДДКР та модифікацій, наявних ресурсів, відношення до ризиків та наявної стратегічної позиції підприємства на ринку (табл. 1), де захисні інноваційні стратегії характеризуються концентрацією на певному ринку чи його сегменті, вузькою ринковою орієнтацією чи захистом своєї частки ринку, спрямованістю на збереження стратегічних позицій, прагненням утриматися серед новаторів, а наступальні інноваційні стратегії – постійним розширенням діяльності, освоєнням нової продукції, пошуком конкурентних переваг.

На практиці підприємство рідко дотримується незмінно однієї і тієї самої стратегії, як і стратегії в «чистому вигляді», використовуючи чисельні модифікації інноваційних стратегій, комбіновані інноваційні стратегії як найбільш ефективні у випадках закріплення позицій та переходу з захисної до інноваційної стратегії наступального типу.

Окрім того, кожен з типів інноваційної стратегії володіє низкою характеристик та стратегоутворюючих чинників, багатогранність та різноманітність яких комплексно описують інноваційно-стратегічні процеси на підприємстві, а цільова функція щодо них повніше, об'єктивніше визначає тип стратегії, її характер та основні риси і повинна бути врахована під час визначення, а отже, і вибору інноваційної стратегії з метою детального планування інноваційних перетворень на підприємстві (див. рис. 2).

Таблиця 1 – Узагальнююча характеристика типів інноваційної стратегії

Захисні інноваційні стратегії	Наступальні інноваційні стратегії
Інноваційна політика підприємства	
Пасивна, адаптаційна, інноваційна діяльність спрямована на утримання здобутих конкурентних позицій	Активна, інноваційна діяльність спрямована на досягнення технічного та ринкового лідерства
Інноваційний потенціал	
Інноваційна діяльність спрямована на нарощування інноваційного потенціалу та поліпшення показників господарської діяльності	За наявності високих ресурсних, науково-технічних можливостей інноваційна діяльність спрямована на ефективне використання наявного інноваційного потенціалу
Рівень ризику	
Інноваційна діяльність підприємства в умовах низького рівня ризику	Інноваційна діяльність в умовах підвищеного рівня ризику
Вид інновацій	
Незначні модифікації в таких напрямках інноваційної діяльності, як управління та соціально-психологічна робота з персоналом	Нововведення радикальні з використанням власних наукових розробок. модернізація та реорганізація
Стратегічна позиція підприємства	
Незначна доля на ринку, невелика конкуренція	Стійка позиція на ринку, наявність монополії або олігополії

П'ятницька Г. Т. виділяє такі характеристики інноваційної стратегії на основі наступних стратегоутворюючих чинників [4, с. 23]: формування інновацій, організація інноваційної діяльності в компаніях, інноваційна орієнтація компаній.

О. О. Лапко використовує у класифікації інноваційних стратегій наступні чинники: активність наукових досліджень, вид інновацій, ставлення до конкуренції, зростання (темпи росту та частка ринку), широта ринку та асортименту, інтеграція-логістика-кооперація, техніка-технологія [2].

Відповідно до запитів споживача Л. Фаей і Р. Рендел виділяють наступні стратегії інноваційного розвитку: стратегію виявлення і задоволення прихованих потреб, нові відповіді на старий запит та стратегію повного перетворення [11].

Чубай В. М. визначає наступні чинники стратегічного впливу на формування інноваційних стратегій на підприємстві [10, с. 8]: особливість інноваційного процесу на підприємстві, способи задоволення потреб покупців, спрямованість здійснення інновацій, географічне спрямування діяльності підприємства, орієнтування підприємства на покупців на ринку, бажана ринкова позиція підприємства, мета здійснення інновацій, співвідношення конкурентоспроможності продукції і стадії життєвого циклу, на якій вона знаходиться, спосіб використання певних новацій підприємством, співвідношення рівня привабливості ринку та рівня конкурентоспроможності підприємства на ньому, співвідношення обсягів зростання, стабільності та скорочення в усіх видах діяльності підприємства.

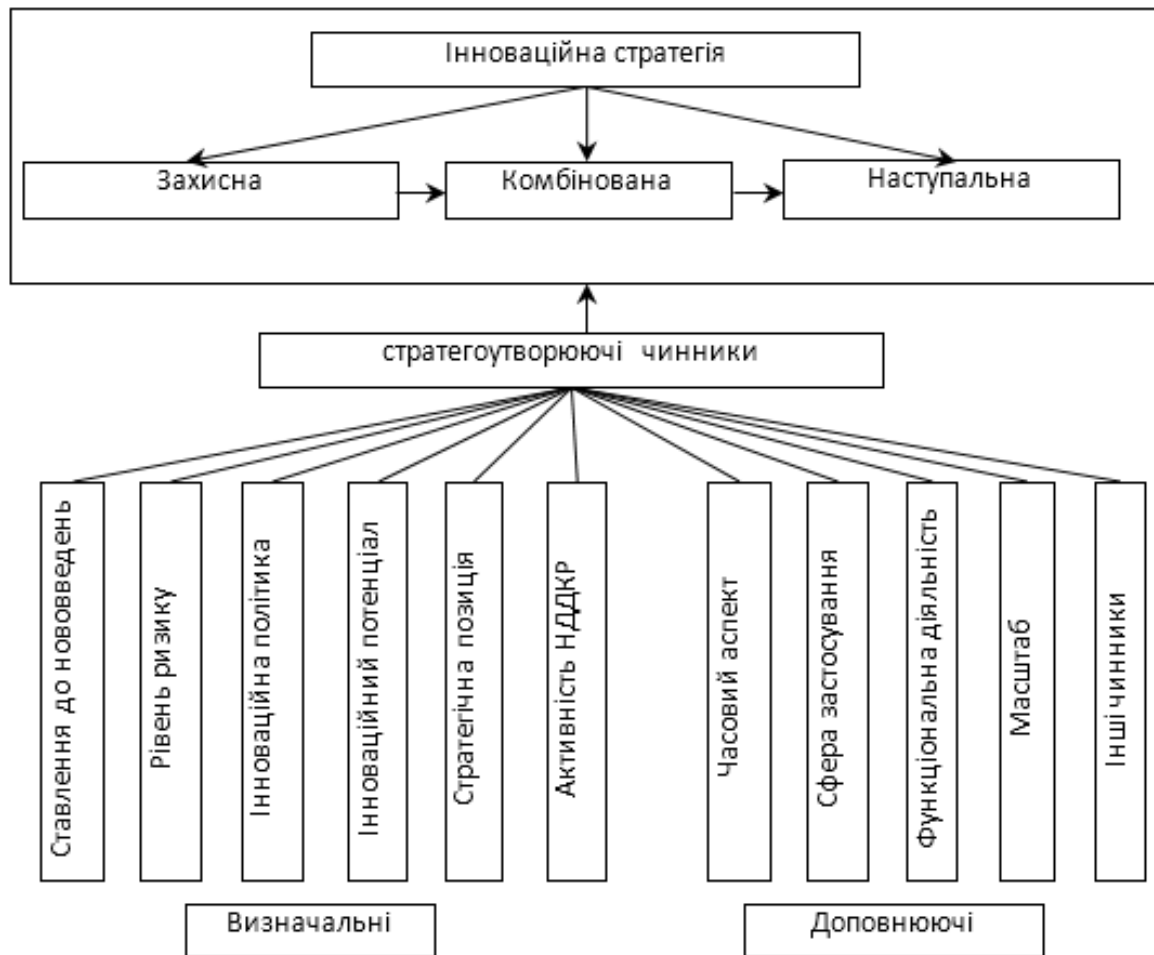


Рис. – Взаємозв'язок інноваційних стратегій [авторська розробка]

А. Гриньов використовує класифікацію стратегій інноваційного розвитку за такими класифікаційними ознаками, як термін реалізації, стадія життєвого циклу підприємства, напрямок розвитку підприємства, стан підприємства в конкурентній боротьбі, цілі діяльності підприємства, галузева орієнтація [2].

Аньшин В. М. виділяє дві групи стратегіюутворюючих чинників: стратегії проведення НДДКР, пов'язані з проведенням підприємством розробок і досліджень (ліцензійна стратегія, паралельної розробки, дослідницького лідерства, випереджальної наукомісткості, слідування життєвому циклу), та стратегії оновлення виробництва, виводу продуктів на ринки, використання технологічних переваг (стратегія продуктового ряду, ретронововведень, збереження технологічних позицій, продуктової імітації, процесної імітації, стадійного подолання, технологічної зв'язаності, технологічного трансферту, слідування за ринком, вертикального запозичення, радикального випередження, очікування лідера) [8].

На основі поняття конверсії, під якою розуміється неперервний ланцюг різноманітних реакцій на зміни зовнішнього середовища, Н. Ю. Круглова наводить поділ інноваційних стратегій відносно ступеня радикальності нововведень, що вноситься конверсією: стратегія часткової зміни асортименту продукції, стратегія повної зміни асортименту, стратегія зміни технологічної спеціалізації, адаптація

пріоритетів діяльності до потреб ринку за стадіями життєвого циклу технології попиту [5].

Ототожнюючи стратегію інноваційного розвитку зі стратегіями науково-технічного розвитку, Шершньова З. Є. та Оборська С. В. стратегії НДДКР класифікують за відношенням до об'єкта інновацій, виділяючи наступні типи стратегій: продукт-товар, технології, техніка, система управління, загальні конкурентні стратегії [7, с. 214].

Ототожнюючи поняття «стратегія інноваційного розвитку» з поняттям «напрямок інноваційного розвитку», Волков О. І., Денисенко М. П., Гречан А. П. сформували найбільш повну класифікацію стратегоутворюючих чинників, що враховуються при формуванні стратегії інноваційного розвитку підприємства [3, с. 543]:

- спрямованість інноваційного розвитку;
- масштаб;
- горизонт аналізу;
- функціональна діяльність;
- за строком реалізації;
- залежно від сфери застосування;
- залежно від потреб підприємства.

Формування інноваційної стратегії на основі аналізу стратегоутворюючих чинників зводить процес вибору до формування цільової функції характеристик, кожна з яких має свою ієрархію властивостей, відповідно до яких напрямки інноваційного розвитку для підприємства може бути одночасно абсорбуючим, локальним, оперативним, короткостроковим, ринковим тощо. А отже, формування механізму стратегічного інноваційного розвитку потребує розуміння особливостей інноваційної стратегії, системи факторів, що на неї впливають, чіткого усвідомлення її місця і ролі у реалізації загальної стратегії підприємства.

Розуміння інноваційної стратегії перш за все базується на стратегічному підході до бачення майбутнього організації, але при цьому необхідно враховувати особливості інноваційних процесів на підприємстві, які в поєднанні формують «одним із радикальних засобів досягнення цілей організації в умовах високого рівня невизначеності». Оскільки зміст стратегічного управління інноваційним розвитком є певною мірою унікальним для кожного підприємства та характеризується своєю специфічною формою, яку диктують фактори внутрішнього та зовнішнього середовища, не можна говорити про визначення чіткої стандартної інноваційної стратегії, яка б могла бути використана до будь-якого підприємства, а лише про теоретичну конструкцію – модель стратегічного інноваційного розвитку та методів її формування, що враховували б специфіку функціонування підприємств та відображали його внутрішній потенціал.

Розробка стратегії інноваційного розвитку потребує врахування її особливостей.

По-перше, процес розробки стратегії інноваційного розвитку являється головним завданням формування механізму стратегічного інноваційного розвитку, де інновації виступають і як результат і як спосіб досягнення стратегічних цілей. Необхідність у систематичних нововведеннях та потреба стратегічного супроводу інновацій визначає основні етапи розвитку підприємства, сприяє збалансованості відношень

між суб'єктами господарювання [9], формує потребу в розробці інноваційної стратегії підприємства, яка в свою чергу розширює коло впроваджених інновацій, викликає додаткові зміни на підприємстві, що знову потребують перегляду напрямів стратегічного управління. А отже, в основі ефективного управління інноваційною діяльністю підприємства лежить ланцюг інновації-стратегія-інновації, в структурі якого з орієнтацією на загальну стратегію управління підприємством виділяють чотири ключові етапи – аналіз, планування, реалізацію та контроль, що дозволяє визначити наступні напрями управління інноваційним розвитком (табл. 2).

Таблиця 2 – Характеристика напрямів інноваційної стратегії в структурі стратегічного управління підприємством

Етапи стратегічного управління	Напрями діяльності інноваційної стратегії
Аналіз	– визначення інноваційних цілей та їх узгодження із загальними цілями підприємства, галузі, стратегії розвитку та мети підприємства; – оцінка можливого ризику; – аналіз зовнішнього середовища; – дослідження внутрішнього середовища; – аналіз інноваційного потенціалу підприємства та можливості залучення додаткових ресурсів;
Планування	– визначення пріоритетів перспективного розвитку підприємства в залежності від накопленого інноваційного потенціалу; – планування напрямів інноваційного розвитку на основі сформованих інноваційних цілей; – розробка оптимальних шляхів перспективного інноваційного розвитку та узгодження роботи різних підрозділів підприємства;
Реалізація	– забезпечення неперервності процесу впровадження інновацій; – реалізація етапів інноваційної стратегії у відповідності до сформованих інноваційних цілей;
Контроль	– налагодження взаємозв'язку в організаційній системі впродовж всього життєвого циклу нововведення; – контроль за зміною інформації про стан внутрішнього та зовнішнього середовища; – контроль за корегуванням інноваційних цілей підприємства

По-друге, враховуючи той факт, що інноваційна стратегія підприємства перебуває під впливом змін у навколишньому середовищі, слід зазначити, що реакція підприємства на ці зміни характеризує і сам загальний стратегічний напрям: або підприємство самостійно формує зміни активним впливом (наступальні інноваційні стратегії), або зміни відбуваються у формі реакції (захисні/оборонні інноваційні стратегії).

По-третє, мета інноваційної стратегії впливає із мети загальної стратегії підприємства і одночасно впливає на її зміст і сприяє її досягненню, а тому може бути виражена в наступних положеннях: ефективне освоєння нових товарів, послуг, забезпечення високих темпів економічного зростання, передбачення глобальних змін

в економічній ситуації і пошук масштабних рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток організації, підвищення конкурентоспроможності. Загальна стратегія розвитку підприємства формує основу, на якій базується інноваційна стратегія, визначає її сутність та напрями діяльності. А отже, її дослідження та функціонування невідривно пов'язані із загальними напрямками розвитку організації, але з боку якісних характеристик.

По-четверте, на умови і зміст формування інноваційної стратегії впливає велика кількість зовнішніх і внутрішніх факторів: позиція керівництва щодо інновацій, система управління інноваціями, сфера фундаментальних і прикладних досліджень, оцінка результатів, відкриття, патенти, інвестиції, інноваційний потенціал підприємства. Отже, кожен з етапів інноваційної стратегії може бути охарактеризований наявністю позитивного чи негативного впливу досліджуваних факторів макро-, мікросередовища по відношенню до розробки стратегії інноваційного розвитку (табл. 3).

Таблиця 3 – Класифікація характеристик факторів макро-, мікросередовища системи інноваційної стратегії

Класифікаційна ознака	Види факторів
По відношенню до системи	– внутрішні – фактори мікросередовища – зовнішні – фактори макросередовища
Активність	– активні – активний вплив на систему – пасивні – слабкий вплив на систему
По способу проявлення	– відкриті – проявляє себе відкрито – латентні – не проявляється ззовні, скритий характер впливу
По впливу на систему	– позитивні – стабілізуючий вплив на систему – негативні – деструктивний вплив на систему
За характером дії	– зміна зв'язків – зміна елементів системи – змішані

Висновки. Таким чином підводячи підсумки можемо констатувати, що вплив вищезазначених факторів на тип інноваційної стратегії підприємства має полягати у формуванні системи обмежень, які корегують множину можливих інноваційних цілей підприємства. Однак формування механізму стратегічного інноваційного розвитку потребує дослідження не тільки зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на інноваційну діяльність підприємства, але й аналізу структури інноваційної стратегії, яка дозволить окреслити систему можливих напрямів інноваційного розвитку підприємства, визначити методи та засоби вибору типу інноваційної стратегії.

Підприємству необхідно визначати стратегоутворюючі чинники, багатогранність яких має допомогти комплексно сформувати інноваційно-стратегічні процеси на підприємстві, а цільова функція щодо них повніше, об'єктивніше має допомогти обрати саме той тип стратегії, який забезпечить стале зростання діяльності

підприємства, сформує стійку тенденцію підвищення рівня базових техніко-економічних показників та надасть можливості вибору типу інноваційної політики з метою детального планування інноваційних перетворень на підприємстві.

Список літератури: 1. *Водачек Л.* Стратегия управления инновациями на предприятии : [сокращ. пер. со словац.] / *Л. Водачек, О. Водачкова.* – М. : Экономика, 1989. – 166 с. 2. *Гриньов А.В.* Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління : монографія / *А.В. Гриньов.* – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2003. – 305 с. 3. Інноваційний розвиток промисловості України / *О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Герчан та ін. ; під ред. О. І. Волкова, М. П. Денисенко.* – К.: КНТ, 2006. – 648 с. 4. *П'ятницька Г. І.* Інноваційні стратегії в сучасних умовах господарювання: суть та наукові підходи до формування вибору / *Г.І. П'ятницька* // Проблеми науки. – 2011. – № 11. – С. 21–29. 5. *Павленко І.А.* Інноваційне підприємництво у трансформаційній економіці України: монографія / *І.А. Павленко.* – К.: КНЕУ, 2007. – 248 с. 6. *Санто Б.* Инновация как средство экономического развития [пер. с венг.] / *Б. Санто.* – М.: Прогресс, 1991. – 320 с. 7. *Ткаченко В.А.* Основы конкурентных преимуществ и инновационного развития. Монография. / Под общ. и науч. ред. проф. *Ткаченко В.А.* – Д.: ДУЭП, Монолит, 2008. – 476 с. 8. *Ткаченко В.А.* Инновационно-инвестиционная деятельность предприятий промышленности. Монография. / *В.А. Ткаченко, Б.И. Холод, С.И. Чимшит.* – Д.: ДУЭП, 2007. – 376 с. 9. *Фатхутдинов Р. А.* Инновационный менеджмент: учебник для вузов / *Р. А. Фатхутдинов.* – 2-е изд. – М. : ЗАО «Бизнес-школа» ; «Интел-Синтез», 2000. – 624 с. 10. *Чубай В.М.* Формування та реалізація інноваційної стратегії машинобудівного підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.04 «економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / *В.М. Чубай.* – Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2007. – 24 с. 11. *Юданов А. Ю.* Конкуренция: теория и практика: учеб.-практ. пособие / *А. Ю. Юданов.* – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», «ГНОМ-ПРЕСС», 1998. – 384 с. 12. *Янковский К.П.* Организация инвестиционной и инновационной деятельности. / *К. П. Янковский, И. Ф. Мухарь.* – СПб.: Питер, 2010. – 448 с.

Надійшла до редколегії 13.03.2013

УДК 338.414

Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: теорія та методологія / В.В. Македон, Д.С. Рубець// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45(1018) - С. 75-86. Бібліогр.: 7 назв.

Определена роль стратегического инновационного развития предприятия с целью обеспечения надлежащего уровня конкурентоспособности. Доказано, что процесс разработки стратегии предприятия должен формировать механизм стратегического инновационного развития, где инновации должны выступать как результат и способ достижения стратегических целей.

Ключевые слова: стратегия предприятия, инновационное развитие, инновации, тип инновационной стратегии, стратегоформирующие факторы, факторы макро-, микросреды.

The role of strategic innovative development of enterprise is certain with the purpose of providing of the proper level of competitiveness. It is well-proven that a development of strategy of enterprise process must form the mechanism of strategic innovative development, where innovations must come forward as a result and method of achievement of strategic aims.

Keywords: strategy of enterprise, innovative development, innovations, type of innovative strategy, strategy forming factors, factors macro-, microenvironments.

Г.С. МАМАЄВА, аспірант, Харківський державний університет харчування та торгівлі

МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОБҐРУНТУВАННЯ БАЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ СТІЙКИМ РОЗВИТКОМ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті автором запропоновано новий підхід до обґрунтування стратегій управління стійким розвитком торговельних підприємств на основі процесно-системного підходу. Запропоновано алгоритм обґрунтування та методику визначення базової стратегії управління стійким розвитком торговельного підприємства, визначення якої запропоновано здійснювати на основі розрахунку значень стратегічного індексу з врахуванням теорії ігор.

Ключові слова: стійкий розвиток, система управління, альтернативні критерії, стратегічні рішення, оптимальна стратегія.

Вступ. Сучасні умови господарювання характеризуються складністю та нестабільністю зовнішнього середовища. Це значно ускладнює умови забезпечення ефективного функціонування підприємств та вимагає від керівників підприємств приймати обґрунтовані управлінські рішення стосовно подальшого розвитку. Ключовою характеристикою розвитку є правильно обрана стратегія діяльності, реалізація якої сприятиме успішній діяльності підприємства в довгостроковій перспективі. Саме тому, в системі управління стійким розвитком підприємства повинен бути набір альтернативних критеріїв для прийняття стратегічних рішень в залежності від ситуації, яка склалася в певний момент часу. Тому, питання обґрунтування базової стратегії управління стійким розвитком торговельного підприємства в сучасних умовах господарювання є актуальними.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Проведений аналіз публікацій, показав що в економічній літературі дослідження питань стратегічного управління стійким розвитком ведуться достатньо інтенсивно (див. рис. 1).

Однак, увага дослідників в більшості зводиться до дослідженню стратегічних аспектів фінансових та економічних складових, що створює проблеми при управлінні стійкістю. А, запропоновані науково-методичні розробки по визначенню стратегії управління стійким розвитком носять достатньо вузький характер, так як стратегічні орієнтири розвитку в основному визначаються за окремими видами стійкості, що ускладнює процес прийняття ефективних управлінських рішень. Успішна реалізація стратегії управління стійким розвитком можлива тільки на основі забезпечення гармонійного розвитку трьох локальних складових - економічної, соціальної та інноваційної. Це створює можливість підприємству розвиватись за обраною траєкторією, уникаючи при цьому вихід за порогові значення параметрів. Таким чином, відсутність методичного інструментарію обґрунтування стратегії управління стійким розвитком на основі забезпечення гармонійності розвитку його складових обумовлює необхідність розробок в даному напрямку.



Рис. 1 – Ступінь вивченості питань стратегічного управління стійким розвитком підприємства

Стратегічне управління стійким розвитком підприємства представляє собою програмний спосіб мислення і управління, що забезпечує узгодження цілей, можливостей підприємства і інтересів робітників. Воно припускає не тільки визначення генерального курсу діяльності (поведінки) підприємства в довгостроковій перспективі з врахуванням ринкових змін, але і підвищення мотивації, зацікавленості всіх працівників в його реалізації [1; с.39].

Аналіз теоретичних публікацій з обраної теми, свідчить, що складні непередбачувані зміни зовнішнього середовища, зниження фінансових результатів, вимагають постійного корегування системи управління стійким розвитком торговельного підприємства. В контексті цього, стратегія управління стійким розвитком підприємства повинна враховувати стан системи управління ним та передбачувати наявність альтернативних критеріїв для прийняття стратегічних рішень.

Проведений теоретичний аналіз сутності стратегічного управління стійким розвитком, надав можливість встановити, що розробка, корегування, доопрацювання стратегії є постійним процесом стратегічного управління стійким розвитком підприємства. Ідеальної стратегії не існує, тому що результатом покращення поточного стану (t) є ідеальний стан (t'). Однак, коли підприємство досягає свого ідеального стану на певний проміжок часу, виникає новий вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища і тоді, ідеальний стан перетворюється на поточний нового рівня ($t' \rightarrow t''$) і цикл стратегічного управління починається знову.

Мета статті. Обґрунтування методики визначення базової стратегії управління стійким розвитком торговельного підприємства

Постановка проблеми. В основі обґрунтування стратегії управління стійким розвитком торговельних підприємств лежить процесно-системний підхід [2,с.75], за яким розробка стратегії управління стійким розвитком опирається на загальну стратегію управління діяльністю підприємства, а також забезпечує формування інтегрованої стратегії управління стійким розвитком.

Процес стратегічного управління стійким розвитком торговельного підприємства доцільно проводити послідовно: I фаза - стратегічний аналіз, II фаза - стратегічне планування та III фаза - реалізація стратегії.

Стратегічний аналіз – це процес комплексного аналізу внутрішніх ресурсів та можливостей підприємства, що направлені на оцінку майбутнього стану бізнесу, його сильних та слабких сторін, виявлення стратегічних проблем [3; с.212]. Сутність стратегічного аналізу полягає в тому, що він виступає основою для обґрунтування стратегії стійкого розвитку підприємства.

Стратегічне планування – це процес, спрямований на формування певного порядку дій для обґрунтованого визначення оптимальної стратегії стійкого розвитку торговельного підприємства.

Реалізація стратегії – впровадження обраної стратегії стійкого розвитку в усі бізнес-процеси підприємства, а також здійснення постійного контролю за її реалізацією.

Матеріали досліджень. У ході дослідження встановлено, що стратегічний напрямок стійкого розвитку торговельного підприємства має формуватися в рамках загальної (базової) стратегії з метою підвищення ефективності управління діяльністю підприємства в довгостроковій перспективі.

Запропонований алгоритм обґрунтування вибору стратегій системи управління стійким розвитком підприємств наведений на (див. рис. 2).



Рис. 2 – Алгоритм визначення оптимальної базової стратегії управління стійким розвитком підприємств

Етап 1. Формування вихідної інформації.

Даний етап передбачає розробку матриці параметрів $\chi = \|\chi_k\|$, $k \in \overline{1, n}$, де n – кількість параметрів (стан системи управління стійким розвитком); можливі стратегії $\Omega = \langle \Omega_j \rangle$, $j \in \overline{1, b}$, де b кількість стратегій.

Етап 2. Визначення стану системи управління стійким розвитком торговельного підприємства, на основі визначення інтегральних показників, відповідно до значень яких формується матриця:

$$R^{SD} = \|R_{jk}\|.$$

Етап 3. Визначення альтернативних критеріїв для обґрунтування стратегії (максимінний, мінімаксий та компромісний). Параметр $j: = 1$.

Для b -й стратегії Ω_j визначається критерій Вальда: $V_j = \min_k R_{jk}$, $j \in \overline{1, b}$.

Критерій Вальда використовується в тих ситуаціях, коли обирається стратегія управління, виходячи з вимоги максимально можливого рівня стійкості системи управління (виграшу) в найгірших умовах [4; с.97].

Зазначимо, що оптимальною за критерієм Вальда (найбільшої обережності) вважається чиста стратегія R_j , при якій найменший виграш $\min_k R_{jk}$, буде максимальним, тобто забезпечується максимум [5] (найбільш прийнятний варіант за поточних умов).

В той же час, критерій Севіджа (правило мінімакс) зорієнтований на мінімізацію жалю із приводу втраченого стану системи управління, допускає розумний ризик заради отримання додаткового рівня стійкості [5]. Значення критерію Севіджа розраховується наступним чином:

$$S_j = \max_{j \in \overline{1, b}} R_{jk} - R_{jk}. \quad (2)$$

Компромісом щодо мінімаксий підходів є метод Гурвіца (компроміс в рішенні), коли два екстремальних сценарії (найгірший і найкращий) ураховуються спільно [4]. Значення критерію Гурвіца можна представити наступним чином:

$$H_j = \max_{j \in \overline{1, b}} \left(\varpi \times \min_{j \in \overline{1, n}} R_{jk} + (1 - \varpi) \times \max_{j \in \overline{1, n}} R_{jk} \right) \quad (3)$$

де ϖ - значення коефіцієнта вагомості $[0; 1]$.

Визначення коефіцієнта вагомості за ступенем значимості здійснено на основі методу власних векторів Уея [6; с.178], який базується на основі побудови матриці попарних порівнянь експертним шляхом.

В результаті обробки експертних даних складено матрицю L :

$$L = \begin{bmatrix} l_{11} & l_{12} & \dots & l_j \\ l_{21} & l_{22} & \dots & l_{2j} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ l_{i1} & l_{i2} & \dots & l_{ij} \end{bmatrix} \quad (4)$$

де $l_{ij} = -1$ означає перевагу параметра $\min R_j$ над параметром $\max R_j$;

$l_{ij} = 0$ – рівноцінні;

$l_{ij} = +1$ перевагу параметра $\max R_j$ над параметром $\min R_j$.

Загальний коефіцієнт вражливостей критеріїв розраховано за формулою:

$$\varpi_{ij} = \frac{\sum_{j=1}^m l_{ij}^+}{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^m l_{ij}^+} \quad (5)$$

На основі проведених розрахунків отримано вектор вагового коефіцієнта, який становив 0,35.

Для кожного з трьох критеріїв здійснюються відповідні розрахунки та формується вектор результатів їх значень $(V_j, S_j, H_j)_j$.

Етап 4. Визначення стратегії на основі взаємозв'язку трьох альтернативних критеріїв.

Для критерію Вальда стратегія обирається на основі значення: $\Omega_{jv} = \max_{j \in \overline{1,b}} V_j$; для критерію Севіджа: $\Omega_{js} = \min_{j \in \overline{1,b}} \max_{k \in \overline{1,n}} S_j$; а для критерію Гурвіца: $\Omega_{jn} = \max_{j \in \overline{1,b}} H_j$, де Ω_{jv} – індекс стратегії за критерієм Вальда ($j \in \overline{1,b}$); Ω_{js} – індекс стратегії за критерієм Севіджа ($j \in \overline{1,b}$); Ω_{jn} – індекс стратегії за критерієм Гурвіца ($j \in \overline{1,b}$).

Оптимальна базова стратегія управління стійким розвитком торговельного підприємства (Ω_{jo}) визначається відповідно виконання перелічених нижче умов:

$$\left| \begin{array}{l} \text{якщо } \Omega_{jv} = \Omega_{js} = \Omega_{jn}, \text{ то } \Omega_{jo} = \Omega_{jv}; \\ \text{якщо } \Omega_{jv} \neq \Omega_{js} \neq \Omega_{jn}, \text{ то } \Omega_{jo} = \Omega_{jn} \\ \text{Інакше:} \\ \text{якщо } (\Omega_{jv} = \Omega_{jn}) \cup (\Omega_{jv} \neq \Omega_{js}) \cup (\Omega_{js} \neq \Omega_{jn}) \Rightarrow \Omega_{jo} = \Omega_{jv}; \\ \text{якщо } (\Omega_{js} = \Omega_{jn}) \cup (\Omega_{jv} \neq \Omega_{js}) \cup (\Omega_{jv} \neq \Omega_{jn}) \Rightarrow \Omega_{jo} = \Omega_{js}; \\ \text{якщо } (\Omega_{jv} = \Omega_{js}) \cup (\Omega_{jv} \neq \Omega_{jn}) \cup (\Omega_{js} \neq \Omega_{jn}) \Rightarrow \Omega_{jo} = \Omega_{jv}. \end{array} \right| \quad (6)$$

Для діагностування висновку стосовно вибору оптимальної базової стратегії в рамках управління стійким розвитком для торговельних підприємств розроблено поліморфний радар, а також розроблено шкалу стратегічного індексу для ідентифікації торговельних підприємств на (у табл).

Результати досліджень. На основі поліморфного радару для досліджуваних підприємств визначені оптимальні базові стратегії стійкого розвитку, а саме: для більшості підприємств кластеру А і Б оптимальною є стратегія обмеженого зростання. Стратегія стабілізації рекомендована для трьох підприємств кластеру А (ТОВ «Плюс», ТОВ «Базальт», ТОВ «Інтерсервіс») і одного кластеру Б (ПАТ «Гонг»). А стратегія прискореного зростання, навпаки для трьох підприємств кластеру Б (ПАТ «Південсцепбуд», ТОВ «Батискаф», ТОВ «Сталь») та одного кластеру А (ПП «Екопан»).

Таблиця – Градація шкали стратегічного індексу для визначення оптимальної базової стратегії управління стійким розвитком торговельного підприємства

Базова стратегія	Інтервали значень індексу оптимальної базової стратегії	Рекомендовані стратегічні напрями стабілізації та розвитку
Стратегія прискореного зростання	$\ \Omega_{jo}\ \geq 0,76$	оптимізація складу та структури поточних витрат; підвищення ефективності використання ресурсів; збільшення ринкової частки
Стратегія обмеженого зростання	$0,69 \geq \ \Omega_{jo}\ \leq 0,75$	підвищення інноваційної активності підприємства; розвиток конкурентних переваг шляхом диверсифікації діяльності; зміна цінової політики
Стратегія стабілізації	$0,51 \geq \ \Omega_{jo}\ \leq 0,68$	оновлення матеріально-технічної бази; раціоналізація ефективності використання витрат; запровадження сучасних методів управління бізнес-процесами
Стратегія скорочення	$\ \Omega_{jo}\ \leq 0,5$	ліквідація нерентабельних бізнес-процесів; реструктуризація фінансового-господарської діяльності; скорочення витрат

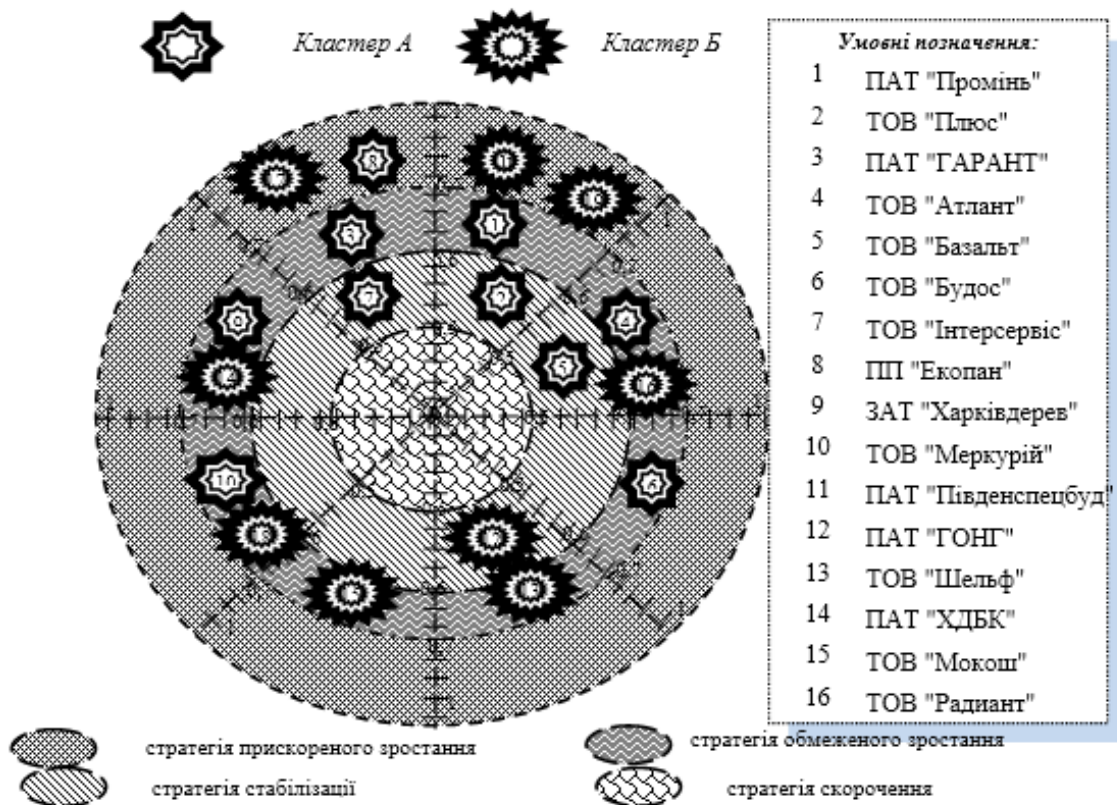


Рис. 3 – Поліморфний радар визначення оптимальної базової стратегії $\Omega_{\text{до}}$ для торговельних підприємств Харківської області

Висновки. Таким чином, запропонований науково-методичний підхід щодо вибору базових стратегій підприємства, в рамках його стійкого розвитку, виступає науковою основою для обґрунтування та визначення функціональних стратегій стійкого розвитку підприємства з урахуванням ефективності управління його локальними складовими.

Список літератури: 1. Дмитриев Д. С. Инструментарий управления устойчивым развитием промышленных предприятий / Д.С. Дмитриев // ИнВестРегион. – 2010. – № 3. – С. 39 – 43. 2. Фролова Л. В. Механізми логістичного управління торговельним підприємством: [монографія] / Л.В.Фролова. ДонДУЕТ ім. М.Туган-Барановського. – Донецьк, 2005. – 322 с. 3. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. / Є. М. Кайлюк, В. М. Андрєєва, В. В. Гриненко ; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 279 с. 4. Кігель В. Р. Моделі і методи прийняття рішень в ринковій економіці. KEIM, 2003. – 125 с. 5. Медиковський М. О. Дослідження ефективності методів визначення вагових коефіцієнтів важливості / М. О. Медиковський, Шуневич О. Б. // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 5. – С. 176 – 186. 6. Трунова О. В. Застосування елементів теорії ігор у процесі прийняття управлінських рішень [Електронний ресурс] / О. В. Трунова. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchdpu/ped/2011_83/Trunova.pdf

Надійшла до редколегії 14.03.2013

УДК 331.359:65.016.2

Методичний інструментарій обґрунтування базової стратегії управління стійким розвитком торговельного підприємства/ Г.С. Мамаєва// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45 (1018) - С. 87-94. Бібліогр.: 7 назв.

В статье автором предложен новый подход к обоснованию стратегий управления устойчивым развитием торговых предприятий на основе процессно-системного подхода. Предложен алгоритм обоснования и методика определения базовой стратегии управления устойчивым развитием торгового предприятия, определение которой предложено осуществлять на основе расчета значений стратегического индекса с учетом теории игр.

Ключевые слова: устойчивое развитие, система управления, альтернативные критерии, стратегические решения, оптимальная стратегия.

In the article the author proposed a new approach to the foundations of sustainable development strategies for managing commercial enterprises based on a process-system approach. Offered an algorithm of study and method of determining the basic strategy for managing sustainable development of commercial enterprise, the definition of which is requested to carry out on the basis of calculating the values of the strategic index with the theory game.

Keywords: sustainable development, control systems, alternative criteria, strategic decisions, the optimal strategy.

УДК 334.01+ 658.5.012.1

О.О. ОХРИМЕНКО, д-р екон. наук, проф., Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ЗАХІДНА ІДЕОЛОГІЯ ТА УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

У статті розглянуто теоретико-методичні підходи до організації виробничо-інноваційної діяльності промислових підприємств. Розкрито фактори впливу на перебіг інноваційних процедур. Узагальнено досвід організації інновацій за кордоном. Здійснено аналіз структури витрат у розрізі фаз інноваційної діяльності.

Ключові слова: організація, виробництво, інновації, проекти, ресурси, форми організації, теорії організацій, стратегія.

Вступ. Оцінка сучасного підприємства, як багатогранної соціально-економічної системи, охоплює цілу низку об'єктивних характеристик: інтеграція наукових знань; міждисциплінарний підхід до вирішення проблем (єдність технічних, соціальних, психологічних, фінансових та інших аспектів); ускладнення виробничої проблематики на тлі невизначеності та динамічності ситуацій; обмеженість ресурсів; підвищення рівня стандартизації та автоматизації виробничих та управлінських процесів; глобалізація виробничих відносин тощо. Для того, щоб поєднати цілі, ресурси та знання, необхідні ефективна організаціями виробничо-інноваційної діяльності. Саме інноваційна складова сьогодні асоціюється з успішними підприємствами, що вміло вмонтовують інноваційну діяльність у виробничу на основі реінжинірингових схем, впровадження передового досвіду управління тощо. З огляду на реалії інноваційної активності вітчизняних підприємств, важливо не тільки виявити недоліки в організації виробничо-інноваційної діяльності, але і зосередитися на окремих компонентах організаційних технологій, що можуть стати поштовхом для реалізації ефективних проектів.

© О.О. Охріменко, 2013

В статье автором предложен новый подход к обоснованию стратегий управления устойчивым развитием торговых предприятий на основе процессно-системного подхода. Предложен алгоритм обоснования и методика определения базовой стратегии управления устойчивым развитием торгового предприятия, определение которой предложено осуществлять на основе расчета значений стратегического индекса с учетом теории игр.

Ключевые слова: устойчивое развитие, система управления, альтернативные критерии, стратегические решения, оптимальная стратегия.

In the article the author proposed a new approach to the foundations of sustainable development strategies for managing commercial enterprises based on a process-system approach. Offered an algorithm of study and method of determining the basic strategy for managing sustainable development of commercial enterprise, the definition of which is requested to carry out on the basis of calculating the values of the strategic index with the theory game.

Keywords: sustainable development, control systems, alternative criteria, strategic decisions, the optimal strategy.

УДК 334.01+ 658.5.012.1

О.О. ОХРИМЕНКО, д-р екон. наук, проф., Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ЗАХІДНА ІДЕОЛОГІЯ ТА УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

У статті розглянуто теоретико-методичні підходи до організації виробничо-інноваційної діяльності промислових підприємств. Розкрито фактори впливу на перебіг інноваційних процедур. Узагальнено досвід організації інновацій за кордоном. Здійснено аналіз структури витрат у розрізі фаз інноваційної діяльності.

Ключові слова: організація, виробництво, інновації, проекти, ресурси, форми організації, теорії організацій, стратегія.

Вступ. Оцінка сучасного підприємства, як багатогранної соціально-економічної системи, охоплює цілу низку об'єктивних характеристик: інтеграція наукових знань; міждисциплінарний підхід до вирішення проблем (єдність технічних, соціальних, психологічних, фінансових та інших аспектів); ускладнення виробничої проблематики на тлі невизначеності та динамічності ситуацій; обмеженість ресурсів; підвищення рівня стандартизації та автоматизації виробничих та управлінських процесів; глобалізація виробничих відносин тощо. Для того, щоб поєднати цілі, ресурси та знання, необхідні ефективна організація виробничо-інноваційної діяльності. Саме інноваційна складова сьогодні асоціюється з успішними підприємствами, що вміло вмонтовують інноваційну діяльність у виробничу на основі реінжинірингових схем, впровадження передового досвіду управління тощо. З огляду на реалії інноваційної активності вітчизняних підприємств, важливо не тільки виявити недоліки в організації виробничо-інноваційної діяльності, але і зосередитися на окремих компонентах організаційних технологій, що можуть стати поштовхом для реалізації ефективних проектів.

© О.О. Охріменко, 2013

Аналіз останніх досліджень та літератури. Дослідження організаційних структур під кутом зору складових менеджменту, інноватики, розвитку, корпоративної культури та інших аспектів віднайшли своє відображення у роботах вітчизняних та зарубіжних вчених.

Класичні теорії організації пройшли неодноразову апробацію на практиці. Ідеї І. Асоффа, А. Файоля, Т. Емерсона, Ф. Тейлора, Г. Форда поклали початок теоретико-методичним основам управління, що здобули свій подальший розвиток у працях сучасних науковців. Акцент на управління дослідженнями та технічними розробками зроблено у працях Б. Голда [1]. Основною ідеєю досліджень П. Друкера є невіддільність бізнесу та інновацій [2]. Управлінські аспекти підвищення інноваційної активності підприємств розкриті у працях І. Жарикова [3,4]. В. Чінчікеєв деталізує форми організації інноваційної діяльності, здійснює порівняльний аналіз американських корпорацій з точки зору організації виробництва та інновацій [10]. Інноваційній діяльності на рівні малих та середніх підприємств присвячені дослідження А. Золотарьової [14]. Закономірності розподілу витрат за фазами інноваційного процесу розкриває Г. Пічлер [13]. У той же час недостатню увагу приділено організації інноваційної діяльності підприємств, що функціонують в умовах транзитивної економіки.

Мета статті – узагальнення теоретико-методичних підходів до організації інноваційної діяльності підприємств з метою формулювання концептуальних положень імплементації організаційно-економічних механізмів у транзитивне середовище національних економічних систем.

Постановка проблеми. Для цього передбачається вирішити наступні завдання: на основ історико – логічного підходу здійснити екскурс у процес розвитку теорії організації як науки з метою доцільності застосування її окремих постулатів в сучасних умовах; виявити передумови успішної реалізації інноваційних проектів на підприємствах; проаналізувати форми інноваційної діяльності зіставити фази інноваційного процесу та обсяги фінансування; долучити досвід ЄС у реалізації інноваційної політики.

Результати досліджень. На результативність інноваційного розвитку підприємства здійснюють вплив такі фактори: потенціал науки, нових ідей, відкриттів та розробок; структура та потреби виробництва; ресурсна база інноваційного розвитку; наявність ефективної системи управління, адекватної потребам часу. Ці фактори повинні взаємодіяти таким чином, щоб потенціал досягнень науки постійно випереджував потреби інноваційного розвитку підприємства. Саме на цій основі шляхом співставлення з ресурсними можливостями необхідно здійснювати відбір ефективної програми та заходів інноваційного розвитку.

Проте не на всі зазначені фактори може бути спрямований вплив з боку підприємства з метою їх коригування та мінімізації негативного впливу. З точки зору теорії мають місце три складові невизначеності: фундаментальна, обумовлена явищами, що вбудовані в проблемну ситуацію; інформаційна, пов'язана з відсутністю об'єктивної інформації; інтелектуальна, обумовлена здатністю особи, що приймає рішення, осмислити інформацію визначеного масштабу та складності [5, с. 21-22].

За експертними оцінками тільки 20% новацій є економічно обґрунтованими і містять наукову компоненту. З 10 розробок 5 є збитковими. З 5 розробок 3 є

беззбитковими і тільки 2 розробки дають прибуток, який після розподілу між 10 базовими проектами складе не менше 40 % на вкладений капітал [6].

Тому важливе значення для успішної реалізації інноваційних проектів відіграє їх організація. Ефективна організація інноваційної діяльності виступає підґрунтям для розвитку підприємств. Основою успішної реалізації виробничо-інноваційної діяльності на промислових підприємствах виступають: обґрунтовані маркетингові підходи, що враховують баланс інтересів між споживачами та виробниками; безперервність інноваційного процесу; стимулювання інноваційного мислення працівників всіх рівнів.

Еволюція підходів до проектування структур управління охоплює п'ять основних етапів [8, с.14]: механічний період (Ф. Тейлор, Г. Гантт, Ф., Л. Гілбрет), раціоналістичний етап (М. Вебер, А. Файоль, Л. Урвік), гуманістичний етап (Е. Мейо, Ф. Ротлісберг, Ч. Барнард, Ф. Селзнік, Д. МакГрегор, К. Анджіріс та ін.), органічний етап (Т. Бернс, Д. Сталкер), інноваційний етап (П. Друкер, Т. Пітерс, Р. Уотермен, І. Ансофф, У. Демінг).

Для нашого дослідження важливим є саме перехід від органічного до інноваційного етапу, оскільки мова йде про досконалість організації інноваційної діяльності.

Свого часу Т. Бернс та Дж. Сталкер у своїй відомій книзі «Management of Innovation» визначили два «ідеальних типи» організаційних структур: механістична (надзвичайно бюрократична, ієрархічна та стандартизована) та органічна (виключно гнучка, колегіальна та мотивована). Механістичні організації найбільш ефективні у стабільних зовнішніх умовах при випуску добро освоєної продукції; органічні – в умовах, що швидко змінюються при виробництві інноваційної продукції.

Авторами зазначалось, що у механічній структурі проблеми та задачі, з котрими стикається організація в цілому, розбиваються на багато дрібних елементів в розрізі окремих спеціальностей. Кожний фахівець вирішує свою задачу відособлено від інших. Технічні методи та засоби вирішення задач, права та обов'язки кожного елемента системи чітко визначені. Взаємодія в такій системі відбувається в основному по вертикалі. При управлінні використовується проста система контролю, при якому інформація поступає знизу вгору. Проте, коли виникають проблеми, котрі неможливо розкласти на окремі елементи, вирішити їх можуть тільки органічні економічні системи, котрі дозволяють швидко адаптуватися до умов невизначеності. При цьому взаємодія відбувається як по вертикалі, так і по горизонталі.

Представники інноваційного етапу теорії організацій Т. Пітерс та Р. Уотермен зазначають, що для успішних новаторських компаній мають бути характерними такі риси [9, с. 106-105]:

1. Орієнтація на активні дії;
2. Близькість до споживача: успішні компанії вчать у своїх клієнтів;
3. Автономність та підприємливість: успішні компанії підтримують лідерів та новаторів з числа співробітників;
4. Люди як фактор продуктивності. Керівники успішних компаній вважають рядових співробітників основним джерелом підвищення якості та продуктивності;
5. Локальне управління, орієнтація на цінність.
6. Вірність своєму призначенню

7. Проста платформа, небагато чисельний персонал

8. Поєднання гнучкості та жорсткості. Найуспішніші компанії одночасно централізовані та децентралізовані.

П. Друкер у своїх дослідження значну увагу відводить підприємницькій діяльності, інноваціям, ролі менеджерів в організації. Саме він створив теорію управління, що базується на цілях підприємства. Саме діяльність з формування та встановлення системи цілей і роботи з ними розглядається як основне завдання керівника. Система цілей як фактор розвитку, впливає на структуру організації та забезпечує її довгострокове функціонування.

Таким чином основою успішної реалізації виробничо-інноваційної діяльності на промислових підприємствах виступають: обґрунтовані маркетингові підходи, що враховують баланс інтересів між споживачами та виробниками; безперервність інноваційного процесу; стимулювання інноваційного мислення працівників всіх рівнів.

Американські корпорації використовують три основні організаційні форми інноваційної діяльності: послідовну, паралельну та інтегральну (матричну) [10, с. 38].

Послідовна форма організації управління передбачає поетапне здійснення інноваційної діяльності в усіх підрозділах. Попри позитивні моменти, пов'язані із відпрацювання алгоритму інноваційної діяльності та мінімізацією ризиків, дана форма організації має ряд недоліків: попередні підрозділи не мають можливості покращити та скоригувати свій етап роботи після передачі його наступній групі фахівців; з кожним етапом зростає вартість виправлень попередніх дефектів; подовжуються терміни реалізації проекту через необхідність прийняття рішень на кожній його стадії.

Паралельна форма організації передбачає проведення всіх робіт по проекту одночасно всіма підрозділами корпорації. При цьому для коригування робіт достатньо внести зміни на рівні відповідного підрозділу. Проте при відсутності координуючого центру має місце ускладнений контроль. Така форма прийнятна для малих та середніх компаній з невеликою кількістю підрозділів.

Інтеграційна форма дозволяє виправити недоліки двох попередніх на основі спільного конструювання. Поряд з функціональними та виробничими підрозділами організуються цільові проектні групи на чолі з керівником, який виконує координуючу функцію. Дана організаційна структура дає можливість скорочувати терміни реалізації проектів на 30-70%, оперативне реагування на будь-які зміни, спрощувати систему контролю, знижувати кількість конструкторських змін на 65-80%; підвищувати якість виконання рішень на 200-600%.

Матрична структура управління інноваціями активно використовуються такими провідними американськими корпораціями як Boeing, Hewlett Packard, AT&T, General Motors.

В розвинених країнах світу організація фундаментальних досліджень базується на університетських дослідницьких центрах. Прикладні дослідження переносяться у експериментальні лабораторії при промислових підприємствах. В постсоціалістичних державах склалася дещо інша практика організації науково-дослідної діяльності: інноваційний потенціал в основному формувався на базі НДІ і тільки частково на базі вищих навчальних закладів. Має місце розрив між наукою та виробництвом, що

склався традиційно та поглибився у результаті приватизації державних майнових комплексів. Сучасна матеріальна база та фінансовий стан господарюючих суб'єктів не передбачає активізацію інноваційної діяльності.

Різновидом матричної структури управління виступають проектно-організаційні та мережні організаційні структури. Проектно-цільові організаційні структури формуються з метою реалізації інноваційних проектів. При цьому створюється команда професіоналів, що наділена певними повноваженнями у межах сформованих напрямів проекту. Такі структури є досить гнучкими, оскільки максимально враховують потреби проектів у супроводі. Разом з тим, така форма організації є необґрунтованою при великій кількості проектів, коли ускладнює процес управління та неефективно використовуються наявні фінансові ресурси.

Мережні організаційні структури управління поділяються на три групи: внутрішні, стабільні та динамічні мережі [11, с.208]. **Внутрішні мережі** передбачають застосування всередині організації принципу вільного підприємництва, коли відносини між підрозділами будуються на основі ринкових цін. При цьому підрозділи можуть продавати свою продукцію й зовнішнім організаціям. Такий підхід був започаткований у Радянському Союзі та дістав назву внутрігосподарські ціни. У сучасних економічних системах активно використовуються так звані трансфертні ціни, що виконують відмінні від ринкових функції [12, с. 34]: обліково-вимірювальна функція означає оцінку результатів діяльності внутрішніх підрозділів підприємства за певний період часу, як правило за рік; стимулююча функція трансфертних цін полягає у виконанні ролі економічного інструмента визначення розмірів матеріального стимулювання працюючих за колективні річні результати; розподільча функція, що є допоміжною, похідною від стимулюючої, полягає у розподілі новоствореної вартості між підрозділами (з одного боку) та підприємством в особі його власника (керівника, менеджера, адміністрації і т.п.) - з другого.

Стабільні мережі передбачають передачу частини робіт підрядникам або субпідрядникам, які не є підрозділами певної організації. Так автомобільна компанія BMW активно залучає зовнішніх підрядників, що мають вузьку спеціалізацію. На їх послуги приходиться близько 50% сумарних виробничих витрат.

Динамічні мережі базують свою діяльність на залучення зовнішніх незалежних постачальників, розробників, виробників, дистриб'юторів тощо. Конкурентними перевагами даної організаційної форми є швидке реагування на зміни попиту, гнучкий менеджмент, високий рівень комерціалізації інноваційних розробок.

Якщо говорити про інноваційну діяльність, то тут слід враховувати етапи виробничо-інноваційної діяльності при їх «накладенні» на організаційні форми, що мають місце на підприємстві. Інфраструктурне забезпечення та організація інноваційної діяльності мають враховувати фази інноваційного процесу [13, с. 57-65]:

1. Стратегія підприємства та інновації. Стратегія дозволяє визначити основні цілі інноваційної діяльності підприємства. На цьому етапі здійснюється: вибір ринку або ринкового сегменту; обґрунтування товарної лінії та технологій, що застосовуються при виробництві; приймається рішення щодо кооперації на різних стадіях життєвого циклу товару. Мають місце і зворотні зв'язки, коли інновація здійснює вплив на формування стратегії розвитку підприємства.

2. Пошук ідей та їх оцінка на основі: розробки нових ідей; критичного перегляду та модифікації відомих проблемних рішень або варіантів рішень; пошук загальних чи часткових рішень (використання науково-технічного досвіду та знань, придбання ліцензій).

3. Продуктове рішення включає: постановку цілей та задач по даному продукту; складання графіку використання необхідних ресурсів; планування виробництва та збуту із врахуванням економічної ефективності.

4. Наукові дослідження та розробки. Технологічний трансфер. Фаза реалізується із врахуванням наступних моментів: уточнення задачі та розробка принципово нового рішення по новому товару або послугі; конструктивна розробка виробу; проектування та підготовка виробництва для нового продукту з виготовленням та випробовуванням дослідного зразка, виробничого обладнання та нульової серії. Під час проходження даної фази активно залучаються зовнішні джерела знань у формах: обміну науково-технічною інформацією шляхом участі у конференціях, виставках, публікації статей; трансферу знань; спільних досліджень з іншими підприємствами; придбання патентів та ліцензій для використання у спеціальному проекті; кооперація в розробках.

5. Освоєння виробництва повинно враховувати: адаптацію прототипу до виробничо-технічних вимог; необхідність ознайомлення персоналу з технологічними процесами, методами та новими областями задач; особливості запуску машин та обладнання до встановлених параметрів потужності; необхідність пошуку нових каналів постачання.

6. Просування на ринку. Для успішного просування нового товару на ринку необхідно проводити роботу з громадськістю, залучати рекламу, консультування клієнтів, обирати оптимальну цінову політику тощо.

Кожна фаза інноваційного процесу вимагає значного фінансування. Згідно з дослідженнями Г. Пічлера на реалізацій 1-4 фаз приходить 53% витрат, на 5 фазу – 26% та на 6-ту фазу – 21%. Таким чином в розвинених країнах приділяють увагу не тільки процесу розробки новацій та освоєння виробництва, але й просуванню готового товару на ринок.

У таблиці приведено розподіл витрат за етапами інноваційного циклу на підприємствах України. Лівова частка протягом ряду років поспіль припадає на розробки – майже половина фінансових асигнувань. Спостерігається повільне зростання частки витрат у фундаментальних та прикладних дослідженнях. Разом з тим, як показує досвід, далеко не всіх з них доводяться до етапу комерціалізації. Звичайно приведені дані є дещо усередненими та не відображають всієї специфіки фінансування інноваційної діяльності.

З позицій функціонального підходу до управління інноваціями процеси управління полягають у реалізації функцій, тобто обов'язків, прав та відповідальності. До принципів управління інноваційним процесом відносять наступні [3, с. 13]: принцип селективного управління, тобто вибір та реалізація пріоритетних завдань; принцип повноти циклу управління; принцип етапності; принцип ієрархічної організації; принцип багатоваріантності при відпрацюванні управлінських рішень; принцип системності; принцип комплексності; принцип

збалансування (забезпечення фінансовими, інформаційними, матеріальними, трудовими ресурсами).

Таблиця - Розподіл витрат за видами наукових та науково-технічних робіт*

Період	Всього фактичних цінах, млн. грн.	У тому числі, %:			
		фундаментальні дослідження	прикладні дослідження	розробки	науково-технічні послуги
2005	4818,6	18,7	14,7	50,0	16,6
2006	5354,6	21,3	15,7	51,2	11,8
2007	6700,7	22,4	16,9	49,3	11,4
2008	8538,9	22,6	18,1	47,8	11,5
2009	8653,7	22,2	16,3	48,7	12,8
2010	9867,1	22,2	16,4	51,0	10,4
2011	10349,9	21,3	18,0	48,2	12,5

**Складено автором за даними Державного комітету статистики України*

В інноваційній діяльності сьогодні найбільш частіше використовують проектні та матричні організації. Організація виробничо – інноваційної діяльності промислових підприємств базується на їх інтеграції з консалтинговими, венчурними, науково-дослідницькими та іншими організаціями. Однією з таких форм виступають інноваційні системи [14, с. 24], напрямом діяльності котрих є створення, впровадження, поширення, споживання та оновлення інновацій з метою забезпечення стійкого та динамічного соціально-економічного розвитку підприємств та організацій всіх галузей економіки. Формування та діяльність таких інноваційних систем, як правило, є результатом взаємодії державного регулювання, галузевих міністерств та місцевої влади. До складу національних інноваційних систем входять [15]: підприємницьке конкурентне середовище; дослідницьке середовище; механізм взаємодії цих двох середовищ, що створює трансфер знань, їх поширення та трансформацію в інновації для підприємців та орієнтує дослідників на задоволення інноваційних потреб розвитку виробництва.

В контексті організації виробничо-інноваційної діяльності варто звернути увагу на здобутки ЄС у даному напрямку. Згідно з інноваційною політикою ЄС розвиток інноваційно-активних підприємств має базуватися на мережі кооперації, супутніх послугах та участі малих та середніх підприємств в отриманні держзамовлень. При цьому інтерфейси інноваційної системи мають охоплювати: європейські мережі дослідних інститутів; обмін успішною практикою; транснаціональні технологічні партнерства.

Висновки. Отже на результативність інноваційного розвитку підприємства здійснюють вплив такі фактори: потенціал науки, нових ідей, відкриттів та розробок; структура та потреби виробництва; ресурсна база інноваційного розвитку; наявність ефективної системи управління, адекватної потребам часу. Ці фактори повинні взаємодіяти таким чином, щоб потенціал досягнень науки постійно випереджував потреби інноваційного розвитку підприємства. Саме на цій основі шляхом співставлення з ресурсними можливостями необхідно здійснювати відбір ефективної

програми та заходів інноваційного розвитку. Ефективна організація інноваційної діяльності виступає підґрунтям для розвитку підприємств.

Сучасні підприємства можуть здійснювати ефективну виробничо-інноваційну діяльність тільки в рамках системи, що являє собою сукупність контрагентів (підприємств, консультантів, інвесторів), в основі діяльності яких покладено інноваційну стратегію. В організаційному відношенні важливо виявити всі фактори, що здійснюють вплив на ці взаємозв'язки з метою уникнення форс-мажорних обставин та напрацювання ефективних схем співпраці. Питання організації інноваційних систем на базі вітчизняних підприємств мають стати темою подальших наукових розвідок.

Список літератури: 1. Голд, Б. Функции управления исследованиями и техническими разработками / Б.Голд // в кн. «Современное управление. Энциклопедический справочник»: в 2 т. – М.: Издатцентр, 1997. – Т. 1.-465 с. 2. Друкер П.Ф. Бизнес и инновации; пер. с англ. – М.: ООО Издательский дом “Вильямс”, 2007. – 432 с. 3. Жариков, И.А. Краткий курс управления инновациями / И.А. Жариков, В.А. Каряев. – Тамбов: ТОИПКРО, 2006. -128 с. 4. Жариков, И.А. Управленческий аспект повышения инновационной активности предприятия / И.А. Жариков. – Тамбов,: 2007.-165 с. 5. Афонин В.И. Инновационный менеджмент и экономическая оценка реальных инвестиций / И.В. Афонин. –М.: Гардарики, 2006. –301 с. 6. Инновации в России: риск огромный, но он того стоит [Электронный ресурс]: http://www.bishelp.ru/svoe_delo/otrasl/innivacii/innov_Russia_risk.php. 7. Burns T., Stalker G. M. The Management of Innovation; Oxford, Oxford University Press, 1994 – 269 p. 8. Хохлова Т.П. Эволюция методологии организационного проектирования: динамическое горизонтальное структурирование // Менеджмент в России и за рубежом. 2006. № 4. С. 12–25. 9. In Search of Excellence: Lessons from America's Best-Run Companies / Thomas J. Peters, Robert H. Waterman.- A Harper Business Book, 2003. – 530 p. 10. Чинчикеев В. Организация и управление инновационной деятельностью корпорации / В. Чинчикеев // Наука та інновації. — 2005. — Т. 1, N 1. — С. 34–60. 11. Бондар Н. М. Формування системи контролю на сучасному підприємстві // Управління проектами, системний аналіз і логістика, 2007, №4. – с. 206 – 210. 12. Внутрішній економічний механізм підприємства: Навчальний посібник / Грещак М.Г., Гребешкова О.М., Коцюба О.С. – К.: КНЕУ, 2001. – 228 с. 13. J. Hann Pichler, Hans Jobst Pleitner, Karl-Heinz Schmidt (Hrsg.). Management in KMU: die Führung von Klein-und Mittelunternehmen. – 3. Aufl. – Bern, Stutgar, Wien. – Haupt. – 2000. 14. Золотарева А.Ф. и др. Актуальные проблемы формирования и развития инновационной экономики РФ.- М.: Старая Басманная, 2010. – 37 с. 15. Иванова Н.И. Национальные инновационные системы. – М.: Наука, 2002. -168 с.

Надійшла до редколегії 27.03.2013

УДК 334.01+ 658.5.012.1

Організація виробничо-інноваційної діяльності: західна ідеологія та українські реалії/ О.О. Охріменко// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45 (1018) - С. 94-102. Бібліогр.: 7 назв.

В статье рассмотрены теоретико-методические подходы к организации производственно-инновационной деятельности промышленных предприятий. Раскрыты факторы, оказывающие влияние на прохождение инновационных процедур. Обобщен опыт организации инновации за рубежом. Осуществлен анализ структуры затрат в разрезе фаз инновационной деятельности.

Ключевые слова: организация, производство, инновации, проекты, ресурсы, формы организации, теории организации, стратегия.

The article describes the theoretical and methodological approaches to the organization of production and innovation industries. The factors influencing the passage of innovative procedures. Generalized The experience of innovation abroad is summarized. There is analysis of the cost structure in the context of the phases of innovation.

Keywords: organization, vproizvodstvo, innovations, projects, resources, forms of organization, organization theory, strategy.

УДК 005.33:[658:339.564]

К.В. СЕЛЕЗНЬОВА, викладач, ХНЕУ, Харків

ОБГРУНТУВАННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті визначені фактори впливу на розвиток експортного потенціалу машинобудівного підприємства, серед них, при використанні методу експортних оцінок, обрані ключові фактори впливу. Проведено дослідження обраних факторів впливу за допомогою факторного аналізу, виявлено та проведено оцінку латентних факторів впливу на розвиток експортного потенціалу підприємства, що надає змогу підвищити ефективність управління такою економічною системою як експортний потенціал підприємства.

Ключові слова: фактор, потенціал, експортний потенціал, розвиток, факторний аналіз.

Вступ. Радикальні зміни, які відбулися протягом еволюції підприємництва призвели до того, що починаючи з другої половини XIX ст. і сьогодні підприємці прагнуть до формування та розвитку потенціалу, який гарантує отримання прибутку в довгостроковому періоді. Потенціал є основою для прийняття стратегічних рішень, визначення напрямку розвитку підприємства, обумовлює формування конкретної програми на перспективу. Більшість вітчизняних підприємств, особливо у машинобудівній галузі, не мають достатнього платоспроможного попиту в Україні, тому цим підприємствам, щоб продовжувати свою діяльність потрібне освоєння нових ринків збуту. Якщо підприємство прагне розвитку та отримання додаткових прибутків, вихід на зовнішні ринки також неминучий. Для цього кожному сучасному підприємству необхідно мати точне уявлення про можливості функціонування підприємства на зовнішньому ринку, конкурентоспроможність продукції підприємства, його виробничий потенціал, фактори, що впливають на розвиток експортного потенціалу та т. інш.

Експортний потенціал підприємства слід розглядати як діалектичну єдність двох аспектів: сукупності існуючих факторів впливу та системи їх активного виявлення в процесі господарської взаємодії (середовища). Потенційні можливості експортного розвитку кожного підприємства взаємопов'язані з середовищними факторами, які з одного боку, впливають на характер та ефективність використання потенціалу, з іншого – є органічною частиною складових виробничої функції. А самі складові експортного потенціалу приводяться в дію середовищними умовами і одночасно їх створюють.

© К.В. Селезньова, 2013

The article describes the theoretical and methodological approaches to the organization of production and innovation industries. The factors influencing the passage of innovative procedures. Generalized The experience of innovation abroad is summarized. There is analysis of the cost structure in the context of the phases of innovation.

Keywords: organization, vproizvodstvo, innovations, projects, resources, forms of organization, organization theory, strategy.

УДК 005.33:[658:339.564]

К.В. СЕЛЕЗНЬОВА, викладач, ХНЕУ, Харків

ОБГРУНТУВАННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті визначені фактори впливу на розвиток експортного потенціалу машинобудівного підприємства, серед них, при використанні методу експортних оцінок, обрані ключові фактори впливу. Проведено дослідження обраних факторів впливу за допомогою факторного аналізу, виявлено та проведено оцінку латентних факторів впливу на розвиток експортного потенціалу підприємства, що надає змогу підвищити ефективність управління такою економічною системою як експортний потенціал підприємства.

Ключові слова: фактор, потенціал, експортний потенціал, розвиток, факторний аналіз.

Вступ. Радикальні зміни, які відбулися протягом еволюції підприємництва призвели до того, що починаючи з другої половини XIX ст. і сьогодні підприємці прагнуть до формування та розвитку потенціалу, який гарантує отримання прибутку в довгостроковому періоді. Потенціал є основою для прийняття стратегічних рішень, визначення напрямку розвитку підприємства, обумовлює формування конкретної програми на перспективу. Більшість вітчизняних підприємств, особливо у машинобудівній галузі, не мають достатнього платоспроможного попиту в Україні, тому цим підприємствам, щоб продовжувати свою діяльність потрібне освоєння нових ринків збуту. Якщо підприємство прагне розвитку та отримання додаткових прибутків, вихід на зовнішні ринки також неминучий. Для цього кожному сучасному підприємству необхідно мати точне уявлення про можливості функціонування підприємства на зовнішньому ринку, конкурентоспроможність продукції підприємства, його виробничий потенціал, фактори, що впливають на розвиток експортного потенціалу та т. інш.

Експортний потенціал підприємства слід розглядати як діалектичну єдність двох аспектів: сукупності існуючих факторів впливу та системи їх активного виявлення в процесі господарської взаємодії (середовища). Потенційні можливості експортного розвитку кожного підприємства взаємопов'язані з середовищними факторами, які з одного боку, впливають на характер та ефективність використання потенціалу, з іншого – є органічною частиною складових виробничої функції. А самі складові експортного потенціалу приводяться в дію середовищними умовами і одночасно їх створюють.

© К.В. Селезньова, 2013

Для того, щоб спонукати до розвитку та ефективно використовувати експортний потенціал підприємства необхідно враховувати рівень впливу окремих факторів [1].

Аналіз останніх досліджень та літератури. Вагомий внесок в дослідження експортного потенціалу промислових підприємств внесли наступні як вітчизняні учені Афанасьєв К. М., Гальчинський А. С., Горячев А. А., Шагалов Г. А., так і зарубіжні дослідники Алексєєва М. М., Білка В., Гітлоу Х., Градов А. П. Гроте Г., Долгов С. І., Кавусгіл Т., Картбі Дж., Кобиляцький Л. С., Пешкова О. П., Покровська В. В., Фамінський І. П. та інші. В останні роки наукові та прикладні питання розвитку експортного потенціалу перебували в центрі уваги багатьох науковців: П.П. Стичишина, О.О. Кириченко, Г.Б. Крушницької, Т.І. Ломаченко, О.І. Амоши, Б.М. Данилишина, Н.Д. Чалої, М.Г. Чумаченка, А.А. Мазаракі, Л.П. Серової та інших. Їх роботи слугували основою для проведення теоретичних і практичних досліджень.

Мета статті, постановка проблеми. Головна мета статті полягає у виявленні та обґрунтуванні ключових факторів впливу на розвиток експортного потенціалу підприємства. Об'єкт дослідження – процеси розвитку експортного потенціалу машинобудівних підприємств.

Незважаючи на велику кількість наукових праць і досліджень щодо експортного потенціалу, доводиться констатувати, що майже відсутні праці щодо дослідження експортного потенціалу машинобудівних підприємств. Тому існує ціла низка актуальних проблем у цій сфері, яка потребує подальшого дослідження та вирішення. Дослідження факторів впливу на розвиток експортного потенціалу підприємства надає можливості формування та зміни параметрів об'єкта управління шляхом відповідного підбору та коригування чинників, які їх обумовлюють.

Матеріали досліджень. З урахуванням мети дослідження визначимо, насамперед, основні характеристики, які відображають сутнісний бік фактора (від лат. factor – той, що робить) як істотного об'єктивного причинного явища, вплив якого визначає характер або окремі риси об'єкта впливу [2]. По-перше, властивістю фактора є те, що він володіє спроможністю при впливі на будь-яке явище змінювати його кількісні та якісні характеристики. По-друге, поняття фактора включає силу, яка надає імпульс руху і змінює просторово-темпоральні характеристики предмету впливу. По-третє, фактор є величиною, яка у кожен момент часу має точку впливу на предмет, кількісне значення впливу та його спрямованість у просторі. По-четверте, фактор, залучений у процес господарської діяльності підприємства, є економічним ресурсом (активом), винагородженням якого виступає релевантна форма факторного доходу. По-п'яте, властивість фактору генерувати дохід не реалізується автоматично, а забезпечується за умови його ефективного використання, що складає одну із найважливіших задач управління розвитком підприємства. Навіть побіжний перелік найбільш суттєвих характеристик фактора свідчить, наскільки складним і багатоаспектним з теоретичних і прикладних позицій є факторний аналіз експортного потенціалу підприємства [2].

У літературі значна увага приділяється впливу факторів на розвиток того чи іншого виду діяльності. Після ретельного аналізу літератури щодо факторів впливу на зовнішньоекономічну діяльність підприємства, ми вважаємо доцільним прийняти групування факторів, наведене у працях Ю.Г. Козака [3]. Ним проведені ґрунтовні дослідження у цьому напрямі, які, на думку автора є позитивними та негативними

факторами впливу. Для завдання оцінки впливу факторів на розвиток експортного потенціалу підприємства доцільно їх розмежувати на чинники мікро- та макрорівнів. На мікрорівні виділяються внутрішні та зовнішні фактори. Внутрішні фактори спричинені діяльністю підприємства, а зовнішні виникають в результаті державної політики, діяльності конкурентів, середовища, у якому працює підприємство, тобто ці фактори мають вплив на рівні держави, де функціонує підприємство (див. табл. 1). На макрорівні діють фактори, що мають вплив з боку іноземних конкурентів та країни-партнера. Крім того, зовнішні фактори розмежовуються на ті, які викликані діяльністю держави та суб'єктами ринку [1].

Динаміка зміни зовнішніх факторів (факторів міжнародного, макро- та мезо-середовища) може значно впливати на процеси експортування, що протікають на підприємстві, а саме по собі підприємство дуже мало впливає на них. Тому ці фактори є слабкокерованими з боку підприємства. Однак керівники підприємства повинні стежити за змінами факторів його зовнішнього середовища і реагувати на них шляхом коригування діяльності підприємства. Внутрішні фактори (фактори прямого впливу) залежать від підприємства, вони закладені в його організаційній структурі, структурі управління, професіоналізмі персоналу і є керованими з боку менеджменту підприємства, тому шляхом зміни параметрів внутрішнього середовища можна адекватно реагувати на зовнішні зміни.

Таблиця 1 - Фактори впливу на розвиток експортного потенціалу підприємства

Група факторів	Зміст факторів
Внутрішні фактори	
Інвестиційні	Рівень залучення інвестиційних коштів, спрямованість на досягнення сприятливого інвестиційного клімату та інш.
Ресурсні	Наявність достатньої кількості ресурсів для широкої діяльності на зовнішніх ринках (фінансових, матеріальних) та інш.
Виробничі	Рівень якості продукції та відповідність вітчизняним і міжнародним стандартам та інш.
Технологічні	Рівень технічного забезпечення та інш.
Психологічно-соціальні	Порядність у виконанні домовленостей (у тому числі міжнародних), правил, норм торгівлі, врахування інтересів партнерів та інш.
Інформаційні	Наявність аналітичної інформації про динаміку обсягів збуту продукції, проблема отримання інформаційного забезпечення аналізу ринків збуту та інш.
Інноваційні	Наявність працівників, що виконують науково-технічну роботу, рівень витрат на технологічні інновації, схильність до впровадження нових розробок, оновлення товарної номенклатури та інш.
Людські	Склад персоналу підприємства, рівень спеціалізованої освітньої підготовки, наявність працівників, що мають міжнародний досвід, постійне підвищення кваліфікації працівників, знання іноземних мов
Організаційно-управлінські	Рівень системи управління виробництвом та інш.
Нематеріальні	Імідж підприємства, наявність міжнародної комунікативної політики та інш.

Продовження таблиці 1

Зовнішні фактори мікросередовища	
Технічні	Наявність державної підтримки (кредитування, квотування, заборона (ембарго), існування торговельних бар'єрів, участь у світових економічних угрупованнях ЄС, АТЕС, СНД, наявність державних міжнародних маркетингових досліджень та інш.
Законодавчо-правові	Необхідність ліцензування експорту деяких видів продукції, досконалість законодавчої бази, відповідність законодавства України вимогам законодавства ЄС у пріоритетних сферах та інш.
Неформальні обмеження	Бюрократизм, складність процедури одержання дозволу на зовнішньоекономічну діяльність (ЗЕД) та інш.
Освітні	Наявність школи для підготовки спеціалістів ЗЕД та інш.
Економічні	Наявність ефективної системи кредитування та страхування, досконала банківська система, інвестиції в експортно-орієнтовані галузі, конкурентоспроможність продукції на вітчизняному ринку, рівень цін на ресурси на внутрішньому ринку та інш.
Часу та простору	Рівень технічного прогресу в галузі транспорту дають можливість значною мірою економити час і кошти, досягнення в галузі комунікацій прискорюють взаємодію та дають можливість здійснювати більш оперативний контроль за міжнародними операціями, швидкий обмін інформації щодо продукції призводить до збільшення обсягів продажу на іноземних ринках та інш.
Група факторів	Зміст факторів
Соціальні	Невпевненість у економічній стабільності власної країни, відсутність національної свідомості, низький рівень життя, як результат – відсутність мотивації у випуску якісної продукції та інш.
Зовнішні фактори макросередовища	
Політичні	Воєнні конфлікти, політичні реформи, економічні блокади, стан зовнішньоекономічних зв'язків та інш.
Економічні	Існування тарифних і нетарифних бар'єрів, продукція, яка експортується, відноситься до тих галузей, на які існує монополія у країні-партнері, високий рівень конкуренції, необхідність кооперації виробництва, високий рівень реклами продукції власного виробництва та інш.
Природно-кліматичні	Сезонність продукції, стихійні лиха, невідповідність потреб клімату до експортованої продукції та інш.
Адміністративні	Нетарифні перешкоди для імпортованої продукції та інш.
Законодавчо-правові	Механізм торговельно-економічних відносин із зарубіжними партнерами, необхідність отримання ліцензій на торгівлю певними видами продукції та інш.
Психологічно-соціальні	Наявність національного менталітету, національний стереотип ведення бізнесу, гостинність та інш.
Технологічні	Високий рівень технологій виробництва, засобів автоматизації, інформаційних технологій та інш.
Історичні	Тривале існування ринкових відносин, пристосованість підприємств до ринкових умов праці, наявність знань і практики стратегічного управління, маркетингового дослідження, здійснення ЗЕД та інш.
Екологічні	Наявність екологічних заборон чи обмежень та інш.
Стандартизації та взаємозамінності	Відповідність продукції міжнародним стандартам, взаємозамінність комплектуючих та інш.

Далі була проведена оцінка факторів, що впливають на розвиток експортного потенціалу підприємства.

Розглянемо значення терміну «розвиток». Економісти останнім часом широко його використовують у багатьох галузях та напрямках вивчення економіки. В рамках цього дослідження розглянемо розвиток підприємства на зовнішніх ринках, що має бути відображено у обсягах експорту машинобудівних підприємств України.

Найчастіше поняття «розвиток» ототожнюють з терміном «зростання» [206]. Але це не може бути правильно з точки зору зовнішньоекономічної діяльності. Наприклад, необмежене зростання обсягу реалізації продукції зовнішнім контрагентам може призвести до вимивання вільних обігових коштів унаслідок несплати згідно з договором кількома покупцями; несвоєчасного експортного відшкодування ПДВ та ряду форс-мажорних обставин, що не сприяє розвитку.

В.М. Геєць у своїй роботі «Нестабільність та економічне зростання» зазначає, що «економічний розвиток і економічне зростання поєднані завдяки інноваційним змінам, що можуть мати місце внаслідок виникнення нових умов, які є відбиттям часу і зумовлюють виникнення нових, як правило продуктивніших, видів діяльності» [6].

Найпоширеніше тлумачення поняття «розвиток» - зміни. Зміни, у свою чергу, мають певні цілі. Цілі підприємства разом зі стратегіями спрямовують та визначають його розвиток. Для досягнення цілей необхідно, щоб вони були чітко визначені. Зміни можуть виникати під впливом декількох причин: вони ініціюються ринком; змінюються інтереси власників; фірма розширюється за рахунок злиття чи придбання існуючого бізнесу; на підприємстві накопичуються внутрішні протиріччя; керівники планують розвиток підприємства [7,8].

В.А. Василенко пропонує розглядати розвиток як тенденцію існування соціально-економічної системи у будь-якому вигляді і будь-якій формі, чи то суспільної формації, чи підприємства [9]. Розвиток, на його думку, тісно пов'язаний із функціонуванням, що у свою чергу означає підтримання життєздатності, збереження функцій підприємства та управління, які визначають цілісність, якісну визначеність і змістові характеристики підприємства.

Н.В. Куденко зазначає: «Якщо підприємство займає стійкі ринкові позиції, стабільний розвиток і обирає за мету зростання обсягів збуту, ринкової частки прибутку та розширення масштабів своєї діяльності, то існують три стратегічні напрями досягнення цієї мети: інтенсифікація існуючих можливостей; об'єднання зусиль з іншими підприємствами; вихід в інші сфери бізнесу, які не пов'язані з основною діяльністю підприємства» [10]. Кожен із цих напрямів трактується як поняття «ріст». Отже, виходить, виходить, що поняття «ріст» ширше, ніж поняття «розвиток».

Автор також вважає, що «ріст» - це розширення територій збуту та збільшення масштабів, що можливе за рахунок виходу та здійснення діяльності на зовнішніх ринках. Але розвиток охоплює не лише ці цілі. Він сприятиме зниженню різного роду ризиків, із якими стикається підприємство у процесі своєї діяльності. Забезпечення цієї мети передбачає використання передових методів управління та оптимізації фінансових, матеріальних потоків, що і призведе до максимізації прибутку від зовнішньоекономічної діяльності. Тим самим ріст може відбуватись лише в умовах розвитку.

На етапі аналізу зовнішнього середовища у процесі оцінки експортного потенціалу завдання підприємства полягає у необхідності виділення тих груп факторів, які мають найбільший вплив. Розглянемо вплив виділених у класифікації факторів на середньостатистичне машинобудівне підприємство, перевівши їх із якісного вигляду у кількісний.

Найбільш ефективним методом виявлення факторів, які мають суттєвий вплив на розвиток експортного потенціалу машинобудівних підприємств України, є метод експертних оцінок із застосуванням безпосереднього оцінювання. Використання думок експертів має переваги, оскільки дає змогу оцінити та враховувати різні неформалізовані ситуації в умовах невизначених вихідних даних через труднощі отримання інформації безпосередньо на підприємстві. Але оскільки ця процедура супроводжується суб'єктивними результатами, то для підвищення їх достовірності бажано використовувати думку не окремої особи, а колективу експертів. Виявлення індивідуальних точок зору і формулювання на їх основі загального (колективного) рішення – основна ідея методу експертних оцінок [1].

Суть методу експертних оцінок полягає у проведенні інтуїтивно-логічного аналізу в поєднанні з кількісними методами оцінки та обробки. Особливістю методу експертних оцінок є те, що він проводиться на науковій основі та обробка результатів опитування експертів здійснюється за допомогою методів математичної статистики.

Визначення факторів, які найбільше впливають на експортний потенціал машинобудівних підприємств України, за допомогою експертних оцінок передбачає такі етапи: формування цілей експертного опитування; підготовка анкети; визначення чисельності та складу експертів; опитування експертів; обробка й аналіз результатів експертного опитування. А саме визначення факторів, які найбільше впливають на експортний потенціал машинобудівних підприємств України й аналіз впливу за допомогою математичного моделювання.

Завданнями даного експертного опитування є:

- серед великої кількості факторів визначити основні, тобто ті, які на думку експертів найбільше впливають на експортний потенціал середньостатистичного машинобудівного підприємства України;
- запропонувати метод безпосереднього оцінювання як метод обробки експертної інформації, що базується на індивідуальному опитуванні експертів із використанням анкет, що гарантують анонімність взаємодії експертів.

Для отримання експертних оцінок нами використовувалось анкетне опитування. На нашу думку, застосування анкетного опитування має переваги перед колективним обговоренням, оскільки в останньому випадку істотну роль відіграє думка авторитетів, до яких зазвичай приєднуються інші спеціалісти, що беруть участь у дослідженні, не висловлюючи при цьому власну думку. Метод анкетного опитування полягає в тому, що експерту пропонується для заповнення анкета з переліком тез, що потребують оцінки та кожне з яких логічно пов'язане з центральним завданням дослідження. Анкета, що була надана для заповнення експертам.

В анкеті було запропоновано дати оцінку різних видів факторів впливу на розвиток експортного потенціалу машинобудівних підприємств України. В анкету було включено всі фактори з табл. , а саме:

- внутрішні фактори: інвестиційні, інноваційні, ресурсні, виробничі, технологічні, психологічно-соціальні, інформаційні, людські, нематеріальні, організаційно-управлінські;

- зовнішні фактори мікросередовища: технічні, законодавчо-правові, неформальні обмеження, часу та простору, економічні фактори на рівні ринок, освітні, соціальні;

- зовнішні фактори макросередовища: політичні, економічні фактори на рівні держави, природно-кліматичні, адміністративні, законодавчо-правові, психологічно-соціальні, технологічні, історичні, екологічні, стандартизації та взаємозамінності.

Експертам було запропоновано використовувати 5-ти бальну шкалу, що відповідає висловам: 5 – дуже сильно впливає на розвиток ЕПП, 4 - значний вплив, 3 - впливає, 2 - помірний вплив, 1 – незначний вплив, 0 – не впливає.

Достовірність експертного опитування залежить від чисельності експертів та їх обізнаності в певній сфері діяльності. Мінімальна чисельність експертів ($n_{\min}$) обчислюється за формулою:

$$n_{\min} = 3/2 * (1/E + 1) + 1, \quad (1)$$

де E – допустима похибка.

Якщо допустима ймовірність 96,8% ($E=0,032$), то кількість експертів дорівнює:

$$n_{\min} = 3/2 * (1/0,032 + 1) + 1 = 50 \text{ чол.}$$

Найдоцільнішою моделлю відбору необхідності кількості експертів із генеральної сукупності, на нашу думку, є імовірнісна або випадкова вибірка, у якій суворо дотримується принцип рівності шансів попадання у вибірку для всіх одиниць сукупності, що вивчається, і для будь-яких послідовностей таких одиниць [1].

Таким чином з усіх машинобудівних підприємств-експортерів Харківського регіону за допомогою простої випадкової вибірки було обрано 5 підприємств, де було проведено опитування. Скориставшись переліком підприємств, що було обрано для кластеризації, ми обрали ті підприємства, що відповідали числам, обраним з таблиці випадкових чисел. Таким чином, до складу експертної групи увійшли 50 працівників з наступних підприємств: ПАТ «Електромашина», ПАТ «ФЕД», ПАТ «ХТЗ», ВАТ «Турбоатом», ПуАТ "ХЕЛЗ "Укрелектромаш".

На основі результатів опитування експертної групи за анкетною для кожного фактора визначилась кількість експертів, які його відзначили, та середній бал за кожним фактором, який позначений відповідною цифрою. Бальна оцінка розраховувалась діленням балів за кожним фактором на загальну кількість балів за всіма факторами.

Далі був проведений розрахунок середнього значення бальної оцінки, тобто загальна бальна оцінка факторів ділилась на кількість факторів. Виходячи з даних проведеного дослідження середнє значення бальної оцінки склало $1/27 = 0,04$.

Наступним кроком проводилась оцінка важливості факторів, тобто визначалось, які фактори, на думку експертної групи, найбільше впливають на розвиток експортного потенціалу машинобудівних підприємств України. Для цього бальна оцінка кожного з факторів порівнювалась із середнім значенням. Фактори, у яких

бальна оцінка більша середнього значення, були визначені як ті, що мають найбільший вплив, а фактори, у яких бальна оцінка менша або рівна середньому значенню – відповідно мають менший вплив на розвиток експортного потенціалу машинобудівних підприємств.

Результати досліджень. Таким чином, за допомогою метода експертних оцінок, було визначено, що до основних факторів впливу на розвиток експортного потенціалу машинобудівних підприємств належать наступні фактори:

- Ресурсні.

Наявність достатньої кількості ресурсів для широкої діяльності на зовнішніх ринках (фінансових, матеріальних) та інше.

- Виробничі.

Рівень якості продукції та відповідність вітчизняним і міжнародним стандартам та інше.

- Інноваційні.

Наявність працівників, що виконують науково-технічну роботу, рівень витрат на технологічні інновації, схильність до впровадження нових розробок, оновлення товарної номенклатури та інше.

- Людські.

Склад персоналу підприємства, рівень спеціалізованої освітньої підготовки, наявність працівників, що мають міжнародний досвід, постійне підвищення кваліфікації працівників, знання іноземних мов та інше.

Але, щоб максимально об'єктивно та достовірно оцінити вплив усіх обраних експертами факторів і зробити відповідні висновки, необхідно провести факторний аналіз.

Після проведення експертного опитування та визначення серед великої кількості факторів основних, тобто тих, які на думку експертів найбільше впливають на експортний потенціал середньостатистичного машинобудівного підприємства України, потрібно провести більш ретельний кількісний аналіз обраних експертами факторів та виявити латентні фактори розвитку експортного потенціалу підприємства.

Факторний аналіз – це методика комплексного системного вивчення і оцінки впливу факторів на величину результативних показників. В управлінні економічними системами особлива роль надається факторному аналізу, оскільки він дає можливість формувати та змінювати параметри об'єкта управління шляхом відповідного підбору та коригування чинників, які їх обумовлюють. Основою факторного аналізу є побудова факторної моделі, в якій фактори повинні знаходитись в причинно-наслідкових зв'язках із досліджуванним показником. За такої умови побудованій факторній системі можна дати економічну інтерпретацію, що сприяє проведенню аналізу та оцінки впливу кожного фактору на формування фінансових результатів підприємства.

Основною сутністю факторного аналізу є заміна корельованих компонентів некорельованими факторами. Факторні навантаження показують ступінь кореляції між вихідною змінною та фактором. Вихідна система показників $x_1, x_2, \dots, x_m$ замінюється їх лінійні комбінації (компоненти):

$$f_i = \sum_{j=1}^m U_{ij} X_j, \quad (2)$$

де U_{ij} – коефіцієнт ортогональної матриці власних векторів.

Якщо, наприклад, всі вихідні змінні стандартизовані й, отже, їхні дисперсії однакові й дорівнюють одиниці, то в результаті нормування (стандартизації) всі змінні вирівняні за своєю мінливістю [5].

Для проведення факторного аналізу ми обираємо метод головних компонент, бо при його використанні головні ознаки можна представити через їх лінійну комбінацію, і навпаки, головні компоненти можна подати через лінійну комбінацію ознак. Друге завдання для багатьох методів факторного аналізу принципово нерозв'язуване. У цьому методі кількість компонент дорівнює кількості ознак, і тільки після відкидання компонент з найменшою долею загальної дисперсії ми отримаємо головні компоненти, кількість яких буде значно меншою ніж кількість ознак.

Основне призначення методу головних компонент – виявити приховані (латентні) першопричини, що пояснюють кореляції між ознаками і змістовно інтерпретуються.

Для досягнення мети дисертаційного дослідження було відібрано 17 ознак тих факторів, що були обрані експертною групою та мають найбільший вплив на розвиток експортного потенціалу підприємства. Значення кожного показника були розраховані з 2003 по 2011 роки за даними підприємства ПАТ «Електромашина». Аналіз проводився за допомогою пакета прикладних програм «STATGRAPHICS Plus for Windows».

Матриця факторних навантажень показників, що характеризують процеси експортування продукції підприємства представлена у табл. 2.

При проведенні факторного аналізу здійснено ортогональне обертання матриці змінних, що дозволяє сформулювати головні компоненти таким чином, щоб перша компонентна мала максимально можливу дисперсію, тобто пояснила максимум мінливості вихідних змінних; друга компонентна, некорельована до першої, пояснювала максимум дисперсії, що залишилася і т.д. Таким чином, декілька перших (головних) компоненти будуть пояснювати майже всю мінливість системи, а останні компоненти з дисперсіями, близькими до нуля, можна відкинути, тому що їх вплив на систему показників є досить незначним.

При проведенні факторного аналізу узагальнені, агреговані показники, що визначають всі вихідні змінні, введено з урахуванням наступних вимог: фактори-компоненти конструюються як лінійні комбінації вихідних показників; компоненти повинні бути некорельованими; перша (головна) компонента пояснює максимум повної мінливості даних, друга – максимум залишку мінливості й т.д.

На основі факторного аналізу виконується редукція ознакового простору на основі ортогонального обертання матриці змінних. Таким чином, система рівноцінних (після стандартизації) показників замінюється на таку ж кількість

Основною перевагою стохастичного факторного аналізу є можливість виявити латентні фактори, які неможливо виявити апіорно. Основною суб'єктивністю при

проведенні факторного аналізу є інтерпретація результатів економіко-математичного моделювання, тому що автор самостійно дає назви виявленим факторам.

Далі була отримана система ключових факторів, що впливають на розвиток експортного потенціалу підприємства (див. табл. 3). У цю систему входить чотири фактори, що пояснюють 89, 571 % загальної дисперсії ознак, тобто коефіцієнт факторизації складає 0, 89571. Перший фактор з найбільшим власним числом пояснює найбільшу частину дисперсії ознак – 46,884 %, другий фактор пояснює 21,296 % дисперсії ознак, третій – 12, 455 %, четвертий – 8,936 %.

Таблиця 2 - Матриця факторних навантажень показників, що характеризують процеси експортування продукції підприємств

№ пок.	Найменування показника	Навантаження факторів			
		F1	F2	F3	F4
1	2	3	4	5	6
X1	Чистий дохід, тис. грн.	0,960156	-0,199513	0,123751	-0,0783953
X2	Витрати на збут, тис. грн.	0,374667	-0,801939	-0,288973	0,27399
X3	Витрати на розробку та відправки у виробництво нової техніки та впровадження нових технологій, тис. грн.	-0,112657	0,221672	0,656559	-0,0382457
X4	Витрати на покращення техніки безпеки персоналу, тис. грн.	-0,695783	0,512943	0,283885	0,041597
X5	Фінансування технічних програм, тис. грн.	0,39913	-0,113578	0,800335	0,0379331
X6	Витрати на підвищення кваліфікації кадрів підприємства, тис. грн.	0,668886	-0,0523286	0,68175	-0,0206662
X7	Частки видатків на розвиток іміджу підприємства у видатках на збут, %	0,686011	-0,308375	0,413091	0,326696
X8	Витрати на переоснащення виробництва та ремонт основних фондів, тис. грн.	0,953802	0,0676566	0,038516	-0,11258
X9	Обсяг ТП в порівняльних цінах, тис. грн.	0,978916	-0,0799058	0,127686	-0,0950755
x10	Випуск нової техніки, тис. грн.	0,518466	0,805161	-0,230424	-0,0310178
x11	Відсоток нової продукції у обсязі ТП, %	-0,299147	0,899147	-0,296987	-0,0279913
x12	Рентабельність ТП у порівняльних цінах, %	0,649736	0,231492	-0,0563123	-0,561731
X13	Повні Витрати на 1 грн. ТП у порівняльних цінах, тис. грн.	-0,158646	0,662896	0,190074	0,690418
X14	Заробітна плата основних виробничих працівників, тис. грн.	0,951635	-0,217451	0,187059	0,063648
X15	Обсяг експорту, тис. грн.	0,945551	-0,255029	0,041797	-0,120184
X16	Частка з/п працівників у структурі собівартості, %	-0,0484764	-0,223477	-0,0971524	0,902479
x17	Рівень використання трудових ресурсів, %	-0,188292	0,873971	0,296166	-0,162578

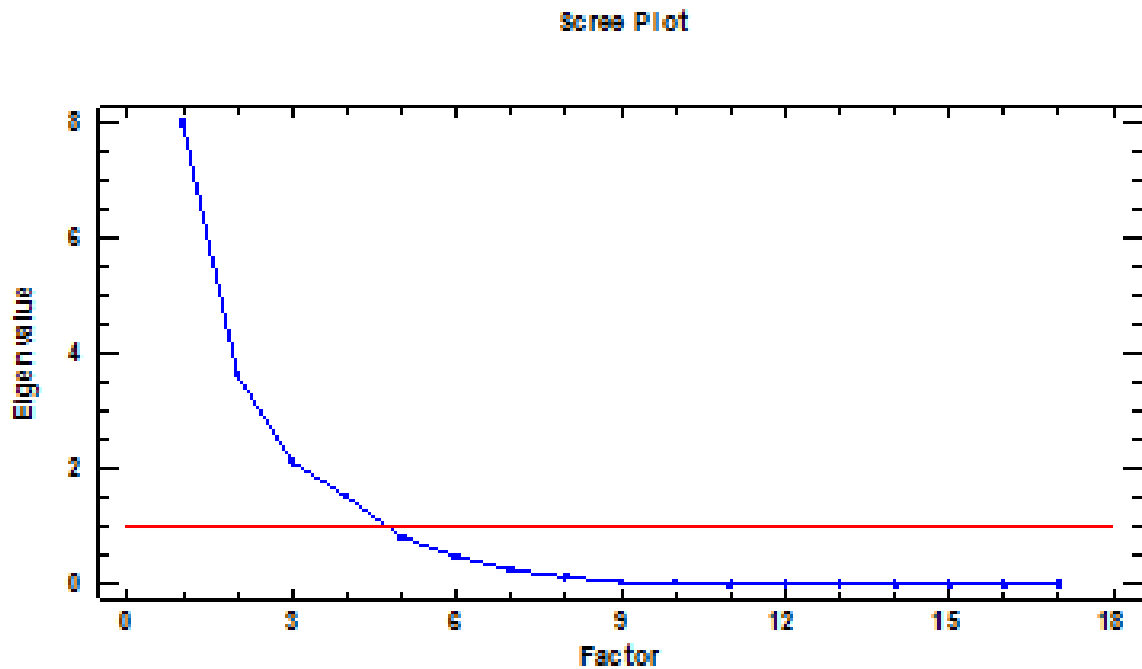


Рис. - Зміни власних значень кожного фактора

Виходячи з цієї системи ми можемо зробити висновки щодо впливу кожної з ознак на результативний показник. Отже, Витрати на покращення техніки безпеки та Витрати на збут мають з результативним показником зворотній зв'язок, а всі інші ознаки прямий.

Перший фактор вважається найголовнішим при такому варіанті обертання матриці змінних. Досить значне місце за факторними навантаженнями займають видатки на переоснащення виробництва та ремонт основних фондів. На даному підприємстві спостерігається екстенсивний напрямок розвитку, тому що приділяється значна увага ремонту основних фондів, а не впровадженню нових ресурсозберігаючих технологій, такі тенденції спостерігаються в першому та третьому факторах.

Те що такий важливий показник як обсяг експорту знаходиться на п'ятому місці в структурі першого фактора свідчить про недостатню увагу підприємства щодо процесів експортування та наявний потенціал у цього підприємства наростити свій обсяг експорту і, не в останню чергу, на основі імпорту інноваційних передових технологічних ліній.

Систему лінійних комбінацій ключових факторів, що впливають на процеси експортування продукції підприємством подано в табл. 4.

Ранжування показників, які входять до складу фактору пріоритетності видатків підприємств, дозволяє зробити висновок про те, що видатки на розробку та відправку у виробництво нової техніки та впровадження нових технологій знаходяться на останньому місці відносно видатків на технічні програми та на підвищення кваліфікації кадрів підприємства. Третій фактор є індикатором того, що між факторними навантаженнями щодо видатків на підвищення кваліфікації кадрів та на розробку та відправку у виробництво нової техніки та впровадження нових

технологій та видатків на технічні програми існує значний розрив. Підприємство робить значний акцент на видатки на технічні програми. Менеджменту підприємства необхідно звернути увагу на впровадження нових технологій та підвищення кваліфікації кадрів, тобто активніше зайнятися інноваційною діяльністю та удосконаленням професійних якостей персоналу, що дозволить йому обрати інтенсивний шлях розвитку.

Таблиця 3 - Система ключових факторів (на прикладі ПАТ «Електромашина»), що впливають на розвиток експортного потенціалу підприємства

Умовне позначення	Значення факторних навантажень	Показник	Назва фактора
1	2	3	4
F1	0,978916	Обсяг ТП в порівняльних цінах, тис. грн.	Фактор результативності діяльності підприємства
	0,960156	Чистий дохід, тис. грн.	
	0,953802	Витрати на переоснащення виробництва та ремонт основних фондів, тис. грн.	
	0,951635	Заробітна плата основних виробничих працівників, тис. грн.	
	0,945551	Обсяг експорту, тис. грн.	
	-0,695783	Витрати на покращення техніки безпеки персоналу, тис. грн.	
	0,686011	Частки видатків на розвиток іміджу підприємства у видатках на збут, %	
	0,649736	Рентабельність ТП у порівняльних цінах, %	
F2	0,899147	Відсоток нової продукції у обсязі ТП, %	Фактор ефективності впровадження інновацій
	0,873971	Рівень використання трудових ресурсів, %	
	0,805161	Випуск нової техніки, тис. грн.	
	-0,801939	Витрати на збут, тис. грн.	
F3	0,800335	Фінансування технічних програм, тис. грн.	Фактор пріоритетності видатків підприємств
	0,68175	Витрати на підвищення кваліфікації кадрів підприємства, тис. грн.	
	0,656559	Витрати на розробку та відправку у виробництво нової техніки та впровадження нових технологій, тис. грн.	
F4	0,902479	Частка з/п працівників у структурі собівартості, %	Фактор пріоритетності елементів собівартості продукції
	0,690418	Повні Витрати на 1 грн. ТП у порівняльних цінах, тис. грн.	

Таблиця 4 - Система лінійних комбінацій ключових факторів, що впливають на процеси експортування продукції підприємством (на прикладі ПАТ «Електромашина»)

Умовні позначення	Складові організаційно-економічних факторів діяльності Підприємства
F1	$0,96x_1 - 0,7x_4 + 0,69x_7 + 0,95x_8 + 0,98x_9 + 0,65x_{12} + 0,95x_{14} + 0,95x_{15}$
F2	$-0,8x_2 + 0,81x_{10} + 0,9x_{11} + 0,87x_{17}$
F3	$0,66x_3 + 0,8x_5 + 0,68x_6$
F4	$0,69x_{13} + 0,9x_{16}$

При аналізі виявлених латентних факторів, що впливають на процеси експортування продукції підприємством, зроблено висновок про значне матеріальне стимулювання працівників підприємства, це видно по структурі першого та четвертого факторів. Підприємству необхідно звернути увагу на співвідношення темпів зростання заробітної плати та прибутку підприємства. «Золотим» правилом економіки є більш інтенсивний темп зростання прибутку відносно зростання темпу заробітної плати.

Висновки. Таким чином, за допомогою використання науково-обґрунтованого об'єднання якісних та кількісних показників, було визначено та комплексно досліджено ключові фактори впливу на розвиток експортного потенціалу підприємства.

В подальших дослідженнях доцільно було б оцінити вплив ключових факторів впливу на питому вагу експорту в чистому доході підприємства за допомогою побудови множинної регресійної економіко-математичної моделі.

Також проведені дослідження можуть виступити базою для подальшої побудови економетричної моделі з незалежними лаговими змінними, що надасть змогу зробити оцінку нарощення чи виснаження експортного потенціалу машинобудівних підприємств та визначити дієві фактори нарощення експортного потенціалу. Всі ці дослідження нададуть змогу підвищити ефективність управління такою економічною системою як експортний потенціал підприємства.

Список літератури: 1. Ліпич Л.Г., Фатенок-Ткачук А.О. Формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств: монографія / Любов Григорівна Ліпич, Алла Олександрівна Фатенок-Ткачук. – Луцьк: Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2010. – 220 с. 2. Пономаренко В.С., Піддубна Л.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Підручник. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 328с. 3. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навч. посіб. / Ю.Г. Козак, Н.С. Логвінова, І.Ю. Сіваченко – К.: Центр навч. л-ри, 2006. – 792 с. 4. Управління експортним потенціалом України: Монографія / А.А. Мазаракі, В.В. Юхименко, О.П. Гребельник та інші.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ, 2007. – 210 с. 5. Куліков П. М. Економіко-математичне моделювання фінансового стану підприємства. Навчальний посібник / Куліков П. М., Іващенко Г. А. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2009. – 152 с. 6. Геєць В.М. Нестабільність та економічне зростання / В.М. Геєць. – К.: Ін-т економічн. прогноз., 2000. – 344 с. 7. Гончарук В.А. Развитие предприятия / В.А. Гончарук. – М.: Дело, 2000. – 208 с. 8. Власюк В.Є. Організаційні форми впровадження пропозицій підприємств при інтенсифікації зовнішньоекономічної діяльності / В.Є. Власюк // Придніпровський науковий вісник. – 1998. - №128(195). – с. 49-58 9. Василенко А.В. Менеджмент устойчивого развития предприятия:

монографія / *А.В. Василенко*. – К.: Центр уч. л-ри, 2005. – 648 с. **10.** *Куденко Н.В.* Маркетингові стратегії фірми: монографія / *Н.В. Куденко*. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.

Надійшла до редколегії 28.03.2013

УДК 005.33:[658:339.564]

Обґрунтування факторів впливу на розвиток експортного потенціалу машинобудівного підприємства/ К.В. Селезньова// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45(1018) - С. 102-115. Бібліогр.: 7 назв.

В статье определены факторы влияния на развитие экспортного потенциала машиностроительного предприятия, среди которых, при использовании метода экспертных оценок, выбраны ключевые факторы влияния. Проведено исследование выбранных факторов влияния с помощью факторного анализа, выявлено и проведено оценку латентных факторов влияния на развитие экспортного потенциала предприятия, что предоставляет возможность повысить эффективность управления такой экономической системой как экспортный потенциал предприятия.

Ключевые слова: фактор, потенциал, экспортный потенциал, развитие, факторный анализ.

In this article the factors influencing the development of export potential engineering enterprise are define, including, using export estimates, key factors of influence are selected. Researching of selected factors influencing by factor analysis are doing, latent factors influencing the development of export potential of enterprises are identified and estimated, that helps more effective manage of such an economic system as a export potential of the enterprise.

Keywords: factor potential export potential, development, factor analysis.

УДК 338.368.07

К. С. ШАПОВАЛЕНКО, аспірант, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна;

В. АГАЄВ, студент, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна;

МЕТОДИКА КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ БРЕНДУ

Стаття присвячена обґрунтуванню використання методик комунікаційної підтримки брендів в умовах технічного прогресу, що вимагає інноваційних підходів до ведення страхового бізнесу. Особливо впливає бурхливий розвиток ІТ-технологій, що викликає глибокі соціально-економічні перетворення. Страховики мають обґрунтовано оновлювати методики комунікаційної підтримки власних брендів. Об'єктом дослідження є теоретичне та практичне вивчення брендів на страховому ринку. Предметом дослідження є комунікаційна підтримка страхових брендів, з метою підвищення ефективності діяльності компаній.

Ключові слова: технічний прогрес, страхові послуги, маркетингові комунікації, брендинг.

Вступ. Страхова компанія як суб'єкт страхового ринку займається фінансово-економічною діяльністю. Суттєвим фактором підвищення ефективності діяльності страхових компаній є брендинг. Умови гіперактивного розвитку та розповсюдження комп'ютерних технологій переформатували канали комунікації брендів з клієнтами. Інтерактивність, взаємодія та результати від реклами та PR в мережі Інтернет ефективніша за інші медіа. Адже в Інтернет-просторі постійно відбувається обмін інформацією в аудиторії що гуртується навколо самотійно обраної теми, у чому полягає зовсім інший якісний рівень самосвідомості.

© К. С. Шаповаленко, В. Агаєв, 2013

монографія / *А.В. Василенко*. – К.: Центр уч. л-ри, 2005. – 648 с. **10.** *Куденко Н.В.* Маркетингові стратегії фірми: монографія / *Н.В. Куденко*. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.

Надійшла до редколегії 28.03.2013

УДК 005.33:[658:339.564]

Обґрунтування факторів впливу на розвиток експортного потенціалу машинобудівного підприємства/ К.В. Селезньова// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45(1018) - С. 102-115. Бібліогр.: 7 назв.

В статье определены факторы влияния на развитие экспортного потенциала машиностроительного предприятия, среди которых, при использовании метода экспертных оценок, выбраны ключевые факторы влияния. Проведено исследование выбранных факторов влияния с помощью факторного анализа, выявлено и проведено оценку латентных факторов влияния на развитие экспортного потенциала предприятия, что предоставляет возможность повысить эффективность управления такой экономической системой как экспортный потенциал предприятия.

Ключевые слова: фактор, потенциал, экспортный потенциал, развитие, факторный анализ.

In this article the factors influencing the development of export potential engineering enterprise are define, including, using export estimates, key factors of influence are selected. Researching of selected factors influencing by factor analysis are doing, latent factors influencing the development of export potential of enterprises are identified and estimated, that helps more effective manage of such an economic system as a export potential of the enterprise.

Keywords: factor potential export potential, development, factor analysis.

УДК 338.368.07

К. С. ШАПОВАЛЕНКО, аспірант, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна;

В. АГАЄВ, студент, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна;

МЕТОДИКА КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ БРЕНДУ

Стаття присвячена обґрунтуванню використання методик комунікаційної підтримки брендів в умовах технічного прогресу, що вимагає інноваційних підходів до ведення страхового бізнесу. Особливо впливає бурхливий розвиток ІТ-технологій, що викликає глибокі соціально-економічні перетворення. Страховики мають обґрунтовано оновлювати методики комунікаційної підтримки власних брендів. Об'єктом дослідження є теоретичне та практичне вивчення брендів на страховому ринку. Предметом дослідження є комунікаційна підтримка страхових брендів, з метою підвищення ефективності діяльності компаній.

Ключові слова: технічний прогрес, страхові послуги, маркетингові комунікації, брендинг.

Вступ. Страхова компанія як суб'єкт страхового ринку займається фінансово-економічною діяльністю. Суттєвим фактором підвищення ефективності діяльності страхових компаній є брендинг. Умови гіперактивного розвитку та розповсюдження комп'ютерних технологій переформатували канали комунікації брендів з клієнтами. Інтерактивність, взаємодія та результати від реклами та PR в мережі Інтернет ефективніша за інші медіа. Адже в Інтернет-просторі постійно відбувається обмін інформацією в аудиторії що гуртується навколо самотійно обраної теми, у чому полягає зовсім інший якісний рівень самосвідомості.

© К. С. Шаповаленко, В. Агаєв, 2013

Комп'ютерні технології дають можливість прогресувати аналітиці як з боку клієнтів, так і компаній. Опрацювання більших масивів інформації формує чіткіше уявлення обраного об'єкту та повнішу поінформованість. Компетентність прийняття рішення страхувальниками та страховиками стає більш автоматизованою та виваженою. Рішення спирається на фінансовий аналіз та загальний імідж компанії. В умовах прогнозованої мінливості сегментів страхового ринку змінюватимуться брендингові стратегії.

Зазначені зміни в досі сталих поняттях призводять до популяризації креативних методів управління бізнесом. Глобальний вплив набувають зміни пов'язані з технологічними інноваціями, зміною свідомості та відношення клієнтів до страхових послуг, переходу на нові медіа-канали спілкування. Всі ці зміни надають можливість збільшити інтенсивність комунікації в суспільстві, що дає поштовх на розвиток та популяризацію раніше менш популярних масових заходів: флеш-моб заходів, фандрайзингу, спрямованих на підтримку бренду.

Під час написання статті застосовувалися наступні методи дослідження: діалектичний, аналізу та синтезу. Авторські рекомендації щодо методик комунікаційної підтримки страхових брендів є елементами наукової новизни. Висновки та рекомендації представлені у статті мають теоретичне та практичне значення також для використання бренд-менеджерами на інших локальних ринках.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Задля всебічного висвітлення розглядуваного питання, нами було вивчено теоретичні та практичні напрацювання з менеджменту, маркетингу в побудові брендів страхових компаній. При написанні статті використовувалася література зі стратегічного маркетингу, менеджменту маркетингу, брендингу наступних авторів: Ванекен Б., Девіс С., Євтушенко В. А., Капферер Ж.-Н., Семеняк І. В. та ін.

Проаналізовано стратегії розвитку провідних страхових брендів та погляди професійних страховиків, з питань стану та перспектив розвитку вітчизняного страхового ринку, а саме: Групи АХА – Жака де Воклеруа, СК «PZU Україна Страхування життя» – Збігнєва Шолиги, СК «УСГ Життя» – Оксани Голеншиної, СК «Альфа страхування» – Альони Гончаренко, СК «Альфа Страхування» – Тетяни Бокаревої та ін.

Сучасний стан на ринку страхування вказує на стабільність ринку в цілому. Така ситуація можлива завдяки зусиллям компаній з утримання рівня сервісу, навіть ціною скорочення прибутковості. Такі зусилля є довгостроковою інвестицією в позитивний імідж власного ім'я. Створена ситуація призводить до пошуку та розвитку нових каналів дистрибуції страхових послуг та комунікації з клієнтом. Більша увага приділяється покращенню професіоналізму агентських збутових мереж, як чинника прямого впливу на створення позитивного іміджу компанії. Сьогодні традиційний страховий бізнес, як і раніше, робить ставку на власні агентські мережі, а також на страхових брокерів, посередників, туроператорів, авто-дилерів та банки. З розвитком культури ринку набуває розвитку онлайн-страхування.

Українці, як і європейці, стають більш вимогливими і все частіше віддають переваги онлайн-придбанням. Страховики у всьому світі в даний час планують або розглядають інвестиції в розвиток нових каналів дистрибуції, розширення умов страхових послуг, використовуючи продажі через Інтернет або по телефону.

Загальними трендами розвитку каналів дистрибуції страхових послуг є використання: Інтернет-гаджетів, CRM-технологій.

Брендинг в страхуванні є потужним інструментом успішного бізнесу, основою довгострокової стратегії просування на ринку власних послуг та чіткої фіксації компанії у свідомості. Управління торговельною маркою особливо актуально в умовах нових реалій – це пов'язано з поліпшенням якості послуг, виникненням нових ринків і видів комунікації. Необхідно відзначити, що раніше бренд був лише однією з можливостей виживання та розвитку бізнесу, в той час як зараз, бренд став необхідністю і єдиною можливістю успішного розвитку бізнесу. Компанії повинні себе позиціонувати, щоб, крім функціонально-матеріальних потреб, задовольняти нематеріальні потреби клієнтів.

Сучасні українці стали більш вимогливими: вони запитують більш детальну інформацію від страхових компаній і звикли до широкого спектру страхових та інвестиційних продуктів, каналів продажу, методик комунікації. Сучасні депутати Верховної Ради України в своїх деклараціях не зазначають страхові поліса [1]. Тобто, окрім зростаючого інтересу до страхування взагалі, також є зовсім вільні сегменти. Страхування в Україні є дуже перспективним і потребує інвестицій часу, професіоналізму, коштів в усі його сегменти [7].

Головні труднощі, що постають перед дослідниками обраного напрямку, є: швидка мінливість зовнішніх та внутрішніх умов страхового ринку, як наслідок відмінність теоретичної бази від практичних реалій, глибока інтегрованість страхової галузі у різноманітні суспільні, економічні, політичні процеси та їх зворотній вплив, що ускладнює чіткість побудови довгострокових стратегічних прогнозів.

У межах загальної проблеми комунікаційної підтримки страхових брендів актуально зазначити наступні напрями, що потребуватимуть доопрацювань та будуть доповненням розглянутої теми: стратегії інвестування у перспективні канали дистрибуції страхових послуг та шляхи їх розвитку, передбачити суспільні до брендів майбутнього, перспективи розвитку страхової самосвідомості окремих сегментів ринку, вплив новітніх технологій на канали комунікації компаній з клієнтами та ін.

Мета статті. Зформуванати методику комунікаційної підтримки бренд страхової компанії. Теоретично та практично доповнити методику брендування страхових компаній.

Постановка проблеми. Спеціалістів маркетингових комунікацій в страховій галузі цікавить підвищення ефективності діяльності страхових компаній шляхом брендингу. Активні зміни умов ведення страхової справи, спонукають до кардинальних змін у комунікаційних стратегіях брендів. В статті відповідно до тенденцій представлена методика комунікаційної підтримки бренду страхової компанії. В новітніх умовах методика найбільшим чином стосується маркетингового і медіа супроводження та креативності.

Матеріали дослідження. Розробка комунікаційної стратегії бренду потребує якісних маркетингових досліджень [2]. Комунікаційна стратегія формує сприйняття компанії. Завдання комунікаційної стратегії – керування взаємодією клієнта і бренду, зробити передбачуваним та ефективним спілкування аудиторії з компанією, удосконалювати бренд, згідно суспільних потреб, запитів часу і ринку. Розроблена та продумана нами комунікаційна стратегія, враховує чотири ключові блоки і в рамках

кожного з них вносить ряд завдань (рис. 1). Впровадження нововведень в зазначені блоки носить ситуативний характер, тому з часом можуть бути доповнені.

У рамках блоку маркетингу в методику комунікаційної підтримки брендів страховиків мають входити:

- трансляція клієнтові основних конкурентних переваг бренду / компанії;
- створення комунікаційних повідомлень на основі унікальних пропозицій бренду / відповідної послуги;
- здійснення змістовного розмежування з конкурентними брендами;
- дослідження динаміки потреб цільового сегменту послуги відповідної послуги / страхового продукту;
- виявити та використовувати найбільш ефективні інструменти просування, включаючи медіа-уподобання клієнтів;
- акції по стимулюванню збуту;
- заходи зі стимулювання лояльності клієнтів до бренду.

У рамках креативного блоку в методику комунікаційної підтримки брендів страховиків мають входити:

- розроблення візуального образу бренду;
- розробка основного комунікаційного повідомлення бренду і комунікаційні повідомлення для кожного з продуктів компанії;
- розробка елементів емоційного і раціонального наповнення бренду;
- розробка унікального дизайну і стилю бренду.

У рамках медійного блоку в методику комунікаційної підтримки брендів страховиків мають входити:

- виділення і застосування основних методів просування та підтримки компанії на ринку;
- вибір каналів комунікації для кожного страхового продукту з метою найкращого і найбільш точного донесення комунікаційних повідомлення;
- створення індивідуальних каналів дистрибуції;
- слідкувати за гармонійною відповідністю заходів маркетингового та креативного блоків до загальних умов медіа-простору;
- інформувати та надавати рекомендації відповідним підрозділам компанії щодо нових шляхів медіа-комунікації.

Кожна з наведених задач потребує індивідуального вирішення. Існує завдання, вирішенню якого приділимо особливу увагу – розвиток прямих каналів продажів. Цей канал показує помітне пожвавлення у країнах Європи. Частки ринку онлайн і прямого страхування від спільного бізнесу істотно розрізняються по всій Європі. Так, «зрілі» ринки, такі, як у Великобританії, мають частку інтернет і прямих продажів більше 10%, розвинені країни, такі як Іспанія - частку між 1,1% і 10% і країни, що розвиваються - 1% і нижче [3]. В Україні онлайн страхування знаходиться на рівні країн, що розвиваються.



Рис. 1 – Складові блоки методики комунікаційної підтримки бренду страхових компаній для різних країн (складено автором за джерелами [1-7])

Заходи методики комунікаційної підтримки бренду страхової компанії мають керуватися наступними засадами психологічного виховання. З психологічної точки зору страхові бренди України потребують активнішого комунікаційного підсилення. Адже успішно сконструйований бренд проектує на суспільство атрибути і характеристики, по яких компанія буде ідентифікована клієнтами. Вміст бренду має (обіцянки, емоції) відображати внутрішній настрій людини, його потреби, бажання і мотивації. При задоволенні зазначених нематеріальних потреб клієнта, відбувається схвалення – людина запевнить себе, що це дійсно те, що їй потрібно! Образ страхової компанії представляє ці потреби і бажання в свідомості споживача, стає символом, що позначає ці бажання, і що пропонує спосіб їх задоволення. Головною психологічною специфічністю страхового ринку є – можливість одночасного створення клієнта наявністю готових умов страхової послуги, та швидким створенням послуги відповідно потребами клієнта [5].

Аби задовольняти клієнта необхідно повною мірою відповідати обіцянкам бренду. Враження відповідності може з'являтися поступово, в процесі взаємодії споживача і бренду. Між клієнтом і брендом справді існує дружба (що виражаються, головним чином, в пролонгаціях), але лише за умови, що споживач залишається задоволений послугою в процесі її отримання, або отримує підтвердження позитивного схвалення з інших джерел. Тобто, підтвердження обіцянок компанії потрібно досягти не лише за рахунок бездоганної якості брендованого продукту, але і за рахунок ефективних маркетингових комунікацій [4].

Компанія, що протягом певного часу (краще, чим довше) зберігатиме ефективну діяльність та дотримуватиметься взятих обов'язків забезпечить собі:

- постійних клієнтів;
- гарний імідж;
- стабільний прибуток;
- розробку чітких, довгострокових стратегічних планів;
- розширення портфелю компанії;
- збільшення долі ринку;
- впровадження комплексних заходів з метою виходу в лідери галузі.

Зазначені наслідки призведуть до формування позитивного відношення до бренду. Створиться відповідна порука клієнта за компанію, компанії за клієнта.

В суспільстві з'являється споживчі чекання – це те, що хотів би бачити цільовий споживач, звертаючись до бренду. Сучасні будівельники брендів невпинно копаються в свідомості, підсвідомості споживачів, аби знайти заповітні споживчі чекання. Нові технології маркетингових досліджень дозволяють детально з'ясувати, як споживачі сприймають якісні і психоемоційні характеристики тих або інших продуктів.

Люди, лояльні тому або іншому бренду, як правило, мають багато загальних рис, а вдалий брендинг здатний багато в чому посприяти поповненню рядів цього клубу - бренд як магніт принадажує людей. Престижні бренди переносять на своїх власників соціальні цінності бренду. Саме у цьому і полягає скромна чарівливість успішних брендів. Необхідно правильно обрати канал комунікації та вид дистрибуції, щоб задовольнити чекання відповідного клієнта, сегмента, суспільства. Зарадити в цьому можуть новітні технології з їх гіпершвидкісною здатністю аналізувати та генерувати величезні обсяги інформації [5].

Результати дослідження. Науковою новизною є синтез теоретичних та практичних знань в галузі стратегічного маркетингу та страхування, що відображено в практичних рекомендаціях щодо побудови методик комунікаційної підтримки страхових брендів на ринках різних країн. Визначено перспективні напрями наукових робіт, що в подальшому будуть затребувані для практичного застосування страховими компаніями та державою.

Нами розглянуто головні чинники впливу на напрями розвитку страхування (рис. 2).



Рис. 2 – Напрями впровадження нововведень в страхуванні

Комбіноване використання джерел різних типів адаптувало сучасну методику комунікаційної підтримки страхового бренду до теперішніх умов ринку. Заходи методики можуть застосовуватися для практичного використання в найбільш перспективних каналах дистрибуції. Представлена нами методика є практичною для застосування у заходах з підтримки брендів страхових компаній, з зазначенням ключових моментів в психології новітнього. Вказано особливості сприйняття клієнтами PR заходів та їх чекань.

Висновки. Представлено методику комунікаційної підтримки страхового бренду, що складається з чотирьох блоків: маркетингового, креативного, медіа та психологічного. Зазначені нововведення в кожному з блоків підтримки брендів, відповідно до специфіки та умов діяльності страхових компаній.

Список літератури: 1.Центральна виборча комісія [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.cvk.gov.ua/pls>. 2.Семеняк, І. В. Пріоритети сучасного менеджменту маркетингу : монографія /І. В. Семеняк, В. А. Євтушенко [та ін.] ; під наук. керів. д.е.н., проф. І. В. Семеняк. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна,

2008. – 204 с. 3. *Оспальд Й.* Огляд ринку онлайн-страхування в Європі: потенціал і перспективи розвитку / *Й. Оспальд* // [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://forinsurer.com/public>. 4. Інформаційний портал Маркетинг PRO [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.marketingpro.ru>. 5. *Шаповаленко К. С.* Стратегія брендингу на світовому та українському страхових ринках / *К. С. Шаповаленко* // Всеукраїнська науково-практична конференція студентів, аспірантів і молодих вчених ХНУ імені В. Н. Каразіна «Глобальні та локальні проблеми соціально-економічного розвитку: нові виклики та рішення» (6-7 квітня 2012 р.), С. 250–252. 6. *Андреасян Г.* Выйти на рынок страхования сейчас в два раза дешевле, чем до кризиса / *Г. Андреасян* // [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.investgazeta.net/finansy>. 7. *Щеглова Е.* Страховые перспективы 2012 VS 2020 / *Е. Щеглова* // «Майбутнє. Убезпечення життя». 2012. – № 4. – С. 14–19.

Надійшла до редколегії 11.04.2013

УДК 338.368.07

Методика комунікаційної підтримки бренду/ К. С. Шаповаленко, В. Агаєв// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45 (1018) - С. 115-121. Бібліогр.: 7 назв.

Статья посвящена обоснованию использования методик коммуникационной поддержки брендов в условиях технического прогресса, требующих инновационных подходов к ведению страхового бизнеса. Особенно влияет бурное развитие IT-технологий, что вызывает глубокие социально-экономические преобразования. Страховщики должны научно-обоснованно обновлять методики коммуникационной поддержки собственных брендов. Объектом исследования является теоретическое и практическое положение брендинга на страховом рынке. Предметом исследования является коммуникационная поддержка страховых брендов, с целью повышения эффективности деятельности компаний.

Ключевые слова: технический прогресс, страховые услуги, маркетинговые коммуникации, брендинг.

Article is devoted to the use of methods of communication support brands in terms of technological progress, which requires innovative approaches to insurance business. Particularly affects the rapid development of IT technology, causing profound social and economic transformation. Insurers have science-based update method of communication support their own brands. The object of research is theoretical and practical situation of branding in the insurance market. The subject of research is communication support insurance brands as a means of improving the performance of companies.

Keywords: technical progress, insurance services, marketing communications, branding.

УДК 65.03

И.К. ШАША, д-р техн. наук, профессор, профессор Академии Внутренних войск МВД Украины;

Л.И. ШАША, доцент, доцент НТУ «ХПИ»

РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТЬЮ ТРАНСПОРТНОЙ ПРОДУКЦИИ

Статья посвящена разработке модели управления себестоимостью транспортной продукции, как основного показателя эффективности работы любых транспортных средств. Приводятся расчетные зависимости учета отдельных составляющих затрат при работе транспортных средств в различных дорожных, транспортных и атмосферно-климатических условиях. Предложено рассматривать скорость движения как главный фактор, влияющий на основные и дополнительные показатели себестоимости.

Ключевые слова: транспортная продукция, себестоимость транспортной продукции, транспортные средства.

© И.К. Шаша, Л.И. Шаша, 2013

2008. – 204 с. 3. *Оспальд Й.* Огляд ринку онлайн-страхування в Європі: потенціал і перспективи розвитку / *Й. Оспальд* // [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://forinsurer.com/public>. 4. Інформаційний портал Маркетинг PRO [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.marketingpro.ru>. 5. *Шаповаленко К. С.* Стратегія брендингу на світовому та українському страхових ринках / *К. С. Шаповаленко* // Всеукраїнська науково-практична конференція студентів, аспірантів і молодих вчених ХНУ імені *В. Н. Каразіна* «Глобальні та локальні проблеми соціально-економічного розвитку: нові виклики та рішення» (6-7 квітня 2012 р.), С. 250–252. 6. *Андреасян Г.* Выйти на рынок страхования сейчас в два раза дешевле, чем до кризиса / *Г. Андреасян* // [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.investgazeta.net/finansy>. 7. *Щеглова Е.* Страховые перспективы 2012 VS 2020 / *Е. Щеглова* // «Майбутнє. Убезпечення життя». 2012. – № 4. – С. 14–19.

Надійшла до редколегії 11.04.2013

УДК 338.368.07

Методика комунікаційної підтримки бренду/ К. С. Шаповаленко, В. Агаєв// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45 (1018) - С. 115-121. Бібліогр.: 7 назв.

Статья посвящена обоснованию использования методик коммуникационной поддержки брендов в условиях технического прогресса, требующих инновационных подходов к ведению страхового бизнеса. Особенно влияет бурное развитие IT-технологий, что вызывает глубокие социально-экономические преобразования. Страховщики должны научно-обоснованно обновлять методики коммуникационной поддержки собственных брендов. Объектом исследования является теоретическое и практическое положение брендинга на страховом рынке. Предметом исследования является коммуникационная поддержка страховых брендов, с целью повышения эффективности деятельности компаний.

Ключевые слова: технический прогресс, страховые услуги, маркетинговые коммуникации, брендинг.

Article is devoted to the use of methods of communication support brands in terms of technological progress, which requires innovative approaches to insurance business. Particularly affects the rapid development of IT technology, causing profound social and economic transformation. Insurers have science-based update method of communication support their own brands. The object of research is theoretical and practical situation of branding in the insurance market. The subject of research is communication support insurance brands as a means of improving the performance of companies.

Keywords: technical progress, insurance services, marketing communications, branding.

УДК 65.03

И.К. ШАША, д-р техн. наук, профессор, профессор Академии Внутренних войск МВД Украины;

Л.И. ШАША, доцент, доцент НТУ «ХПИ»

РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТЬЮ ТРАНСПОРТНОЙ ПРОДУКЦИИ

Статья посвящена разработке модели управления себестоимостью транспортной продукции, как основного показателя эффективности работы любых транспортных средств. Приводятся расчетные зависимости учета отдельных составляющих затрат при работе транспортных средств в различных дорожных, транспортных и атмосферно-климатических условиях. Предложено рассматривать скорость движения как главный фактор, влияющий на основные и дополнительные показатели себестоимости.

Ключевые слова: транспортная продукция, себестоимость транспортной продукции, транспортные средства.

© И.К. Шаша, Л.И. Шаша, 2013

Введение. Эффективность работы любых транспортных средств оценивается основными и дополнительными показателями, к которым относятся производительность, себестоимость перевозок, безопасность дорожного движения, расход топлива и экологическая безопасность [1]. Определение себестоимости транспортной продукции в условиях сложившейся экономической ситуации в стране является актуальным вопросом на фоне постоянно растущих цен на топливо и тарифов на обслуживание автомобильной инфраструктуры.

Анализ публикаций. Как видно из ряда публикаций, скорость движения как основной фактор, влияющий на себестоимость транспортной продукции, зависит от условий эксплуатации и динамических качеств автомобиля [2]. В свою очередь скорость движения оказывает решающее влияние на основные и дополнительные показатели эффективности работы [3].

Цель и постановка задачи. Целью данной статьи является разработка модели управления себестоимостью транспортной продукции, основанной на учете отдельные составляющие затрат при работе транспортных средств в различных дорожных, транспортных и атмосферно-климатических условиях.

Решение задачи. Для более глубокого анализа влияния условий эксплуатации на стоимость транспортной работы необходимо уметь достаточно точно рассчитывать и анализировать отдельные составляющие затрат при работе транспортных средств в различных дорожных, транспортных и атмосферно-климатических условиях.

Формулу себестоимости в общем виде можно записать так:

$$C_{\dot{a}} = \left(\tilde{N}_{\dot{\zeta}} + \tilde{N}_{\dot{o}} + \tilde{N}_{\dot{\sigma}} + \tilde{N}_{\dot{i}\dot{o}} + \tilde{N}_{\dot{a}} + \tilde{N}_{\dot{t}} + \tilde{N}_{\dot{a}} + \tilde{N}_{\dot{y}} \right) \text{ грн./т·км,} \quad (1)$$

где $\tilde{N}_{\dot{\zeta}}$ - затраты на заработную плату водителей;

$\tilde{N}_{\dot{o}}$ - затраты на топливо;

$\tilde{N}_{\dot{\sigma}}$ - затраты на шины;

$\tilde{N}_{\dot{i}\dot{o}}$ - затраты на профилактическое обслуживание и ремонт автомобилей;

$\tilde{N}_{\dot{a}}$ - амортизационные отчисления;

$\tilde{N}_{\dot{t}}$ - накладные расходы;

$\tilde{N}_{\dot{a}}$ - дорожная составляющая;

$\tilde{N}_{\dot{y}}$ - экологическая составляющая.

Затраты на заработную плату водителей рассчитываются по единым нормам и расценкам за 1 т груза и 1 т·км, которые учитывают время простоя под погрузкой и разгрузкой и скорость движения автомобиля (часовые нормы пробега).

Сдельные расценки за тонну перевозимого груза (грн./т) и за 1 т·км (грн./т·км) определяются соответственно по формулам:

$$C'_{\dot{\zeta}} = \frac{\dot{O}_i \cdot t_{i\dot{\zeta}}}{q \cdot \gamma} \text{ грн./т,} \quad \tilde{N}''_{\dot{\zeta}} = \frac{\dot{O}_i (60 + t_{i\dot{\zeta}})}{V_a \cdot q \cdot \gamma \cdot \beta} \text{ грн./т·км,} \quad (2)$$

где $\dot{O}_i$ - минутная тарифная ставка водителей 3-го класса автомобиля данной группы на сдельных работах, грн./мин.;

$t_{i\delta}$ - регламентное по прейскуранту время простоя под погрузкой и разгрузкой на одну езду с грузом, час.;

$t_{i\zeta}$ - подготовительно-заключительное время (2,5 мин за 1 час работы);

γ - коэффициент использования грузоподъемности для данного класса груза;

V_a - расчетная норма пробега автомобиля (средняя техническая скорость для соответствующей группы дорог, км/ч); 60 – расчетное время движения, мин.

Норма времени простоя грузового автомобиля грузоподъемностью 6 т при ручном способе погрузки принимается 8,58 мин./т. Время простоя на полную грузоподъемность автомобиля равно 51,5 мин.

Норма времени простоя автомобиля-самосвала при погрузке экскаватором или другой погрузочной машиной для автомобиля грузоподъемностью 6 т составляет примерно 3 мин./т.

Суммарная заработная плата водителей, отнесенная к 1 т·км, определяется по формуле:

$$C_{\zeta} = 1,25 \left(\frac{\tilde{N}'_{\zeta}}{l_{\tilde{a}}} + \tilde{N}''_{\zeta} \right) = \frac{1,25 \cdot T_i}{q \cdot \gamma} \left(\frac{t_{i\delta}}{l_{\tilde{a}}} + \frac{60 + t_{i\zeta}}{V_a \cdot \beta} \right) \text{ грн./т·км,} \quad (3)$$

где 1,25 – коэффициент, учитывающий различные доплаты и начисления;

$l_{\tilde{a}}$ - длина груженой езды, км.

Затраты на автомобильное топливо и смазочные материалы на 1 т·км можно рассчитать по формуле:

$$\tilde{N}_{\delta} = 1,1 \ddot{O}_{\delta} \cdot \hat{E}_t \cdot K_h \left(\frac{H_o}{100 q \cdot \gamma \cdot \beta} + \frac{H_{\tilde{a}}}{100} \right) \text{ грн./т·км,} \quad (4)$$

где $\ddot{O}_{\delta}$ - цена 1 л топлива, грн.;

1,1 – коэффициент, учитывающий затраты на смазочные материалы и внутригаражный расход топлива;

$\hat{E}_t$ и K_h - коэффициенты, учитывающие атмосферно-климатические условия;

H_o - основная норма расхода топлива для порожнего автомобиля, л/100 км;

$H_{\tilde{a}}$ - дополнительная норма, л/100 т·км.

Основная норма H_o определяется по формуле:

$$H_o = \frac{A \cdot i_k + B \cdot i_k^2 + C \cdot G_o \cdot \psi + 0,077 \cdot C \cdot kF \cdot V_a^2}{\eta} \text{ л/100 км,} \quad (5)$$

где А, В, С – постоянные для данного автомобиля коэффициенты.

Эти коэффициенты рассчитываются следующим образом:

$$A = \frac{358 \cdot V_h \cdot i_o}{H_i \cdot \rho_{\delta} \cdot r_k}, \quad B = \frac{9 \cdot V_h \cdot S_{\tilde{i}} \cdot i_o^2}{H_i \cdot \rho_{\delta} \cdot r_k^2}, \quad C = \frac{100}{H_i \cdot \rho_{\delta} \cdot \eta_{\delta\delta}}, \quad (6)$$

где V_h - объем цилиндров двигателя, л;

$S_{\tilde{i}}$ - ход поршня, м;

i_o - передаточное число главной передачи;

H_f - низшая теплотворная способность топлива, кДж/кг;

ρ_O - плотность топлива, г/см³;

r_k - радиус качения колеса, м;

η_{OD} - КПД трансмиссии.

Дополнительная норма рассчитывается по формуле:

$$H_{\ddot{a}} = 10^4 \cdot \tilde{N} \cdot \psi / \eta_i \text{ л/100 т} \cdot \text{км.} \quad (7)$$

Так как на расход топлива оказывают влияние температура окружающего воздуха и давление (высота над уровнем моря), то основную и дополнительную нормы необходимо умножить на коэффициенты $\hat{E}_t$ и K_h , которые определяются по формулам:

$$K_t = \left(1 - 0,05 \cdot 10^{-2} \cdot t\right) \text{ и } K_h = \left(1 + 0,067 \cdot 10^{-3} \cdot h\right), \quad (8)$$

где t – температура окружающего воздуха, °С;

h – высота над уровнем моря, м.

В окончательном виде составляющая себестоимости по расходу топлива запишется так:

$$\tilde{N}_{\ddot{O}} = \frac{0,011 \cdot \ddot{O}_{\ddot{O}} \left(1 - 0,05 \cdot 10^{-2} \cdot t\right) \cdot \left(1 + 0,067 \cdot 10^{-3} \cdot h\right)}{\eta_i} \times \text{грн./т} \cdot \text{км} \quad (9)$$
$$\times \frac{\left(A \cdot i_k + B \cdot i_k^2 + C \cdot G_o \cdot \psi + 0,077 \cdot C \cdot kF \cdot V_a^2\right)}{q \cdot \gamma \cdot \beta} + 10^4 \cdot C \cdot \psi$$

Затраты на восстановление и ремонт шин определяются по формуле:

$$\tilde{N}_{\emptyset} = 0,92 \cdot 10^2 \frac{\ddot{O}_{\emptyset} \cdot n_{\emptyset}}{l_{\emptyset} \cdot q \cdot \gamma \cdot \beta} \text{ грн./т} \cdot \text{км}, \quad (10)$$

где $\tilde{N}_{\emptyset}$ - цена одной шины, грн.;

$n_{\emptyset}$ - число однотипных комплектов шин (без учета запасных);

$l_{\emptyset}$ - пробег шин в данных дорожных условиях, км.;

0,92 – коэффициент, учитывающий увеличение пробега шин после ремонта на 25% и затраты на ремонт шин, составляющие около 15% стоимости новых шин.

На пробег шин оказывают влияние дорожные и транспортные условия, скорость движения, нагрузка, температура и давление воздуха, мастерство водителя и другие факторы. Величину пробега шин можно определить из общей формулы, учитывающей расход топлива:

$$l_{\emptyset} \cdot \dot{I}_{\ddot{O}} = \Omega_{\emptyset} = 100 \cdot Q_c \text{ л}, \quad (11)$$

где $\Omega_{\emptyset}$ - постоянная для данной шины величина, пропорциональная суммарному расходу топлива Q_c в л.;

$\dot{I}_{\ddot{O}}$ - расход топлива в л/100 км.

Составляющая себестоимости с учетом последней формулы запишется так:

$$\tilde{N}_{\emptyset} = \frac{0,92 \cdot 10^2 \ddot{O}_{\emptyset} \cdot n_{\emptyset} \cdot \dot{I}_{\emptyset}}{q \cdot \gamma \cdot \beta \cdot \Omega_{\emptyset}} \text{ грн./т} \cdot \text{км} \quad (12)$$

Из последней зависимости следует, что затраты на шины будут возрастать пропорционально увеличению расхода топлива.

Затраты на техническое обслуживание и ремонт автомобилей определяются по формуле:

$$C_{i\ddot{a}} = \frac{100}{q \cdot \gamma \cdot \beta} \left(\frac{C_{\hat{A}\hat{I}}}{l_{cc}} + \frac{(N_{\hat{O}\hat{I}-1} \cdot \tilde{N}_{\hat{O}\hat{I}-1} + N_{\hat{O}\hat{I}-2} \cdot \tilde{N}_{\hat{O}\hat{I}-2}) \hat{E}_{\ddot{a}}}{L_{\ddot{a}}} + \frac{\tilde{N}_{\hat{O}\hat{D}} \cdot \hat{E}_{\ddot{a}}}{10^3} \right) \text{ грн./т} \cdot \text{км}, \quad (13)$$

где $N_{\hat{O}\hat{I}-1}$, $N_{\hat{O}\hat{I}-2}$ - количество ТО-1 и ТО-2, выполняемых в течение одного года;

$C_{\hat{A}\hat{I}}$, $\tilde{N}_{\hat{O}\hat{I}-1}$, $\tilde{N}_{\hat{O}\hat{I}-2}$ - соответственно стоимость одного ЕО, ТО-1 и ТО-2, грн.;

l_{cc} , $L_{\ddot{a}}$ - соответственно среднесуточный пробег и пробег за год, км.;

$\tilde{N}_{\hat{O}\hat{D}}$ - себестоимость текущего ремонта на 1000 км пробега, грн.;

$\hat{E}_{\ddot{a}}$ - коэффициент, учитывающий влияние дорожных условий.

Коэффициент $\hat{E}_{\ddot{a}}$ определяется делением расхода топлива $H_{n\ddot{a}\ddot{d}}$ в данных дорожных условиях на расход топлива $H_{1\ddot{a}\ddot{d}}$ на дороге 1-й группы.

Например, для автомобиля ЗИЛ-431410 с грузом:

$$\hat{E}_{\ddot{a}} = \frac{H_{n\ddot{a}\ddot{d}}}{\dot{I}_{1\ddot{a}\ddot{d}}} = \frac{\left(\frac{1461}{V_{n\ddot{a}\ddot{d}}} + 0,0021 \cdot V_{n\ddot{a}\ddot{d}}^2 \right)}{\left(\frac{1461}{54} + 0,0021 \cdot 54^2 \right)} \approx \left(\frac{44}{V_{n\ddot{a}\ddot{d}}} + 6,3 \cdot 10^{-5} \cdot V_{n\ddot{a}\ddot{d}}^2 \right) \quad (14)$$

Например, при $v_a = 54$ км/ч (1-я группа) $\hat{E}_{\ddot{a}} = 1$, при $v_a = 25$ км/ч (5-я группа) $\hat{E}_{\ddot{a}} = 1,8$.

Нормы амортизационных отчислений установлены отдельно на полное восстановление автомобиля (реновацию) и на капитальный ремонт. Расчетный пробег до полной амортизации для автомобилей грузоподъемностью более 2 т принят 300 тыс. км. Для автомобилей грузоподъемностью более 2 т норма отчислений на полное восстановление установлена 0,3% от стоимости автомобиля на 1000 км и 0,2% на капитальный ремонт от стоимости автомобиля на 1000 км пробега. С учетом установленных норм амортизационных отчислений затраты для одного автомобиля за год можно определить по формуле;

$$C_a = 10^{-2} \cdot C_f \left(\dot{I}_{\hat{A}} + 10^{-3} \dot{I}_{\hat{E}\hat{D}} \cdot L_{\hat{A}} \right) \cdot \hat{E}_{\ddot{A}} \text{ грн.}, \quad (15)$$

где C_f - цена нового автомобиля в грн.;

$\dot{I}_{\hat{A}}$ и $\dot{I}_{\hat{E}\hat{D}}$ - нормы амортизационных отчислений, % на 1000 км.;

$L_{\hat{A}}$ - годовой пробег автомобиля в км.;

$\hat{E}_{\ddot{A}}$ - коэффициент, учитывающий дорожные условия.

Накладные расходы, не зависящие от пробега автомобиля, имеют значительный удельный вес в себестоимости перевозок. Они должны рассчитываться с учетом условий работы автомобилей, режима эксплуатации и оснащенности материально-технической базы. С увеличением размеров автотранспортного предприятия накладные расходы, отнесенные к одному автомобилю, снижаются. С увеличением

грузоподъемности автомобиля увеличиваются его габариты и занимаемая им площадь. Это ведет к увеличению затрат на ремонт и содержание зданий, отопление электроэнергию и т.д. Все это вызывает значительное увеличение суммы накладных расходов, которые можно рассчитать по формуле:

$$C_H = K_H \frac{l_a \cdot b_a}{V_a \cdot q \cdot \gamma \cdot \beta} \text{ грн./т·км,} \quad (16)$$

где K_H - эмпирический коэффициент для различных автомобилей за 1 час (0,6...1,7 грн/м²);

l_a и b_a - соответственно габаритная длина и ширина автомобиля, автопоезда, м.

В ряде случаев учитывается дорожная составляющая себестоимости, величина которой определяется степенью износа дорожного покрытия. Износ и срок службы дорог зависит от веса, скорости движения, габаритов, тормозных качеств и других конструктивных особенностей подвижного состава. Наибольшее влияние на износ дорожного покрытия оказывает осевая нагрузка. Дорожную составляющую эксплуатационных расходов можно определить по формуле:

$$\tilde{N}_{\ddot{A}} = \frac{100 \cdot \tilde{N}_{\ddot{n}} \cdot \omega_{\ddot{a}}}{365 \cdot N_c \cdot q \cdot \gamma \cdot \beta} \text{ грн./т·км,} \quad (17)$$

где $\tilde{N}_{\ddot{n}}$ - затраты на строительство и содержание 1 км дороги за один год, грн.;

$\omega_{\ddot{a}}$ - коэффициент, учитывающий воздействие автомобиля на дорогу;

N_c - среднесуточное количество автомобилей, проходящих по дороге в одном направлении.

Ежегодные затраты на 1 км дороги определяются по формуле:

$$C_{cc} = \left(\ddot{O}_{\ddot{A}} / m_{\ddot{A}} + \tilde{N}_{\ddot{e}\ddot{o}\ddot{a}} + \tilde{N}_{\ddot{o}\ddot{o}\ddot{a}} \right) \text{ грн./год,} \quad (18)$$

где $\ddot{O}_{\ddot{A}}$ - стоимость строительства одного километра дороги, грн.;

$m_{\ddot{A}}$ - срок службы дороги в годах;

$\tilde{N}_{\ddot{e}\ddot{o}\ddot{a}}$ - затраты на капитальный ремонт дороги в год, грн.;

$\tilde{N}_{\ddot{o}\ddot{o}\ddot{a}}$ - затраты на содержание, средний и текущий ремонт 1 км дороги в год, грн.

При расчете себестоимости перевозок экологические затраты определяются по формуле;

$$\tilde{N}_{\dot{y}} = 10^{-3} \cdot \rho_{\dot{O}} \cdot K_t \cdot K_h \left(\frac{H_o}{q \cdot \gamma \cdot \beta} + H_{\ddot{A}} \right) \dot{I}_{\dot{y}} \cdot \hat{E}_{\dot{y}1} \cdot \hat{E}_{\dot{y}2} \text{ грн./т·км,} \quad (19)$$

где $\rho_{\dot{O}}$ - плотность топлива, г/см³;

K_t, K_h - коэффициенты, учитывающие атмосферно-климатические условия;

$\dot{I}_{\dot{y}}$ - норма сбора в грн./т за данный вид топлива;

$\hat{E}_{\dot{y}1}, \hat{E}_{\dot{y}2}$ - коэффициенты корректировки.

С помощью анализа приведенных выше формул расчета составляющих себестоимости транспортной работы, учитывая основные конструктивные и эксплуатационные характеристики автомобилей а также действующие на данный

момент цены и тарифы, можно определять оптимальные режимы эксплуатации при различных условиях работы автомобилей.

При средних условиях эксплуатации ($V_a=40$ км/ч) можно считать, что затраты на зарплату водителей составляют 9,6 %, на топливо – 62,4 %, на шины – 3 %, на профилактическое обслуживание и ремонт – 4 %, на амортизационные отчисления – 20 % и на общехозяйственные (накладные) расходы – 1 %.

Выводы. Из приведенного выше материала можно сделать вывод, что себестоимость перевозок можно определять по расходу топлива в л/100 км. Это объясняется тем, что основным параметром, влияющим на себестоимость перевозок и расход топлива является средняя техническая скорость, которая зависит от типа и состояния покрытия дороги, продольного профиля, плотности и интенсивности движения подвижного состава и других факторов.

Используя полученные в ряде проведенных ранее исследований зависимости изменения отдельных составляющих себестоимости от скорости движения [1] получим в общем виде формулу для вычисления себестоимости по расходу топлива:

$$C_d \approx 1,93 \left[A \cdot i_k + B \cdot i_k^2 \cdot V_a + C \left(G_a \cdot \psi + 0,077 k_F \cdot V_a^2 \right) \right] \text{ грн./т·км} \quad (20)$$

Список литературы: 1. Говорущенко Н.Я., Туренко А.Н. Системотехника проектирования транспортных машин. Учебное пособие. – Изд. 3-е, испр. и доп. Х.: ХНАДУ, 2004. – 208 с. 2. Шаши І.К., Топчий Р.І. Удосконалення методики розрахунку впливу дорожніх умов на рівень безпеки дорожнього руху в Україні. Вісник Севастопольського національного технічного університету: Збірник наукових праць. Випуск 121/2011. Серія: Машинобудування та транспорт. – Севастополь, 2011. С. 30-33. 3. Шаши І.К., Шаши Л.І. Оценка эффективности введение диагностирования в процесс проведения государственного технического осмотра транспортных машин // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля – 2010 - № 6 (148). – С. 15 - 20.

Поступила в редколлегию 26.02.2013

УДК 65.03

Разработка модели управления себестоимостью транспортной продукции/ И.К. Шаша, Л.И. Шаша// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45 (1018) - С. 121-127. Бібліогр.: 7 назв.

Статтю присвячено розробці моделі управління собівартістю транспортної продукції, як основного показника ефективності роботи транспортних засобів. Наведено розрахункові залежності урахування окремих складових витрат при роботі транспортних засобів в різних дорожніх, транспортних та атмосферно-кліматичних умовах. Пропонується розглядати швидкість руху як головний фактор, що впливає на основні та додаткові показники собівартості.

Ключові слова: транспортна продукція, собівартість транспортної продукції, транспортні засоби.

Paper develops a model of management cost transport of products as the main indicator of performance vehicles. Calculations taking into account the dependence of the individual cost components when working vehicles in various road, traffic and atmospheric-climatic conditions. Proposed to consider speed as the main factor affecting the primary and secondary indicators of cost

Keywords: transport products, the cost of transportation products, vehicles.

Т.П.ШЕВЧЕНКО, аспірант, Харківський національний університет імені
В.Н.Каразіна

СУБ'ЄКТИ, ОБ'ЄКТИ ТА ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

З кожним роком збільшується кількість підприємств, що прагнуть будувати свою діяльність на засадах корпоративної соціальної відповідальності. Разом з тим, ця сфера діяльності є не має достатньої кількості досвіду серед вітчизняного бізнесу.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, стейкхолдери, держава, підприємство.

Вступ. Бурхливий економічний розвиток та поява гострих соціальних проблем обумовила необхідність залучення бізнесу до вирішення цих проблем. Об'єднання представників бізнесу, суспільства та влади призвело до появи корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), яка є рушійною силою у формуванні етичної поведінки бізнесу.

Процеси глобалізації, що відбуваються в світі призвели до активного залучення представників вітчизняного бізнесу до міжнародної співпраці, в тому числі до інтенсифікації зовнішньої торгівлі. Виходячи на зовнішні ринки, підприємство стикається з високим рівнем конкуренції та необхідністю створення додаткових конкурентних переваг.

Однією з таких переваг може стати формування своєї діяльності на засадах КСВ.

Аналіз достатніх досліджень та літератури. Теоретичний аспект проблемної сутності КСВ та її значення для продуктивної роботи підприємств сформовано з врахуванням ідей, що викладені у роботах визнаних зарубіжних авторів [С.Ааронсон, С.Адамс, Р.Агилера, М.Барнетт, Р.Беннетт, Т.Бредгард, Д.Вуд, П.Друкер, М.Кларксон, Б.Корнелл, А.Керролл, А.МакУільямс, Дж.Мун, П.Родригез, Р.Саломон, Д.Сигель, С.Уільямс, П.Уочман, С.Уеддок, Р.Уелфорд, М.Форстер, М.Фрідман, Р.Фріман, К.Фукукава, С. Хедберг, А.Шапіро та ін.]. Серед вітчизняних авторів слід підкреслити вклад В. Воробей, С. Ілляшенко, С. Князь, О. Кузьмін, М. Стародубська, Ю. Благоев, А. Деревянченко, С. Литовченко, В. Євтушенко та інші. Особливо слід підкреслити актуальність даного дослідження для України, де склалися досить непрості взаємини бізнесу і суспільства, де існує сильна диференціація доходів населення, що може привести до соціальної нестабільності. Для досягнення високих результатів в довгостроковому періоді українські економісти повинні звернути пильну увагу на формування сприятливого бізнесу-середовища, яке б сприяло економічному зростанню і плідним партнерським взаєминам бізнесу, суспільства і держави, побудованим на принципах соціальної відповідальності перед громадянами.

© Т.П.Шевченко, 2013

Мета статті. Метою даної статті є дослідження відмінностей та особливостей КСВ у зовнішньоекономічній діяльності, а також визначення суб'єктів та об'єктів КСВ у зовнішньоекономічній діяльності.

Постановка проблеми. Розвиток КСВ має велике значення для діяльності будь-якого підприємства. Впровадження принципів КСВ в стратегію компанії дає їй велику кількість конкурентних переваг. Разом з тим досить маловивченим залишається питання реалізації КСВ у зовнішньоекономічній діяльності. На даний момент реалізацію таких технологій здійснюють лише транснаціональні компанії, хоча малий та середній бізнес могли б переймати подібний досвід.

Матеріали досліджень. В умовах трансформації вітчизняної економіки, розвитку процесів інтеграції України у міжнародну економічну спільноту, реорганізації відносин між державою та приватним бізнесом, першочергову важливість набувають моделі розвитку підприємства, що забезпечують конкурентоздатність та знижують ризики, пов'язані з невизначеністю економічного середовища.

Згідно із Законом України [1] суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, а отже і суб'єктами корпоративної соціальної відповідальності у зовнішньоекономічній діяльності є:

- фізичні особи - громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, які мають цивільну правоздатність і дієздатність згідно з законами України і постійно проживають на території України;

- юридичні особи, зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України (підприємства, організації та об'єднання всіх видів, включаючи акціонерні та інші види господарських товариств, асоціації, спілки, концерни, консорціуми, орговельні доми, посередницькі та консультаційні фірми, кооперативи, кредитно-фінансові установи, міжнародні об'єднання, організації та інші), в тому числі юридичні особи, майно та/або капітал яких є повністю у власності іноземних суб'єктів господарської діяльності;

- об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, які не є юридичними особами згідно з законами України, але які мають постійне місцезнаходження на території України і яким цивільно-правовими законами України не заборонено здійснювати господарську діяльність;

- структурні одиниці іноземних суб'єктів господарської діяльності, які не є юридичними особами згідно з законами України (філії, відділення, тощо), але мають постійне місцезнаходження на території України;

- спільні підприємства за участю суб'єктів господарської діяльності України а іноземних суб'єктів господарської діяльності, зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України;

- інші суб'єкти господарської діяльності, передбачені законами України;

- Україна в особі її органів, місцеві органи влади і управління в особі створених ними зовнішньоекономічних організацій, які беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності, а також інші держави, які беруть участь у господарській діяльності на території України, діють як юридичні особи.

Об'єкт КСВ у зовнішньоекономічній діяльності є досить багатостороннім, оскільки підприємство несе відповідальність перед багатьма стейкхолдерами (див.рис.1).

Отже, об'єктом КСВ у зовнішньоекономічній діяльності є всі його стейкхолдери, перед яким він несе відповідальність.

Взаємодія суб'єктів КСВ по відношенню до її об'єктів повинно базуватися на певній сукупності принципів, які виражають сутність цього поняття [2].

Такі принципи виражають природу поняття КСВ та характеризують його сутність. До них відносяться:

- відкритість - має на увазі надання широкому загалу доступу до інформації, що стосується безпосередньо діяльності компанії, прийнятих нею рішень тощо;
- системність – означає постійний характер здійснюваних заходів у сфері КСВ;
- значимість – говорить про масштабність та актуальність проектів та програм у сфері КСВ, які реалізує компанія;
- недопущення конфліктів – тобто дотримання компанією субординації та лояльності по відношенню до певних груп (релігійні, музикальні, політичні тощо);
- достовірність – означає правдивість даних та звітів щодо реалізації КСВ.

Разом з тим, реалізація КСВ у зовнішньоекономічній діяльності має певні особливості. Безумовно, мета будь-якої комерційної компанії це отримання прибутку. Проте підприємство функціонує в соціальному середовищі, а значить не може відокремитися від соціальних проблем та допомоги у їх вирішенні. В такій ситуації особливої важливості набуває питання – як компанія отримує прибуток:

- чи порушується інтереси будь-яких стейкхолдерів при отриманні компанією прибутків;
- чи не наносять її рішення та щоденна діяльність шкоди навколишньому середовищу та різним групам населення;
- наскільки прозоро, чесно і підзвітно поводить ся компанія [3].

На ці ж питання компанія має відповідати при виході на зовнішні ринки.

Результати досліджень. Відсутність у сучасній Україні укорінених традицій соціально відповідального підприємництва і, як наслідок, сформованої ідеології соціальної поведінки для бізнесу в цілому, призводить до недостатнього розуміння необхідності впровадження технологій КСВ у зовнішньоекономічну діяльність. До того ж відсутня з боку держави законодавчо встановлені рамки, що регулюють соціальну діяльність, а також відсутні чіткі процедури, якими можна керуватися при виборі напрямків соціальної активності.

В якості вирішення проблеми можна запропонувати розробку та прийняття чіткої законодавчої бази, яка б регулювала дану сферу. До того ж, докладання зусиль держави до приведення всіх підприємств до базового рівня соціальної відповідальності, (а саме, сплата податків, виплата заробітної плати та інше) стало б першим кроком на шляху до побудови соціально-відповідального суспільства та бізнесу.



Рис. – Групи стейкхолдерів компанії, яка займається зовнішньоекономічною діяльністю

В ході дослідження встановлені суб'єкти та об'єкти КСВ у зовнішньоекономічній діяльності. Сформовано головні принципи КСВ на зовнішніх ринках.

Суб'єкти КСВ у зовнішньоекономічній діяльності визначені законом України. В той час, як об'єктами КСВ є стейкхолдери компанії, тобто ті зацікавлені групи, на яких спрямована діяльність.

Висновки. На сьогоднішній день українське законодавство не окреслює сферу відносин, де може існувати корпоративне управління, проте певні розробки у сфері принципів корпоративного управління на національному рівні вже існують. Відтак більш глибоке дослідження світового досвіду в цьому питанні має стати наступним етапом розробки національного кодексу принципів корпоративного управління з перспективою запровадження його в дію на рівні окремих корпоративних суб'єктів.

Спостерігається небажання сприймати корпоративну соціальну відповідальність бізнесу через стереотипи: компанії не платять податки, компанії виробляють неякісну продукцію тощо. Але в цьому разі саме і зростає роль держави як контролюючого та регулюючого органу — компанія, як і кожна інша організація, має робити все в рамках закону: платити податки, випускати якісну продукцію. Сьогодні бізнес

розуміє: за умов глобалізації та відкритих ринків гарна репутація коштує більше, ніж несвоєчасна сплата податків.

Малий та середній бізнес на сьогодні не дуже активно застосовує принципи КСВ, більшість з таких бізнес-структур не володіють системним розумінням поняття КСВ, хоча можуть реалізовувати окремі благодійні програми, надавати адресну допомогу.

Список літератури: 1. Про зовнішньоекономічну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 16 листопада 2006 р. № 360-V // Верховна Рада України. Законодавство України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=360-16>. 2. Никитина Л. М. Основные содержательные характеристики системы корпоративной социальной ответственности / Л. М. Никитина // Вестник ВГУ. Серия : Экономика и управление. – 2010. - №1. – С. 78 – 86. 3. Саприкіна М. А. Корпоративна соціальна відповідальність : моделі та управлінська практика : підручник / М. А. Саприкіна та ін. – К. : ТОВ «Фарбований лист», 2011. – 480 с.

Надійшла до редколегії 22.03.2013

УДК 65.01

Суб'єкти, об'єкти та особливості корпоративної соціальної відповідальності у зовнішньоекономічній діяльності/ Т.П.Шевченко// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45 (1018) - С. 128-132. Бібліогр.: 7 назв.

С каждым годом увеличивается количество предприятий, которые стремятся строить свою деятельность на принципах корпоративной социальной ответственности. Вместе с тем, эта сфера деятельности не имеет достаточного количества опыта среди отечественного бизнеса.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, стейкхолдеры, государство, предприятие.

Every year the number of enterprises, which aim to build its activity on the principles of corporate social responsibility. However, this sphere of activity does not have sufficient experience among domestic business.

Key words: corporate social responsibility, stakeholders, state, enterprise.

УДК: 332.132: 316.32

Н.І.СКЛЯРУК, канд. екон. наук, доцент, ХНАМГ, Харків

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МАЛИХ МІСТ УКРАЇНИ

Досліджено напрями державного регулювання розвитку малих міст. Визначено пріоритети та інструменти державної підтримки малих міст.

Ключові слова: мале місто, міська економіка, регулювання міського розвитку.

Вступ. Сучасний стан міст України характеризується значними відмінностями в рівнях їх соціально-економічного розвитку. Спостерігається надмірна концентрація населення й виробництва у великих містах, стагнація більшості малих міст. Це наслідок неефективного впливу держави в регіональну політику протягом тривалого періоду, що призвело до значних територіальних диспропорцій економічного

© Н.І.Склярчук, 2013

розуміє: за умов глобалізації та відкритих ринків гарна репутація коштує більше, ніж несвоєчасна сплата податків.

Малий та середній бізнес на сьогодні не дуже активно застосовує принципи КСВ, більшість з таких бізнес-структур не володіють системним розумінням поняття КСВ, хоча можуть реалізовувати окремі благодійні програми, надавати адресну допомогу.

Список літератури: 1. Про зовнішньоекономічну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 16 листопада 2006 р. № 360-V // Верховна Рада України. Законодавство України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=360-16>. 2. Никитина Л. М. Основные содержательные характеристики системы корпоративной социальной ответственности / Л. М. Никитина // Вестник ВГУ. Серия : Экономика и управление. – 2010. - №1. – С. 78 – 86. 3. Саприкіна М. А. Корпоративна соціальна відповідальність : моделі та управлінська практика : підручник / М. А. Саприкіна та ін. – К. : ТОВ «Фарбований лист», 2011. – 480 с.

Надійшла до редколегії 22.03.2013

УДК 65.01

Суб'єкти, об'єкти та особливості корпоративної соціальної відповідальності у зовнішньоекономічній діяльності/ Т.П.Шевченко// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45 (1018) - С. 128-132. Бібліогр.: 7 назв.

С каждым годом увеличивается количество предприятий, которые стремятся строить свою деятельность на принципах корпоративной социальной ответственности. Вместе с тем, эта сфера деятельности не имеет достаточного количества опыта среди отечественного бизнеса.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, стейкхолдеры, государство, предприятие.

Every year the number of enterprises, which aim to build its activity on the principles of corporate social responsibility. However, this sphere of activity does not have sufficient experience among domestic business.

Key words: corporate social responsibility, stakeholders, state, enterprise.

УДК: 332.132: 316.32

Н.І.СКЛЯРУК, канд. екон. наук, доцент, ХНАМГ, Харків

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МАЛИХ МІСТ УКРАЇНИ

Досліджено напрями державного регулювання розвитку малих міст. Визначено пріоритети та інструменти державної підтримки малих міст.

Ключові слова: мале місто, міська економіка, регулювання міського розвитку.

Вступ. Сучасний стан міст України характеризується значними відмінностями в рівнях їх соціально-економічного розвитку. Спостерігається надмірна концентрація населення й виробництва у великих містах, стагнація більшості малих міст. Це наслідок неефективного впливу держави в регіональну політику протягом тривалого періоду, що призвело до значних територіальних диспропорцій економічного

© Н.І.Склярчук, 2013

розвитку країни, суттєвих недоліків у територіальній організації суспільства, в системі поселень.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Проблема ефективного функціонування та розвитку малих міст є актуальною для України. Пошуку ефективних форм державного управління розвитком міст присвячені роботи О. Бойко-Бойчука [1], В.Воротіна [2,3], О.Карлової [4], В.Родченко [5] та інших науковців. Водночас, активна розробка даної проблематики і наукова невирішеність завдань, свідчать про те, що напрям дослідження ефективного соціально-економічного розвитку і збалансованого функціонування малих міст вимагає вирішення.

Метою статті є дослідження соціально-економічних проблем малих міст України та визначення напрямів удосконалення державної політики щодо підтримки їх розвитку.

Постановка проблеми. Незважаючи на існування в Україні державної програми підтримки соціально-економічного розвитку малих міст, вітчизняна державна політика їх розвитку є недосконалою, зокрема, через обмежене фінансування, неналежну нормативно-методичну підтримку, врахування специфіки малих міст, стану та особливостей розвитку їх економіки, ресурсного потенціалу та ін. У сукупності з системними перешкодами соціально-економічного розвитку малих міст, все це призвело до загострення соціально-трудових відносин, посилення безробіття, розвитку корупції та тіньової економіки. Тому пошук практичних механізмів подолання кризових явищ у забезпеченні життєдіяльності малих міст, вироблення дієвих механізмів антикризового регулювання їх розвитку є важливою складовою стабілізації стану не тільки досліджуваної категорії поселень, а і України в цілому.

Матеріали досліджень. До специфіки розвитку малих міст України, насамперед, треба віднести їх обмежені економічні, фінансові та інвестиційні можливості порівняно з великими та середніми містами. Слаборозвинена міська економіка, низька технологічна культура, значний фізичний та моральний знос основних виробничих фондів, слабка конкурентоздатність продукції, яка випускається, уповільнене перетворення в аграрному секторі економіки, що руйнують сировинну базу переробних підприємств, визначили вразливість економічної бази малих міст.

Недостатній розвиток системи життєзабезпечення, безумовно, знижує можливість участі малих міст у територіальному розподілі праці, робить їх непривабливими для інвесторів. Кризові явища в економіці призвели до значного падіння життєвого рівня населення малих міст, виникнення істотних розбіжностей у життєзабезпеченні населення, більшість якого має доходи, нижче межі нормального рівня існування. Наслідками цього є значне розшарування населення за рівнем отриманих доходів, стрімке зростання незахищеності верств населення, зростання соціального напруження. Отже, недостатнє врахування специфіки малих міст під час реформування економіки поставило більшість таких міст перед проблемою виживання.

Гострота соціально-економічних проблем зініціювала прийняття в 2004 році Закону України „Про затвердження Загальнодержавної програми розвитку малих міст” [7], яким визначена державна політика підтримки їх розвитку. Вона була розрахована на 2004-2010 роки та містила 15 завдань, що носили досить

загальний характер й 48 заходів з їх реалізації. Найбільшим недоліком програми було те, що основні завдання центральних та місцевих органів виконавчої влади щодо реалізації Загальнодержавної програми розвитку малих міст носили загальнодержавний характер і не мали цільової орієнтації на малі міста. Програма не мала чіткого визначення пріоритетності проблем. Напрями та завдання Програми мали здебільшого декларативний характер та дублювали положення інших чинних державних цільових програм. Зокрема це стосується питань зайнятості населення, забезпечення комп'ютеризації шкіл, реформування малих міст центрів вугледобування або підтримки гірських населених пунктів і т.п. Отже, державна політика у 2004-2010 рр., не мала реального наповнення соціально-економічного розвитку малих міст та, за умови відсутності державного фінансування, практично не впливала на їх розвиток.

В 2009 році малі міста потребують нової державної програми підтримки і на її основі – фінансової допомоги. Зокрема, 2 квітня 2009 року Урядом прийнято Постанову №288 «Про моніторинг соціально-економічного розвитку малих міст і селищ». Також дано доручення Міністерствам, центральним та місцевим органам влади, виконавчим органам міських рад надати пропозиції до нової Програми. З огляду на обжену можливість державного бюджету України, існуючі державні цільові програми вимагали суттєвих змін. Доцільність розробки та реалізації подібної державної програми визначається наступними чинниками:

- існування проблеми, розв'язання якої неможливе засобами територіального чи галузевого управління та потребує державної підтримки, координації діяльності центральних і місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування;

- відповідність мети програми пріоритетним напрямам державної політики;
- необхідність забезпечення міжгалузевих і міжрегіональних зв'язків технологічно пов'язаних галузей та виробництв;

- наявність реальної можливості ресурсного забезпечення виконання програми.

У зв'язку з цим, при розробці наступної державної програми підтримки соціально-економічного розвитку малих міст, потрібно чітко визначити специфічні проблеми, що притаманні саме малим містам, розв'язання яких потребує державного втручання. Ці проблеми не повинні бути загальними чи ідентичними для інших типів поселень, інакше втрачається сенс розробки окремої цільової програми.

Така державна цільова програма підтримки соціально-економічного розвитку малих міст на 2011-2015 роки була розроблена та затверджена 29.11.2010 р. Постановою Кабінету Міністрів України № 1090 [6]. Вирішення кризових проблем соціально-економічного розвитку малих міст в цій програмі передбачалося вести за двома напрямками: шляхом удосконалення нормативно-правової бази та запровадження ефективного механізму надання державної фінансової підтримки і реалізації інвестиційних проектів.

На відміну від Загальнодержавної програми цим документом передбачено обсяги та джерела фінансування, з розподілом за відповідними джерелами, а саме – за рахунок державного та місцевих бюджетів. При цьому, обов'язок формування переліків об'єктів, що будуть фінансуватися, покладено на органи місцевого самоврядування малих міст.

В програмі також визначені напрями, за якими здійснюється державна фінансова підтримка розвитку малих міст:

- розроблення містобудівної та землепорядної документації;
- реалізація інвестиційних проектів у сфері житлово-комунального господарства, зокрема впровадження енергозберігаючих технологій у сфері тепло- та водопостачання;
- забезпечення сучасною технікою для вивозу твердих побутових відходів;
- будівництво та реконструкція автомобільних доріг;
- впровадження енергозберігаючих технологій вуличного освітлення.

Розробники документу зазначають, що всі заходи в межах Програми повинні бути синхронізовані з етапами впровадження реформ місцевого самоврядування, бюджетної, податкової, земельної, житлово-комунального господарства. А тому розв'язання вирішення накопичених проблем планується у різних сферах шляхом: удосконалення територіального управління, вдосконалення законодавства про місцеві вибори, забезпечення громадян доступним житлом, першочерговий вклад коштів у житлобудівне господарство, запровадження механізмів розвитку депресивних міст, формування фінансової самодостатності малих міст, сприяння транскордонному співробітництву та інвестиційній діяльності, реформування житлово-комунального господарства, створення ринкової інфраструктури.

Треба зауважити, що затвердження головних програмних документів [6,8] та визначення пріоритетних напрямів державної фінансової підтримки малих міст ще не дає гарантії стабільного фінансування розвитку таких міст. Так, жодного разу попередня Програма не фінансувалася з державного бюджету за окремою бюджетною програмою.

Закон «Про державний бюджет України на 2012 рік», на жаль, не припинив існуючу практику та не передбачив належної державної фінансової підтримки розвитку територій. При наявності різноманітних державних програм розвитку регіонів фактично з державного бюджету відбувалося фінансування лише невеликої їх кількості і в незначних, у порівнянні із потребою, обсягах. Так, в 2012 році дефіцит ресурсів на фінансування державних цільових програм у сфері житлово-комунального господарства склав більше 11 млрд. грн. Котрий рік поспіль не передбачено фінансування Державної цільової програми підтримки соціально-економічного розвитку малих міст на 2011-2015 роки.

Прийняття 12 січня 2012 року Закону «Про внесення змін до Бюджетного кодексу України та деяких інших законодавчих актів України», яким передбачено створення Державного фонду регіонального розвитку, повинно було забезпечити джерела фінансування програм розвитку малих міст. Законом передбачено, що цей фонд створюється у складі Державного бюджету України та становить не менше 2,5 відсотка обсягу видатків загального фонду Державного бюджету за відповідний період. Кошти цього Фонду розподіляються так: 70% - між республіканським бюджетом Автономної Республіки Крим, обласними бюджетами та бюджетом міста Севастополя відповідно до чисельності населення, що проживає у відповідному регіоні; 30% - між місцевими бюджетами на виконання пріоритетних інвестиційних проектів, що сприяють розв'язанню проблем окремих адміністративно-територіальних одиниць з урахуванням рівня їх соціально-економічного розвитку.

Кошти державного фонду регіонального розвитку мають спрямовуватися на виконання чотирьох пріоритетів, а саме: державних цільових програм та інвестиційних програм (проектів) у частині виконання заходів регіонального розвитку; угод щодо регіонального розвитку та програм подолання депресивності територій; державних програм розвитку транскордонної співпраці; а також програм і заходів соціально-економічного розвитку регіонів, включаючи програми та заходи стосовно розвитку окремих адміністративно-територіальних одиниць (зокрема малих міст, гірських населених пунктів, населених пунктів зон спостереження тощо).

Але створення фонду регіонального розвитку поки що суттєво не вплинуло на соціально-економічний розвиток малих міст. Аналізуючи перелік об'єктів і заходів, що фінансувалися у 2012 році за рахунок коштів державного фонду регіонального розвитку [9], слід зазначити, що вони неспроможні надати імпульс для розвитку малих міст. Так, для Харківської області з державного фонду регіонального розвитку передбачалось 69046 тис. грн., з них лише 13354,2 тис. грн, що складає 19,34% загальної суми, на фінансування об'єктів соціальної інфраструктури малих міст, а саме: реконструкції міських лікарень у Балаклії, Богодухові та Дергачах на суму 3510 тис.грн.; будинку культури у м.Барвінково – 870 тис.грн.; дошкільного дитячого навчального закладу у м. Вовчанську – 1323,64; реконструкції насосної станції у м. Богодухові – 330,04 тис. грн.; будівництво свердловини на центральному водозаборі в м. Барвінкове – 2375,74 тис. грн.; реконструкція котельні у м. Куп'янськ – 1094 тис. грн., будівництво фізкультурно-оздоровчого комплексу в м. Вовчанську – 2910,79 тис.грн.; будівництво спортивного майданчику із синтетичним покриттям у м. Барвінкове – 490 тис.грн.; будівництво вуличних тренажерних майданчиків у містах Балаклея, Богодухов, Волчанськ, Зміїв, Красноград, Люботин, Первомайський, Чугуїв – 450 тис. грн. (по 56,25 тис.грн. на кожне місто) [9]. Зовсім не отримали фінансування Валки, Південне та Мерефа, а підтримка розвитку малих міст Зміїв, Красноград, Люботин та Чугуїв обмежено лише будівництвом вуличного майданчику.

Така підтримка малих міст засвідчує вкрай неефективне фінансування їх розвитку із державного бюджету. Ці заходи неспроможні вирішити проблеми депресивності розвитку, монофункціональності економічної бази, зниження безробіття, підвищення доходної частини місцевих бюджетів малих міст, не створюють стимулів до саморозвитку, активізації місцевої економічної ініціативи та розвитку підприємництва.

Державний бюджет на 2013 рік в частині показників місцевих бюджетів та міжбюджетних відносин майже не відрізняється від Держбюджету 2012 року. Так само як і в 2012 році обсяг ресурсів місцевих бюджетів на делеговані повноваження не був розрахований на базі соціальних стандартів та нормативів, відсутнє належне фінансування сфери ЖКГ, різноманітних державних цільових програм, в першу чергу щодо розвитку малих міст. Коштів на соціально-економічний розвиток окремих територій виділено всього 1,34 млрд. грн., що на 2,8 млрд. грн. менше за відповідний показник 2012 року. Розподіл цих коштів неадекватний. Майже 30% (400,6 млн. грн.) спрямовано до Донецької області; 16,3% (218 млн. грн.) – до Луганської. В той же час, на Вінницьку область - 2 млн. грн. (0,2%), Волинську - 9 млн. (0,7%), Чернівецьку та Хмельницьку - по 5 млн. грн. (0,4%), Івано-Франківську - 8 млн. грн. (0,6%). Взагалі не виділено коштів Закарпатській, Миколаївській, Полтавській, Тернопільській, Херсонській, Черкаській областям. Лише 1 млрд. грн. пропонується спрямовувати через Державний фонд

регіонального розвитку, хоча відповідно до статті 24-1 Бюджетного кодексу ці видатки мають складати 3,2 млрд. грн.

Стабілізація соціально-економічного стану малих міст потребує термінової консолідації зусиль з боку держави та регіональних органів влади. Розв'язання проблем розвитку малих міст повинно здійснюватися шляхом реалізації конкретних дієвих механізмів, а саме:

- передбачення чітко закріпленого нормативу для малих міст у державних цільових програмах і регіональних програмах соціально-економічного розвитку, галузевих та окремих бюджетних програмах, тобто застосування справедливого розподілу коштів субвенцій на соціально-економічний розвиток територій та галузевих програм;

- удосконалення управління через чітке розмежування повноважень органів місцевого самоврядування та виконавчих органів державної влади;

- формування сприятливого підприємницького середовища за рахунок належного цільового державного фінансування розвитку виробничої, комунікаційної та соціальної інфраструктури, фінансування програм перекваліфікації та професійного розвитку трудових ресурсів, а також спрямування на ці заходи ресурсів міжнародної технічної допомоги;

- удосконалення моделі міжбюджетних відносин з малими містами шляхом збільшення частки відрахувань від загальнодержавних податків, яка надходить до бюджетів міст;

- впровадження механізму прямої фінансової підтримки з державного бюджету на виконання власних повноважень органів місцевого самоврядування малих міст за визначеними пріоритетними напрямками використання державних субвенцій для підтримки розвитку територіальних громад (освітлення вулиць, енергозбережні технології в освітленні; забезпечення малих міст сучасною технікою для вивезення твердих побутових відходів; відновлення місцевих доріг малих міст; розробка й затвердження містобудівної та землепорядкової документації; розвиток шахтарських міст).

Висновки. Малі міста потребують термінових змін у розподілі повноважень, визначенні фінансових та матеріальних ресурсів, що забезпечують функціонування територіальних громад. Специфіка саме малих міст потребує особливої уваги з боку держави, регіональних органів влади та органів місцевого самоврядування. З розвитком традицій місцевого самоврядування центр прийняття рішень та відповідальності має неухильно зміщуватись на рівень місцевої влади, роль держави поступово зменшуватися до підтримки мотивації місцевої влади до саморозвитку та ефективного використання внутрішнього потенціалу.

Список літератури: 1. Бойко-Бойчук О.В., Васюник І.В., Ю.Ю.Верланов, П.С.Качур Нові підходи до розвитку міст та регіонів України (методологічні засади державно-правових експериментів). – К.: Міленіум, 2003. – 133 с. 2. Воротін В.Є. Модифікація механізму державного управління соціально-економічним розвитком регіонів України Стратегічні пріоритети, №1, 2010 р. С. 5-10. 3. Державне управління регіональним розвитком України: монографія / за заг. ред. В.Є.Воротіна, Я. А. Жаліла. – К. : НІСД, 2010. – 288 с. 4. Карлова О.А. Використання інструментів стратегічного і бюджетного планування програмних заходів регіону та міста з цільовими стратегічними орієнтирами. /монографія/. – Донецьк: "ВІК", 2012. – С. 219-250. 5. Родченко В.Б. Міські комплекси України: чинники та умови організації регулювання соціально-економічного розвитку. /монографія/. - Донецьк: ІЕП НАН України, 2012. - 404 с. 6. Про затвердження Державної цільової програми підтримки соціально-економічного розвитку малих міст на 2011-2015 роки» [Електронний ресурс]: Постанова Кабінету Міністрів України від 29 листопада 2010 р. № 1090. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1090-2010-%EF&p=1293100345512638> 7. Про

затвердження Загальнодержавної програми розвитку малих міст: Закон України [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 24. – Ст. 332. – Режим доступу <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1580-15>. 8. Про схвалення Концепції Державної цільової програми підтримки соціально-економічного розвитку малих міст на 2011-2015 роки [Електронний ресурс]: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 18 серпня 2010 р. № 1695-р. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1695-2010-%F0&p=1293100345512638> 9. Про затвердження переліку об'єктів і заходів, що фінансуються у 2012 році за рахунок коштів державного фонду регіонального розвитку [Електронний ресурс]: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 25 квітня 2012р. № 243-р. Режим доступу: - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/243-2012-p>

Надійшла до редколегії 18.02.2013.

УДК: 332.132: 316.32

Державне регулювання соціально-економічного розвитку малих міст України/ Н.І.Склярчук// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45 (1018) - С. 132-138. Бібліогр.: 7 назв.

Исследованы направления государственного регулирования малых городов. Определены приоритеты и инструменты государственной поддержки малых городов.

Ключевые слова: малый город, городская экономика, регулирование городского развития.

The directions of government regulation of small towns have been researched. The priorities and instruments of government support of small towns have been defined.

Keywords: small town, urban economics, regulation of urban development.

УДК: 332.14 (477.74)

Н.В. СМЕНТИНА, канд. екон. наук, доц., ОНЕУ, Одеса

СКЛАДОВІ ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА МЕЗОРІВНІ (НА ПРИКЛАДІ М. ОДЕСА)

У статті розглянуто основні складові процесу розробки стратегій економічного та соціального розвитку на мезорівні починаючи від аналізу поточного стану мезосистем, завершуючи інструментарієм досягнення бажаного результату. Описано особливості планування перспективного розвитку м. Одеса.

Ключові слова: стратегічне планування, економічний та соціальний розвиток, мезосистеми, моніторинг.

Вступ. Останнім часом у світлі тих подій, що відбуваються у сфері регіонального управління, особливої актуальності набувають питання стратегічного планування економічного та соціального розвитку регіонів, міст, а також концентрації останніх, що знайшло своє втілення в категорії «агломерація». Як своєрідна форма державного регулювання економіки стратегічне планування є тим ефективним інструментом управління, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність соціально-господарських структур, з огляду на можливість виявлення найважливіших проблеми їх розвитку та визначення таких напрямків їх перспективного господарювання, для яких є найсприятливіші умови та наявні ресурси.

© Н.В. Сментина, 2013

затвердження Загальнодержавної програми розвитку малих міст: Закон України [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 24. – Ст. 332. – Режим доступу <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1580-15>. 8. Про схвалення Концепції Державної цільової програми підтримки соціально-економічного розвитку малих міст на 2011-2015 роки [Електронний ресурс]: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 18 серпня 2010 р. № 1695-р. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1695-2010-%F0&p=1293100345512638> 9. Про затвердження переліку об'єктів і заходів, що фінансуються у 2012 році за рахунок коштів державного фонду регіонального розвитку [Електронний ресурс]: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 25 квітня 2012р. № 243-р. Режим доступу: - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/243-2012-p>

Надійшла до редколегії 18.02.2013.

УДК: 332.132: 316.32

Державне регулювання соціально-економічного розвитку малих міст України/ Н.І.Склярчук// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45 (1018) - С. 132-138. Бібліогр.: 7 назв.

Исследованы направления государственного регулирования малых городов. Определены приоритеты и инструменты государственной поддержки малых городов.

Ключевые слова: малый город, городская экономика, регулирование городского развития.

The directions of government regulation of small towns have been researched. The priorities and instruments of government support of small towns have been defined.

Keywords: small town, urban economics, regulation of urban development.

УДК: 332.14 (477.74)

Н.В. СМЕНТИНА, канд. екон. наук, доц., ОНЕУ, Одеса

СКЛАДОВІ ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА МЕЗОРІВНІ (НА ПРИКЛАДІ М. ОДЕСА)

У статті розглянуто основні складові процесу розробки стратегій економічного та соціального розвитку на мезорівні починаючи від аналізу поточного стану мезосистем, завершуючи інструментарієм досягнення бажаного результату. Описано особливості планування перспективного розвитку м. Одеса.

Ключові слова: стратегічне планування, економічний та соціальний розвиток, мезосистеми, моніторинг.

Вступ. Останнім часом у світлі тих подій, що відбуваються у сфері регіонального управління, особливої актуальності набувають питання стратегічного планування економічного та соціального розвитку регіонів, міст, а також концентрації останніх, що знайшло своє втілення в категорії «агломерація». Як своєрідна форма державного регулювання економіки стратегічне планування є тим ефективним інструментом управління, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність соціально-господарських структур, з огляду на можливість виявлення найважливіших проблеми їх розвитку та визначення таких напрямків їх перспективного господарювання, для яких є найсприятливіші умови та наявні ресурси.

© Н.В. Сментина, 2013

Аналіз останніх досліджень. Теоретичні питання стратегічного планування, яке сформувалося, як науковий напрям, на початку 60-х років минулого століття, висвітлювалися в працях видатних закордонних науковців, починаючи від засновників цього напрямку, так званих «батьків» стратегічного планування, – І. Ансоффа – засновника школи планування, А. Чандлера, К. Ендрюса – засновників школи дизайну (проектування, конструювання, моделювання) і стосувалися бізнесу (підприємств та корпорацій). Знайшли втілення проблеми статичного планування на рівні підприємств і у працях вітчизняних науковців – Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П., Міщенко А.П та ін. З позицій регіональної економіки, а саме, втілення ідей стратегічного планування щодо міст та регіонів, слід відмітити праці відомих вітчизняних та закордонних науковців сучасності, зокрема, Белкиної Т.Д. [1], Жилкіна С.Ф., Князева А.В. [2], Боврона Б., Вігоди А., Девідсона Г., Мамонової В., Федіва І., Санжаровського І. [3] та інших.

Постановка проблеми. Незважаючи на значний масив наукових публікацій, що присвячені проблемі стратегічного планування, та безсумнівну цінність напрацювань науковців, питання стратегічного планування економічного та соціального розвитку як на макрорівні так і на рівні регіонів, міст, селищ, тобто не мезорівні, вимагає більш глибокого дослідження.

Мета статті – дослідження складових процесу стратегічного планування на мезорівні та особливостей розробки стратегії економічного та соціального розвитку міст на прикладі м. Одеса.

Матеріали досліджень. У більш загальному визначенні, враховуючи напрацювання науковців в сфері стратегічного планування на різних рівнях господарювання, стратегію розвитку мезосистем (під якими розуміємо окремі адміністративно-територіальні одиниці – регіони, міста, селища, села, а також їх об'єднання) можна представити як сукупність основних стратегічних цілей, що об'єднуються у певну програму дій на основі виявлених внутрішніх переваг та недоліків складної господарюючої системи, наявних ресурсів, можливостей та загроз зовнішнього середовища, зорієнтовані на досягнення стратегічної мети розвитку цієї системи.

В основі розробки стратегії економічного та соціального розвитку мезосистеми лежить визначення цілей, завдань, пріоритетів та напрямків сталого економічного та соціального розвитку системи в умовах конкурентного середовища з урахуванням потреб та інтересів громади. Як результат має бути сформована картина майбутнього системи, визначені етапи його досягнення та обов'язково окреслені показники (індикатори чи орієнтири) запланованого розвитку.

Слід відмітити, що в Україні відсутні єдині методологічні підходи щодо формування стратегій економічного та соціального розвитку окремих територій мезорівня. Методологічні питання розробки регіональних стратегій розвитку регламентовані «Методичними рекомендаціями щодо формування регіональних стратегій розвитку» [4]. Саме вони визначають структуру стратегії розвитку регіонів, зміст розділів та підрозділів документу, що розробляється.

Інші території мезорівня (міста, селища, чи, навіть, агломерації) не мають затвердженого нормативно-правового акту, який би регламентував методологічні вимоги до процесу складання стратегій їх економічного та соціального розвитку.

Саме з огляду на це, території керуються методологією розроблення стратегічного плану розвитку локальної території, що пропонується в рамках реалізації проекту USAID «Локальні інвестиції та національна конкурентоспроможність» (ЛІНК). Наприклад, за даною методологією розроблені Стратегічний план розвитку міста Чернівці на 2012-2016 роки, Стратегічний план підвищення конкурентоспроможності та економічного розвитку Одеського субрегіону (агломерації). Лише м. Київ та Севастополь мають дотримуватися вимог зазначених вище методичних рекомендацій при розробці стратегій сталого економічного та соціального розвитку на довгостроковий період, адже це регламентовано п. 4 р.1 «Загальні положення» зазначених вище Методичних рекомендацій [4].

Практика розробки стратегічних документів для мезосистем (регіонів, міст, агломерацій), що склалася сьогодні в країні, дозволяє виділити такі чотири основні складові процесу стратегічного планування: 1) аналіз та оцінка поточного стану розвитку території, 2) характеристика конкурентних переваг та обмежень перспективного розвитку; 3) визначення стратегічних напрямків розвитку; 4) пошук інструментарію досягнення бажаного результату.

Вихідним елементом процесу стратегічного планування економічного та соціального розвитку обов'язково має бути діагностика поточного стану розвитку адміністративно-територіальної одиниці чи певної території як концентрації останніх. Результатом цього етапу є оцінка ситуації, що склалася в межах мезосистеми, виявлення проблем та обґрунтування необхідності прийняття певних коригуючих заходів. Саме діагностика (аналіз та оцінка поточної ситуації) дозволяє виявити внутрішні переваги та недоліки мезосистеми, окреслити можливості та загрози зовнішнього середовища. Лише за наявності такої інформації може бути сформоване бачення майбутнього її розвитку: місія, пріоритетні напрямки розвитку, стратегічні цілі та задачі, необхідні для досягнення окреслених пріоритетів. Останні являють собою конкретні заходи, за допомогою яких буде досягнуто реалізації пріоритетів.

Дуже важливою вбачається така складова процесу стратегічного планування як пошук інструментарію досягнення бажаного результату, що знаходить своє втілення у механізмі реалізації стратегії, адже успіх реалізації стратегії залежить від того, наскільки стратегічне бачення буде реалізовано в управлінських діях виконавчих органів влади, наскільки дієвим виявиться механізм, що забезпечує «баланс інтересів» та скоординовані дії учасників, що представляють різні сфери: владу, освіту та науку, бізнес та некомерційний сектор, населення.

З огляду на це в стратегіях економічного та соціального розвитку мезосистем доцільно прописувати усі можливі механізми, серед яких, на наш погляд основне місце має бути відведене організаційному, а в розрізі його інструментів – проектному забезпеченню реалізації стратегій. Адже саме проекти виступають базовою одиницею реалізації стратегічних документів. Про це, зокрема, наголошує Кшиштоф Лонтка – експерт з питань стратегічного планування м. Люблін, Польща, коли, описуючи процес стратегічного планування порівнює його зі сніговиком (тобто трьома кулями різного розміру). У витоках планування (тобто найбільшою кулею) експерт розглядає проекти (тривалістю 1-3 роки). Другий рівень – програми (строком 5-10 років). Найвищий рівень – стратегія розвитку міста (розпланована на 10-20 років) [5].

Проектне забезпечення лягає в основу стратегічного плану дій, адже які завдання мають бути виконані для досягнення стратегічних цілей в межах окремих пріоритетів можна визначити лише за допомогою запропонованих до реалізації проектів.

Результати досліджень. На прикладі м. Одеса розглянемо особливості планування перспективного розвитку міста в розрізі основних, описаних вище, складових процесу розробки стратегії економічного та соціального розвитку мезосистем.

Проект стратегії економічного та соціального розвитку міста до 2022 року (співрозробником якої був автор статті) розроблено з урахуванням зазначених вище чинних методичних рекомендацій щодо формування регіональних стратегій розвитку, а також закордонного досвіду розробки подібних документів, який вітчизняні науковці переймали в рамках реалізації проекту «Запровадження європейських стандартів державного управління в Україні», що фінансувався Міністерством закордонних справ Великої Британії через „Global Opportunity Fund” [6].

Вихідним етапом розробки стратегії став аналіз, або як зазначено в проекті документу «діагностика початкових умов розвитку міста, т.б. профіль громади [7]. Тут знайшли своє відображення: коротка історія міста з моменту його заснування до часів розвитку в умовах державної незалежності України, характеристика географічного розташування та екскурс в природно-ресурсний потенціал. Проаналізовано основні тенденції соціально-економічного розвитку міста, які підтверджують, що Одеса – дійсно сучасний транспортно-логістичний вузол, промисловий, науковий, торговий, туристичний та культурний центр півдня України та всього Причорномор'я, а також великий центр рекреаційного господарства. Підтвердженням тому є значна питома вага міста в регіоні за більшістю економічних та соціальних показників, а також передові позиції міста серед великих обласних центрів країни. Так, наприклад, за підсумками 2011 року, частка міста в регіоні за обсягом інвестицій в основний капітал сягає 59,4%, обсягом перевезених вантажів усіма видами транспорту – 71,7%, перевезенням пасажирів усіма видами транспорту загального користування – 85,2%, роздрібним товарооборотом підприємств – 62,7%. Серед найбільших обласних центрів країни місто займає передові позиції за кількістю введених в експлуатацію квадратних метрів загальної площі житлових будинків (487,3 тис. м²), пасажирооборотом автомобільного транспорту (2550,4 млн. пас. км.), роздрібним товарооборотом підприємств (16643,7 грн./особу), обсягом реалізованих послуг (14356,8 грн./особу) [7].

В межах першого етапу проаналізовано й особливості господарського комплексу міста в розрізі розвитку промисловості, транспортного комплексу, рекреаційного господарства, стану науково-технічного потенціалу, роздрібної торгівлі, ресторанного господарства та сфери послуг. Показана динаміка чисельності населення міста, рівень ділової активності мешканців, система життєзабезпечення та благоустрою міста, екологічна ситуація та інше.

Стосовно другої складової процесу стратегічного планування слід відмітити, що характеристика конкурентних переваг та обмежень перспективного розвитку міста подана в розрізі окремих складових територіального простору, які пропонуються вітчизняними дослідниками [6, с. 70-72]. З наведеного аналізу видно, що місто має значні

внутрішні переваги у географічному розташуванні, в просторовій організації, однак не позбавлене і внутрішніх недоліків, яких більш всього, на думку розробників, по таким складовим територіального простору як: населення та трудові ресурси, житлова сфера, соціальна інфраструктура та економіка. В той же час місто має значні можливості для подолання виявлених слабких сторін та свого перспективного розвитку на шляху досягнення головної стратегічної мети свого розвитку до 2022 року.

Згідно з теоретичним напрацюваннями (як зазначалося вище) перші два елементи процесу стратегічного планування мали стати підставою окреслення бачення майбутнього міста: місії, пріоритетних напрямків розвитку, стратегічних цілей та задач, необхідних для досягнення окреслених пріоритетів. В практичній реалізації процесу стратегічного планування стосовно м. Одеса за основу стратегічного бачення міста було взято чинну Концепцію стратегічного розвитку «Одесса-2022», яка декларувала місію соціально-економічного розвитку міста – «Одеса – місто, в якому хочеться жити», 5 базових цілей та 10 пріоритетних напрямків [8]. А проведений аналіз та оцінка поточного стану розвитку адміністративно-територіальної одиниці, характеристика конкурентних переваг та обмежень її перспективного розвитку лише підтвердили наявність проблем, вирішення яких вимагає реалізації завдань в рамках окреслених Концепцією пріоритетних напрямків.

В свою чергу десять пріоритетних напрямків економічного та соціального розвитку м. Одеса представлені розробниками в розрізі двох блоків: економічного та соціального, що видно з так званого «дерева цілей та пріоритетів». Саме такий їх поділ покладено в основу сценарного підходу розвитку міста, що передбачає розвиток міста за мобілізаційним (реалістичним) сценарієм. Згідно з таким сценарієм ліва частина пріоритетів у «дереві цілей та пріоритетів» розвитку Одеси, тобто економічна складова повинна не лише покривати поточні соціальні потреби, але й забезпечувати значне зростання добробуту мешканців міста.

За десятьма пріоритетними напрямкам представлені стратегічні цілі та завдання, на яких мають бути сконцентровані зусилля міської влади та ресурси міста, з метою реалізації його стратегічного бачення. Для прикладу можна навести такі заходи економічного блоку як сприяння розвитку підприємництва, створення сприятливого інвестиційного клімату. В розрізі соціальної складової першочерговими завданнями, наприклад, в сфері екології визначено забезпечення мешканців якісною питною водою, зменшення викидів шкідливих речовин у навколишнє середовище, відродження парків та скверів міста, збільшення площ зелених насаджень загального користування, утилізація небезпечних відходів. У сфері охорони здоров'я першочерговими завданнями є будівництво лікарні швидкої допомоги, розвиток мережі амбулаторій загальної практики – сімейної медицини.

Слід зробити наголос на тому, що після розробки стратегій дуже важливо забезпечити їх реалізацію. З цією метою необхідно створення діючої системи моніторингу – відстеження (контроль) процесів, що відбуваються в економіці та соціальній сфері міста.

Для цього автор пропонує проводити адміністративний моніторинг та моніторинг суспільної думки. Перший вид моніторингу передбачає окреслення в рамках кожного пріоритетного напрямку розвитку території цільових індикаторів, що характеризують стан ключових сфер життєдіяльності міста та, які мають контролюватися протягом періоду реалізації стратегії. Інша складова моніторингу – моніторинг громадської думки,

який передбачає встановлення зворотного зв'язку між населенням та міською владою щодо виконання Стратегії (через круглі столи, опитування громадської думки).

Висновки. Результати проведеного дослідження свідчать про необхідність узагальнення методологічних підходів щодо розробки стратегій економічного та соціального розвитку територій мезорівня, так званих мезосистем (регіонів, міст, селищ, сіл, агломерацій) з подальшою розробкою та затвердженням відповідного нормативно-правового документу. З огляду на важливість забезпечення практичної реалізації стратегій в перспективі слід окреслити коло індикаторів економічного та соціального розвитку мезосистем для проведення адміністративного моніторингу з метою контролю реалізації стратегічних документів.

Список літератури: 1. Белкина Т.Д. Стратегические планы городского развития и инструменты их реализации // Проблемы прогнозирования. – 2010 - №3. 2. Жилкин С.Ф., Князева А.В. Стратегирование в региональном планировании // Вестник Сам ГУ. 2006 – №8 (48). – С. 87-98. 3. Розроблення та впровадження стратегічного плану розвитку регіону: Практичний посібник / Боврон Б., Вігода А., Девідсон Г., Мамонова В., Федів І., Санжаровський І. За ред. Санжаровського І. – К.: Вид-во К.І.С., 2008. – 214 с. 4. Методичні рекомендації щодо формування регіональних стратегій розвитку, затверджені Наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції від 29 червня 2002 р. № 224. 5. Кишиштоф Лонтка Стратегічне планування. – Суми/Люблін [2012]. Частина 2 від 5.12.2012 [електронний ресурс]. – Режим доступу: www.sumynews.com. 6. Стратегічне планування. Навчальний посібник/ О.Берданова, В.Вакуленко, В.Тертичка. – Л.: ЗУКЦ, 2008. – 138 с. 7. Проект стратегії економічного та соціального розвитку м. Одеса до 2022 року [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.odessa.ua/ua/announcements/47472>. 8. Одесса – 2022. Концепция стратегического развития. Одесса – город, в котором хочется жить. – 27 с.

Надійшла до редколегії 05.03.2013

УДК: 332.14 (477.74)

Складові процеси стратегічного планування на мезорівні (на прикладі м. Одеса)/ Н.В. Сментина// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45 (1018) - С. 138-143. Бібліогр.: 7 назв.

В статье рассмотрено основные элементы процесса разработки стратегий экономического и социального развития на мезоуровне, начиная от анализа текущего состояния мезосистем, заканчивая инструментарием достижения желаемого результата. Описываются особенности планирования перспективного развития г. Одесса.

Ключевые слова: стратегическое планирование, экономическое и социальное развитие, мезосистемы, мониторинг.

The article considers the main elements of the process of formation the economic and social development strategies in the mesolevel, starting from the analysis of current situation in mesosystems, ending with the tools of achieving the desired result. The author describes the features of the perspective development planning of the city Odessa.

Key words: strategic planning, economic and social development, mesosystems, monitoring.

Х. С. СТОЛЯРУК, аспірант ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана», Київ

МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАХІВЦЯ

У статті визначено якісні параметри конкурентоспроможності фахівця. Окремо виділено новий параметр – рівень компетентності та обґрунтовано його доцільність. Крім того запропоновано підхід до класифікації компетенцій, що можуть бути включені до вказаного параметру конкурентоспроможності. Обґрунтовано зв'язок поняття «компетенція» із основними складовими конкурентоспроможності. Також представлено модель формування компетентнісної складової конкурентоспроможності фахівця.

Ключові слова: конкурентоспроможність, рівень компетентності, компетенція, параметри конкурентоспроможності, поведінкові індикатори, дескриптори.

Вступ. Актуальність дослідження питань формування конкурентоспроможності фахівця зумовлена жорсткістю вимог ринку праці до сучасного фахівця. На сьогоднішній день в науковій літературі все частіше можна зустріти поряд із поняттям «конкурентоспроможність» поняття «компетенція». Сучасний фахівець має володіти високим рівнем компетентності, щоб витримувати конкурентну боротьбу на ринку праці, а в подальшому – забезпечувати конкурентні позиції підприємства. Рівень компетентності фахівця є однією з його найголовніших конкурентних переваг. Причому важливо відмітити, що визначальну роль відіграють не тільки ті компетенції, що пов'язані з функціональними обов'язками в межах певної професії, а й соціально-особистісні та загальнокультурні – тобто ті, які відповідають за здатність людини працювати в команді, долати конфлікти, управляти своїм емоційним станом, її вміння слухати, сприймати критику, наявність у неї високого рівня соціальної відповідальності перед колегами та суспільством в цілому. Поняття «компетенція» вміщує в себе більшість параметрів конкурентоспроможності, що запропоновані різними авторами в науковій літературі, такі як: особистісні якості людини, рівень знань, навички, мотиваційні настанови, досвід роботи тощо. Вони виступають факторами формування компетенцій фахівця. Це обумовлює взаємозв'язок понять «компетенція» та «конкурентоспроможність». Тому на окрему увагу заслуговує дослідження питань застосування компетентнісного підходу при розробці моделі конкурентоспроможності сучасного фахівця.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Дослідженню питань конкурентоспроможності присвятило свої праці такі науковці: В.В. Дядичев, К.В. Чуніхіна, С.О. Цимбалюк, О.А. Грішнова, Р.А. Фатхундінов, С.І. Сотнікова, М.В. Семикіна, О.О. Смірнов, В.М. Лазарєв, Д.П. Богиня, Л.С. Лісогор, Л.І. Безтелесна, К.О. Болдирєв, Н.А. Іваннікова, Н.В. Коленда, Л.Б. Владикіна, Л. Міляєва, О. Марцінковська, М.В. Лапа, Н.М. Заярна, Л.П. Калініченко та ін. Ці вчені досліджували питання трактування поняття «конкурентоспроможність робочої сили», вивчали механізм формування конкурентоспроможності фахівця, визначали фактори впливу на рівень конкурентоспроможності, досліджували характеристики

© Х. С. Столярук, 2013

аналізованої категорії. Автори по-різному вбачають взаємозв'язок конкурентоспроможності з компетенціями, називаючи останні факторами формування, конкурентними перевагами, критеріями або параметрами оцінювання рівня конкурентоспроможності.

Постановка проблеми. Не зважаючи на широке застосування поняття «компетенція» при аналізі конкурентоспроможності, відсутнє чітке обґрунтування місця компетенцій у формуванні конкурентоспроможності фахівця. Перелік та зміст якісних параметрів конкурентоспроможності потребують глибшого аналізу, оскільки вони не відображають місця і ролі рівня компетентності в процесі формування та оцінювання рівня конкурентоспроможності фахівця. Відсутня в літературі й модель, що відображала б основні етапи формування компетентнісної складової конкурентоспроможності.

Метою статті є розробка моделі формування компетентнісної складової конкурентоспроможності фахівця.

Матеріали досліджень. Конкурентоспроможність фахівця характеризується багатьма показниками (характеристиками). В літературних джерелах можна зустріти різні групи та ознаки даного поняття, різні підходи до формулювання переліків конкурентних переваг людських ресурсів.

Так, Дядичев В.В. та Чуніхіна К.В. стверджують, що в аспекті якості конкурентоспроможність характеризує певні ознаки, що характеризують сукупність споживчих властивостей робочої сили до ефективної праці: фах, стаж, вікові дані, володіння іноземними мовами тощо. В аспекті кількісних характеристик категорія «конкурентоспроможність працівника» може визначатися такими показниками, як продуктивність праці та ефективність праці, витрати робочого часу на виконання певних операцій (робіт), якість виробленої продукції, витрати сировини, палива тощо [3].

Такий підхід до опису характеристик конкурентоспроможності цілком вдало розмежовує її показники на якісні й кількісні, але ми вважаємо, що перша група (а саме якісний аспект) потребує глибшого дослідження. Тому з метою уточнення якісних параметрів конкурентоспроможності ми розглядатимемо їх з точки зору компетентнісного підходу.

Візьмемо за основу формування конкурентоспроможності фахівця чотири групи складових, які виокремлює В.В. Медведь, а саме: демографічні, освітньо-кваліфікаційні, соціально-особистісні та професійні [6]. Із зазначених чотирьох груп компетенції не охоплюють лише першу групу складових – демографічні, тобто вік, здоров'я, стать, сімейний стан. Натомість три інші групи можна оцінювати під кутом зору понять «компетенція» та «компетентність». Пояснимо цей зв'язок.

На нашу думку, компетенцією є здатність фахівця здійснювати ефективно професійну діяльність, індикатором якої є його поведінка (йдеться про демонстрування цієї здатності на робочому місці). Така здатність може формуватися роками під впливом різних факторів, таких, наприклад, як:

- знання, які людина набуває в тому числі й в освітньому процесі, й які можуть висуватися як вимога до його кваліфікації (що свідчить про зв'язок компетенцій з освітньо-кваліфікаційною складовою);

- навички міжособистісного спілкування, особистісні якості, ділові характеристики, які, в свою чергу, можуть бути важливими для однієї професії (професійно важливі якості) і бажаними або не ключовими для іншої (що свідчить про зв'язок компетенцій із соціально-особистісною складовою);
- уміння та навички, які дозволяють сформувані ті компетенції, які пов'язані зі специфічними професійними функціями (функціональні компетенції), або ті, що стосуються інших сфер діяльності, але мають цінність в реалізації професійної діяльності (загальнопрофесійні). Вони свідчать про зв'язок компетенцій із професійною складовою конкурентоспроможності.

Виходячи з цього, ми можемо розмежувати якісні параметри конкурентоспроможності фахівця. Частково таку класифікацію параметрів можна простежити у підході Хлопової Т.В., яка подає їх у вигляді двох груп конкурентних переваг:

- 1) конкурентні переваги конституційного характеру – це переваги, які даються людині від народження. До їх числа відносяться вік, стать, національність, громадянство, здоров'я тощо. Такі переваги охоплюють капітал здоров'я і частково, капітал культури.
- 2) конкурентні переваги інноваційного характеру, які вимагають серйозних інвестицій у їх формування і розвиток з боку носія. До їх числа належать складові професійного капіталу і частково – капіталу культури: професійна підготовка, рівень кваліфікації, професійна мобільність, кваліфікаційне зростання, рівень освіти і т.д. [7].

На нашу думку, за підходом Хлопової Т.В. друга група конкурентних переваг – переваги інноваційного характеру пов'язані з формуванням компетенцій, що разом з такими параметрами як здоров'я, вік тощо, дозволяє виділити новий – рівень компетентності.

На рис. 1 можна побачити перелік запропонованих нами якісних параметрів конкурентоспроможності. Даний рисунок відображає взаємозв'язок компетенцій із конкурентоспроможністю.

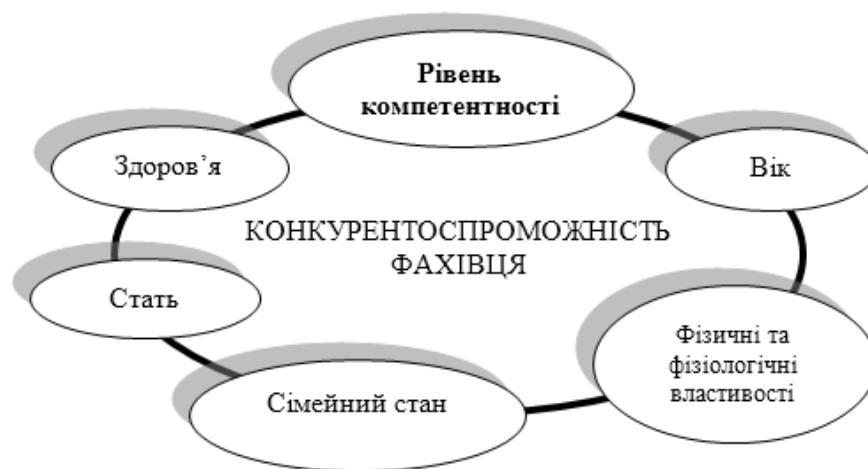


Рис. 1 – Параметри конкурентоспроможності фахівця

Як видно з рис. 1, перелік якісних параметрів конкурентоспроможності очевидно скорочується за рахунок появи серед них рівня компетентності, який практично поглинув в себе чималу кількість запропонованих в літературі параметрів (наприклад, знання, особисті якості, досвід та ін.), які виступають факторами формування даного параметру. Рівень компетентності є рівнем володіння певною сукупністю компетенцій, а саме:

- 1) соціально-особистісних, які характеризують людину як індивіда, суб'єкта діяльності, особистість і розкривають її здатність до позитивного інтелектуального, психологічного і вольового саморозвитку і змін, а також готовність до життєдіяльності у багатьох контекстах її соціальної взаємодії й досягнення згоди з іншими [5];
- 2) загальнокультурних, що характеризуються здатністю до критичного осмислення власних вчинків, думок, дій щодо їх відповідності моральним цінностям і нормам поведінки у суспільстві, здатністю брати на себе соціальні та етичні зобов'язання та ін. [4];
- 3) загальнопрофесійних, що є необхідними для широкого кола професій (наприклад, здатність до системного, стратегічного та глобального мислення);
- 4) функціональних, що відображають здатність виконувати професійні функції (наприклад, для фахівця з управління персоналом такою компетенцією може бути здатність проводити профвідбір).

Виявити ці компетенції у фахівця можна за допомогою поведінкових індикаторів, про що вже йшлося вище. Разом з тим, як справедливо зазначає Т.О. Кожан, поряд із поведінковими індикаторами для виявлення компетенцій існують дескриптори. Виділяючи й ті, й інші в структурі так званих «реквізитів» компетенцій, вона вкладає в них різний сенс:

- дескриптори – описи результатів навчання, як ознак готовності продемонструвати відповідні компетенції;
- поведінкові індикатори (стандарти поведінки) як описи найефективніших способів, методів, прийомів, технологій виконання професійних дій та очікуваних результатів [4].

Виходячи з даних тверджень, дескриптори – це індикатори компетенцій у навчальному процесі, а поведінкові індикатори – у професійній діяльності. Тому, говорячи про оцінювання рівня конкурентоспроможності фахівця підприємства, індикаторами наявності певного рівня розвитку в нього компетенцій (його рівня компетентності як параметру конкурентоспроможності) є саме поведінкові прояви. Саме тому ми не оцінюємо знання, навички, особисті якості тощо як окремі параметри конкурентоспроможності, розглядаючи їх під кутом зору компетентнісного підходу й трактуючи їх факторами формування запропонованого параметру конкурентоспроможності – рівня компетентності.

Результати досліджень. Розглянемо модель формування компетентнісної складової конкурентоспроможності фахівця (див. рис. 2).

Отже, як показує рис.2 процес формування рівня компетентності фахівця починається із закладання основ розвитку дитини як особистості. Починається це із індивідуального самовизначення у суспільстві, індивідуального та творчого розвитку людини, що забезпечується в першу чергу реалізацією виховної функції сім'ї. На

цьому етапі закладаються риси характеру, основи темпераменту. Проявляються особистісні якості, ціннісні орієнтири, життєві пріоритети, які в майбутньому можуть стати професійно значущими. Крім того для цього етапу характерним є виявлення здібностей та задатків, талантів, що також стануть в майбутньому основою для вибору професії. Надалі функцію розвитку особистості візьмуть на себе дитсадки, школи, гуртки тощо.

Другим етапом в цій моделі є формування знань та розуміння. Цей процес забезпечується за допомогою вивчення навчальної літератури і шляхом ознайомлення з останніми, авангардними, знаннями у певній сфері навчання [2]. Розуміння означає усвідомлення певного об'єкта, внутрішніх зв'язків цього об'єкта з іншими об'єктами, правильне трактування його сутності. Тобто, набувши певні знання, людина має чітко усвідомлювати те, як ці знання можна застосувати на практиці. Цей процес досягається за допомогою середньої, спеціальної та вищої освіти, а також шляхом постійного саморозвитку особистості.

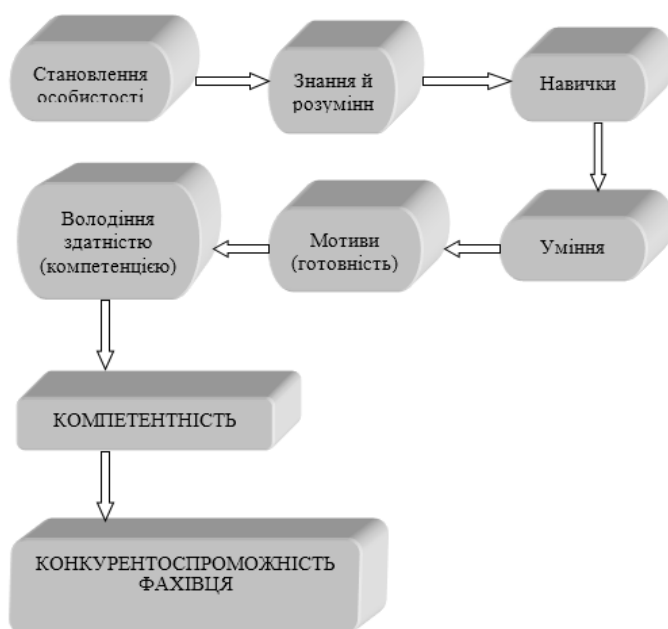


Рис. 2 – Модель формування компетентнісної складової конкурентоспроможності фахівця

Після формування знань та розуміння формуються навички. Навичкою варто вважати ту дію, яка сформована в результаті певних тренувань, вправ, що полягають у повторенні та засвоєнні. Така дія не є ще до кінця усвідомленою індивідом, але вже забезпечує йому правильне виконання певної операції або серії дій.

Формування навичок передуює наступного етапу – формування та розвитку вмінь. Вміння включають в себе автоматично повторювані елементи або частини – навички. На відміну від останніх, вміння є вже свідомо регульованими діями, що забезпечують ефективний кінцевий результат.

Сформовані так звані ЗУНи (знання, уміння, навички) лише в комплексі із особистісними характеристиками та розумінням, а також мотивами та готовністю можуть сприяти формуванню певної компетенції. Так, якщо людина не готова застосувати набуті ЗУНи, вона не буде здатна ефективно працювати. Готовність - це

особливий особистісний стан, який передбачає наявність у працівника мотиваційно-ціннісного ставлення до професійної діяльності, володіння ефективними способами і засобами досягнення цілей, професійної здатності. Професійна готовність є закономірним результатом спеціальної підготовки, самовизначення, освіти і самоосвіти, виховання і самовиховання. Це психічний, активно-дієвий стан особистості, складна її якість, система інтегрованих властивостей [1].

Нарешті, наступним етапом, що закономірно впливає з попередніх, є володіння здатністю. Це свідчить про наявність в людини певної компетенції. Так, розвиваючи різні групи компетенцій, людина набуває певного рівня компетентності, що, як уже зазначалося, й виступає параметром конкурентоспроможності фахівця. Компетентність свідчить про здатність людини діяти вірно, а конкурентоспроможність – про здатність діяти краще за інших. Тому в сукупності з іншими, вже названими параметрами, високий рівень компетентності може забезпечити фахівцеві високий рівень конкурентоспроможності.

Висновки. В результаті аналізу поняття «конкурентоспроможність фахівця» ми дійшли висновку, що для того, щоб розкрити його сутність ширше, варто застосувати компетентнісний підхід. Таким чином, була розроблена модель формування саме компетентнісної складової конкурентоспроможності. Важливим моментом дослідження є також пропозиція щодо класифікації компетенцій, які мають бути показниками оцінювання рівня компетентності. Скорочення переліку параметрів конкурентоспроможності за рахунок виділення серед них нового, рівня компетентності, дозволяє сконцентрувати увагу на основних елементах в процесі оцінювання рівня конкурентоспроможності фахівця. Перспективою подальших досліджень є розробка універсальних моделей компетенцій для фахівців різних професій, що дозволить розробити процедуру оцінювання рівнів їх компетентності та удосконалити процес оцінювання конкурентоспроможності персоналу підприємств.

Список літератури: 1. Готовність до інноваційної діяльності як важлива професійна якість педагога. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.info-library.com.ua/books-text-6597.html>. 2009. 2. Дублінська модель універсальних характеристик компетенцій (дублінські дескриптори) [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://kneu.edu.ua/userfiles/dosl_univ_pauku/dublin_descr.pdf. 3. Дядичев В.В., Чуніхіна К.В. Сутність та складові конкурентоспроможності персоналу на ринку праці [Електронний ресурс] - Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2010_2/Dyadychev.pdf. 4. Кожан Т.О. Компетентнісні засади моделювання діяльності менеджера з персоналу / Т.О. Кожан // Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. – Спец. вип. Праця в ХХІ столітті : новітні тенденції, соціальний вимір, інноваційний розвиток : у 2 т. – Т.1. – К. : КНЕУ, 2012. – С. 546-552. 5. Ксенофонтова Х.З. Модели компетенций управленческого персонала как фактор конкурентоспособности организации // Проблемы современной экономики – № 4 (32) – 2009. 6. Медведь В. В. Основи формування конкурентоспроможності фахівця : чинники, складові, критерії // Теорія та методика управління освітою, № 7, 2011 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/ttmuo/2011_7/9.pdf. 7. Хлопова Т.В. Развитие трудового потенциала и конкурентоспособность работника в современных условиях. Методология и практика исследования / Т.В. Хлопова. – Иркутск, 2004. – 217с.

Надійшла до редколегії: 14.03.2013

УДК 331.101

Модель формування конкурентоспроможності фахівця/ Х. С. Столярук// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45 (1018) - С. 144-150. Бібліогр.: 7 назв.

В статье определены качественные параметры конкурентоспособности специалиста. Отдельно выделен новый параметр – уровень компетентности и обоснована его целесообразность. Кроме того предложен подход к классификации компетенций, которые могут быть включены в указанный параметр конкурентоспособности. Обоснована связь понятия «компетенция» с основными составляющими конкурентоспособности. Также представлена модель формирования компетентностной составляющей конкурентоспособности специалиста.

Ключевые слова: конкурентоспособность, уровень компетентности, компетенция, параметры конкурентоспособности, поведенческие индикаторы, дескрипторы.

In the article qualitative parameters of specialist's competitiveness are determined. The new parameter – competency degree is chosen separately and his advisability is validated. Besides, the approach to classification of competences is suggested. They may be included in a competitiveness parameter is mentioned. The link between the concept "competence" and main components of competitiveness is validated. Also the model of forming of the competency component of specialist's competitiveness is presented.

Keywords: competitiveness, competency degree, competence, competitiveness parameter, behavioural indicators, descriptors.

УДК 330.341.1

О.И. САВЧЕНКО, канд. экон. наук, проф. НТУ «ХПИ»;

Р.А. НЕСТЕРЕНКО, ст. преподаватель НТУ «ХПИ»;

В.В. ОСТАПЧУК, магистр НТУ «ХПИ»

РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМОВ ТРАНСФЕРА ЗНАНИЙ В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

В статье рассмотрены общие подходы к определению международного обмена научно-техническими знаниями как необходимой составляющей формирования стратегии инновационного развития. Проведенный анализ показал, что следует сосредоточить усилие на совершенствовании управления инновационными процессами предприятий и университетов. Рекомендуется развивать межотраслевые центры, которые объединяют реальный сектор экономики, науку и образование.

Ключевые слова. Экономика знаний, обмен знаниями, инновационное развитие, треугольник знаний, инновационные процессы, стартапы, патентная информация, интеллектуальная собственность

Введение. Сегодняшнее время характеризуется стремительными переменами и жесткой конкуренцией, когда полагаться на стандартные решения не приходится. Активный поиск таких решений используется, именно, в интеллектуально - ориентированной экономике и инновационных технологиях. Это находит подтверждение в приросте валового внутреннего продукта развитых странах за счет новых или усовершенствованных технологий, т.е. продуктов, которые вмещают в себе новые знания или решения (от 70% до 85%). Европе, США и Японии принадлежит приблизительно 90% мирового научного потенциала. Конкурентоспособная экономика должна идти по пути инновационного развития.

© О.И. Савченко, Р.А. Нестеренко, В.В. Остапчук, 2013

В статье определены качественные параметры конкурентоспособности специалиста. Отдельно выделен новый параметр – уровень компетентности и обоснована его целесообразность. Кроме того предложен подход к классификации компетенций, которые могут быть включены в указанный параметр конкурентоспособности. Обоснована связь понятия «компетенция» с основными составляющими конкурентоспособности. Также представлена модель формирования компетентностной составляющей конкурентоспособности специалиста.

Ключевые слова: конкурентоспособность, уровень компетентности, компетенция, параметры конкурентоспособности, поведенческие индикаторы, дескрипторы.

In the article qualitative parameters of specialist's competitiveness are determined. The new parameter – competency degree is chosen separately and his advisability is validated. Besides, the approach to classification of competences is suggested. They may be included in a competitiveness parameter is mentioned. The link between the concept “competence” and main components of competitiveness is validated. Also the model of forming of the competency component of specialist's competitiveness is presented.

Keywords: competitiveness, competency degree, competence, competitiveness parameter, behavioural indicators, descriptors.

УДК 330.341.1

О.И. САВЧЕНКО, канд. экон. наук, проф. НТУ «ХПИ»;

Р.А. НЕСТЕРЕНКО, ст. преподаватель НТУ «ХПИ»;

В.В. ОСТАПЧУК, магистр НТУ «ХПИ»

РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМОВ ТРАНСФЕРА ЗНАНИЙ В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

В статье рассмотрены общие подходы к определению международного обмена научно-техническими знаниями как необходимой составляющей формирования стратегии инновационного развития. Проведенный анализ показал, что следует сосредоточить усилие на совершенствовании управления инновационными процессами предприятий и университетов. Рекомендуется развивать межотраслевые центры, которые объединяют реальный сектор экономики, науку и образование.

Ключевые слова. Экономика знаний, обмен знаниями, инновационное развитие, треугольник знаний, инновационные процессы, стартапы, патентная информация, интеллектуальная собственность

Введение. Сегодняшнее время характеризуется стремительными переменами и жесткой конкуренцией, когда полагаться на стандартные решения не приходится. Активный поиск таких решений используется, именно, в интеллектуально - ориентированной экономике и инновационных технологиях. Это находит подтверждение в приросте валового внутреннего продукта развитых странах за счет новых или усовершенствованных технологий, т.е. продуктов, которые вмещают в себе новые знания или решения (от 70% до 85%). Европе, США и Японии принадлежит приблизительно 90% мирового научного потенциала. Конкурентоспособная экономика должна идти по пути инновационного развития.

© О.И. Савченко, Р.А. Нестеренко, В.В. Остапчук, 2013

Важными достижениями нового этапа научно-технического прогресса (НТП) в последние двадцать лет являются развитие электроники, информатики, биотехнологии, производства новых композитных материалов. Основными субъектами рыночных отношений в инновационной и информационной сферах становятся: научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические организации, высшие, средние и профессиональные учебные заведения, производственные и общественные организации, предприятия, фирмы, сообщества, ученые, изобретатели и др. Известно, что одно рабочее место, созданное в сфере промышленных исследований, автоматически приводит к созданию 7 рабочих мест в обычном бизнесе.

Вместе с тем необходимо существенно расширить субъекты научно-технической деятельности. Наряду с дальнейшим расширением создания стартапов, в том числе, в области науки, инновационных коммерческих банков, инновационных лабораторий, венчурных рискованных организаций, центров коммерциализации и трансфера технологий. Необходимо более широко развивать, особенно, на региональном уровне, такие прогрессивные формы совместной инновационной деятельности, как комплексные инженерные центры, программно-экономические союзы, биржи интеллектуальной собственности и др.

Особую актуальность приобретает информационное обеспечение формирующихся процессов. Так, патентная информация используется на всех этапах жизненного цикла объектов техники. С ее использованием осуществляется разработка технических новшеств и их патентование, определяются перспективы коммерциализации созданных объектов промышленной собственности и их конкурентоспособность, решаются вопросы продвижения на рынке новых объектов техники и обеспечивается их патентная чистота и т. п.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросами развития научно-технического прогресса занимались многие отечественные и зарубежные ученые, в том числе, А.Л. Багокин, В.Б. Буглай, В.В. Герасимов, Д.В. Гуржий, Т. Джексон. Они отмечали, что основной причиной диверсификации услуг, оказываемых предприятиями, стало то, что современные средства связи и вычислительной техники, объединенные в глобальные информационные сети. Это в свою очередь позволяет быть в курсе событий на рынках многих видов услуг.

Публикация патентной информации в виде официальных изданий сопровождает все основные этапы правовой охраны интеллектуальной собственности. Во многих странах мира уже давно существует практика использования специализированных баз данных, которые дают возможность оперативно осуществлять поиск необходимой информации об объектах промышленной собственности. При этом существуют базы данных как коммерческие, так и такие, к которым можно получить свободный доступ в Internet. К таким базам данных, в частности, относятся электронно-цифровая библиотека Европейского патентного ведомства, база данных Всемирной организации интеллектуальной собственности, а также электронно-цифровые библиотеки и базы данных национальных патентных ведомств Японии, Канады, Австралии, США, Германии, Великобритании и Швейцарии. Они дают возможность пользователю найти необходимую информацию о выданных патентах, поданных заявках, рефераты и описания к изобретениям. Но следует отметить, что

перечисленные выше базы данных содержат патентную информацию либо на английском языке, либо на языке страны, в которой выдан патент, что не всегда приемлемо для проведения поиска. Так, например, электронно-цифровая библиотека патентного ведомства Японии содержит англоязычные описания к патентам только с 1993 г., а более ранние – лишь на языке оригинала. Но все же, несмотря на некоторые неудобства для пользователя, эти базы данных дают возможность значительно облегчить и ускорить поисковую работу.

Кроме того, примером внедрения новейших технологий в области использования и обработки патентной информации служит проект Всемирной организации интеллектуальной собственности о создании Wiponet – глобальной информационной сети ведомств по интеллектуальной собственности. Уже сейчас патентные ведомства США, Японии и ЕПВ реализуют трехстороннюю программу создания общей информационной сети, которая позволит им использовать единую поисковую стратегию и обмениваться технической и ведомственной информацией [1].

Цель статьи, постановка проблемы. Цель данной статьи заключается в анализе глобальных экономических тенденций и обосновании роли научно-технической и патентной информации, которая позволяет успешно повышать конкурентоспособность, уменьшать риск принятия стратегических и оперативных решений.

К тенденциям сегодняшнего дня следует отнести укрупнение и объединение некоторых, некогда автономных баз данных. Такие базы данных необходимы как крупному бизнесу, так и зарождающемуся инновационному предпринимательству. В эпоху открытых инноваций становится важной возможность и легкость доступа к информационным ресурсам.

Наряду с этой устойчивой тенденцией к расширению деятельности в сфере услуг наблюдается снижение доли инвестиции в базовые отрасли, добывающую и обрабатывающую промышленность. Доля добывающих отраслей в зарубежных инвестициях из промышленно развитых стран уменьшилась с 22,7 % в 1970 году до 18,5 % в 1980 году и до 11,3 % в 1990 году [1].

Одной из причин уменьшения доли инвестиций в добывающие и обрабатывающие отрасли является относительное уменьшение значимости сырья в экономике. Тенденция к снижению по мере развития научно-технического прогресса материало- и энергоемкости готовой продукции противостоит абсолютному увеличению производства и потребления сырья и топлива. Это приводит к сокращению "доли продукции важнейших отраслей и к уменьшению расхода сырья и энергии на единицу национального дохода и промышленного производства. В тоже время происходит увеличение и ускорение процесса информатизации. Информация становится особым видом ресурса предприятий, растет потребность в создании и использовании их нематериальных активов. В нашей стране уже давно существует потребность в оперативном доступе к информации об объектах промышленной собственности. Поэтому, принимая во внимание опыт развитых стран мира, ДП «Украинский институт промышленной собственности» (Укрпатент) постоянно модернизирует отечественные интерактивные специализированные базы данных «Изобретения в Украине» (СБД «Изобретения в Украине»). Такие базы данных, как правило, содержат сведения о патентах, зарегистрированных в Украине:

библиографические данные, рефераты, формулы и описания изобретений. Необходимо рассмотреть и обобщить подходы к использованию патентной информации при развитии механизмов трансфера знаний в инновационной экономике.

Результаты исследований. В экономике знаний меняются местами "материальный" и "интеллектуальный" факторы производства. Развитие спутниковой связи, новейших транспортных средств и коммуникаций формирует своеобразный механизм движения информации, который позволяет поддерживать постоянную связь с любой точкой мира и способствует развитию международных сетей предприятий, связанных между собой единым производственным процессом. Находясь в разных странах, они могут управляться из одного центра и по единому плану. Возможность мгновенно получать необходимую информацию о производстве, сбыте и рентабельности с помощью современных средств оптической и космической связи, что способствует принятию вовремя решения о корректировке в глобальном масштабе.

Экономике знаний присуще активное развитие сферы услуг и энергоэффективных технологий. Тогда, принципиально новым моментом в деятельности предприятий, особенно наукоемких, является факт роста значимости услуг в экономике, а главное - изменение самого характера услуг, который приобретает все большее производственное значение. Между товарами и услугами устанавливается более тесная связь, в силу чего экспорт товаров требует все более развитой сети, состоящей в основном из услуг. В результате около 55-60% прямых иностранных инвестиций, размещенных в мире, вкладывается в сферу услуг: в оптовую и розничную торговлю, банковские услуги, страхование и т.п. Все это стимулируют заинтересованность компаний к развитию глобальных информационных систем.

Украина, в свою очередь, должна использовать и учитывать потенциал каждого региона. Формирующаяся региональная политика, должна создавать свой подход к трансферу технологий и знаний в рамках конкретной региональной инновационной политики. Можно выделить следующие классические виды трансфера технологий, важные для формирования региональной инновационной политики: региональный; межрегиональный; межгосударственный; транснациональный.

В глобальном экономическом контексте транснациональные корпорации контролируют существенную часть научно-технического потенциала промышленно развитых стран. Это позволяет им играть ведущую роль в международном обмене технологий и научно-техническими знаниями, активно участвовать в научно-техническом прогрессе, информационном обмене знаниями и способствовать структурным сдвигам в мировой экономике.

На наш взгляд, целесообразно проанализировать успешный опыт ведущих международных корпораций. Их успех объясняется следующими факторами:

- использованием специализированных исследовательских лабораторий и других инженерно-технических подразделений, центров трансфера технологий, где аккумулируются опыт и квалификация по многим научным и техническим направлениям;

- наличием значительных материальных ресурсов, технологического потенциала, современной исследовательской базы;

- формированием международных интеллектуальных сетей, включающих базы данных корпораций, правительственных учреждений, научно-исследовательских организаций, университетов, базы данных патентной информации.

Эффективная стратегия технологического развития формирует организацию и интеграцию работы функциональных и специализированных групп в процессе реализации нововведений; постоянный анализ целесообразности существующей структуры рынков, функций, задач, патентно-конъюнктурных исследований.

Проводить успешную стратегию глобальных операций, быть лидером во многих отраслях производства, сферы услуг, носителем передовых технологий во многом позволяет и организационная структура корпораций. Для корпораций характерна трехуровневая организация:

- головная компания;
- подконтрольные филиалы;
- конкретные предприятия.

Головная компания, как правило, состоит из холдинговой и оперативной компании. Холдинговая компания - компания держательница контрольного пакета акций дочерних обществ корпораций. Оперативная компания - компания, осуществляющая стратегическое руководство, финансовое, бухгалтерское планирование, научные исследования, разработки, ведение статистического учета, связи с общественностью.

Подконтрольные подразделения тесно привязаны к головной компании в производственном и технологическом отношениях - это: филиалы и отделения, которые не имеют юридической и финансовой самостоятельности; дочерние акционерные общества, являющиеся юридическими лицами, сохраняющие определенную независимость в финансово-хозяйственной и исследовательской деятельности, но частично или полностью принадлежащие по капиталу холдингу.

Третий уровень - это конкретные предприятия – первичные звенья организационной структуры корпораций, занимающиеся производственной, сбытовой, обслуживающей, финансово-кредитной, научно-исследовательской деятельностью.

Стратегия корпораций включает сегодня различные сложные формы их интеграции: одновременно с созданием традиционных зарубежных филиалов создается сеть филиалов за рубежом, которые наделяются различной степенью автономии в отношении головной компании, а также различные формы межфирменных связей (лицензионные и субподрядные соглашения и т.п.). С помощью информационной технологии корпорации руководят сетью предприятий, выполняющих различные функции во многих регионах и странах. Такая стратегия комплексной интеграции позволяет поставлять товары на большое число национальных рынков и осуществлять необходимую сегментацию рынков. Выделим важнейшие функции такой стратегии. К ним относят – проведение НИОКР, информационный, управленческий и международный бухгалтерский учет, производство специфических товаров, международный маркетинг. При международно-кластерном типе интеграции успех компании в размещении своей деятельности оценивается не с точки зрения принимающей страны, а по способности сателитов, вносить вклад в повышении рентабельности компании в целом.

Множественные внутри- и межфирменные связи, наряду с традиционными горизонтальными и вертикальными связями, затрагивают все больше функций. Это является главным фактором усиления международной экономической взаимозависимости стран, усложнением природы интеграции. Для того чтобы эффективно функционировать в новых условиях большинство компаний вынуждено приспособливаться к международному производству и международным инновационным сетям.

Следует выделить, что информационному экономическому пространству присуща растущая взаимозависимость и взаимосвязь государств, глобализация экономических и политических процессов. Глобальные информационные сети становятся важной составной частью единой мировой политической и экономической системы, активно влияют на международные интеграционные процессы и являются ключевыми элементами в инновационной экономике.

Так создание Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС) глобальной сети Wiponet позволит в рекордно короткие сроки запрашивать информацию, получать ее и обмениваться ею для работы по любому из направлений ВОИС. Подача международных заявок по процедуре РСТ предоставит возможность заявителю передавать все в электронном виде, включая полные тексты и чертежи. Ведомство сможет оперативно информировать заявителя о приеме материалов заявки, оплату пошлин также планируется осуществлять электронным способом. Главный узел будущей сети Wiponet – электронная библиотека – будет содержать не только базы данных по Мадридскому соглашению, но и полную символьно-кодированную базу данных по РСТ, включая и всю ретроспективную подборку [4].

Кроме того, Укрпатент готовит информационные массивы для включения в выпуск «Регионального CD-ROM», разрабатываемого Федеральным институтом промышленной собственности (ФИПС, Россия). Сотрудничество с ФИПС осуществляется в рамках Международного соглашения о выпуске совместного регионального патентно-информационного продукта стран СНГ на оптических дисках CD-ROM. В сформированном в Укрпатенте информационном массиве отображаются библиографические данные, рефераты, формулы изобретений и описания к ним. При этом библиографические данные и рефераты представляются на трех языках (украинском, английском и русском), а формулы изобретений и описания к ним представлены в указанном массиве только на украинском языке.

Учитывая потребности специалистов, работающих в сфере охраны промышленной собственности, Украинский центр инноватики и патентно-информационных услуг создает электронную копию официального бюллетеня «Промислова власність» на CD-ROM.

Основными проблемами, которые возникают при разработке специализированных баз данных, является наполнение их сведениями об объектах промышленной собственности, а также обеспечение возможности быстрого и эффективного поиска.

Наполнение базы данных сведениями о патентах, зарегистрированных в Украине с 1993 года по 2002 год, обуславливает необходимость конвертирования ретроспективных данных разных форматов, представленных на электронных носителях информации, и сканирования информации с бумажных носителей, чтобы

придать ей соответствующую форму и загрузить в базу данных. Перед формированием массива данных необходимо осуществить перевод библиографических данных и рефератов на русский и английский языки, после чего нужно провести проверку файлов на наличие ошибок и устранить их. Процесс обработки данных, вносимых в СБД, может быть интенсифицирован посредством использования специализированного программного обеспечения (диагностика ошибок и их исправление). Значительная часть материалов заявок на изобретение (формула, описание, чертеж, библиография), которые подаются в Укрпатент, уже существуют в электронном виде. Обработка таких материалов проходит значительно быстрее. Этот ресурс можно использовать, если ввести систему электронной подачи заявок в Украине.

При разработке специализированной базы данных большое значение имеет наличие эффективной поисковой системы. Пользователю СБД необходимо иметь возможность реализовать различные виды поиска: предметный (тематический), именной, нумерационный, поиск по ключевым словам в названии, тексте реферата и в полных текстах описаний. Так, программное обеспечение, разработанное для СБД «Изобретения в Украине» позволяет правильно формулировать запрос, осуществлять поиск по этому запросу, отображать найденные документы на экране компьютера и распечатывать отобранные документы.

Выводы. Таким образом, организационно-экономический механизм управления НТП Украины в условиях инновационной экономики должен базироваться на сочетании действия рынка и государственного регулирования, направленного на выработку и реализацию долгосрочной перспективы развития, науки и техники в Украине. Важнейшей задачей является создание необходимых предпосылок становления и развития рыночных отношений в научно-технической сфере Украины. Переход к рыночной экономике предполагает формирование в Украине рынка научно-технической продукции, широкое включение в экономический оборот результатов интеллектуального труда. Предметом купли-продажи на рынке научно-технических нововведений должны стать результаты научного труда, новая техника и технология, изобретения, ноу-хау, консультационные услуги, методические и справочные материалы, а также услуги по подготовке управленческих кадров. Товаром, функционирующим на рынке, может и должна стать научно-техническая информация, в том числе патентная, экономический анализ, прогнозы, обзоры и др. В соответствии с вышеизложенным: НТП и интеллектуальной деятельности должно придаваться приоритетное значение; для производства возможен только интенсивный путь развития; построение новой современной системы управления НТП.

Особо следует отметить необходимость создания межотраслевых центров, объединяющих исследовательские и образовательные программы для высшей школы. Такой трансфер знаний обеспечивается развитием триады – наука, бизнес, власть. Ориентация на подготовку исследовательских кадров, характер компетенций которых должен соответствовать актуальным направлениям науки и техники.

Таким образом, наличие постоянно растущей потребности граждан Украины и зарубежных стран в оперативном доступе к патентной документации Украины обуславливает необходимость внедрения современных информационных технологий

для публикации информации об объектах промышленной собственности. На сегодняшний день Укрпатент ведет активную работу по созданию специализированной базы данных, содержащей такие сведения. Уже создана электронная версия бюллетеня «Промислова власність», готовятся выпуски «Регионального CD-ROM», ведется разработка СБД «Изобретения в Украине». Однако существование версий СБД на CD-ROM полностью не устраняет проблему. Для ее решения необходимо также обеспечить возможность эффективного доступа к таким базам данных для любого пользователя Internet.

Нельзя не учитывать также перспективы международного сотрудничества в рамках ВОИС - создание глобальной информационной сети Wiponet. Такая мощная мировая инфраструктура, без сомнения, поможет решить многие проблемы, связанные с поиском и обработкой информации об объектах промышленной собственности, что будет способствовать большему вовлечению украинских стейкхолдеров в процесс мирового трансфера знаний.

Список литературы: 1. Вопросы новой экономики 2007-2008 гг.; Новая экономика / под ред. Е.Ф. Авдокушина, В.С. Сизова. Магистр, 2009. 2. Авдокушин Е.Ф. Глокализация как характерная черта новой мировой экономики / Вопросы новой экономики. 2008. № 3-4. 3. Богокин А.Л. Стратегическое управление и его роль в развитии корпорации (на примере США). Дисс. на соискание уч. ст. канд. эк. наук. 1991, 4. Паладій М.В., Середній клас та його роль в формуванні інтелектуального капіталу суспільства. www.ndiiv.org.ua, 5. Чеботарев В., Буттаева А. Формирование рынка интеллектуальной собственности в Украине// «Світ інтелектуальної власності», № 34, 2003, 6. Вачевський М.В. Соціально-економічні аспекти використання інтелектуальної власності в сучасних умовах. Теорія і практика – К.:ЦНЛ., 2004, 7. Edvinsson, L. & Malone, M. Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower, 1997, Harper Business, New York. 8. Савченко О.И., Шимпф К., Особенности ценообразования при коммерциализации объектов интеллектуальной собственности и технологических инноваций /Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2006.- №41 (1), стор. 193 – 201, 215 с., 9. Дулетин Ю.А., Казакова Н.В. Трансфер и коммерциализация инноваций в экономике знаний. – Саратов: КУБиК, 2012. – С. 108-114., 10. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. - М., 2000. - С.39., 11. Гибсон Д. Трансфер технологий между субъектами рынка // Трансфер технологий и эффективная реализация инноваций. - М.: АНХ, 1999. - С.20, 22., 12. Хрисанов Ю.Н., Дулетин Ю.А., Казакова Н.В. Трансфер инноваций и управление человеческим капиталом в современной экономике. - <http://innclub.info>. Система информационно-аналитических ресурсов по инновационной и технологической тематике. – 2011.

Надійшла до редколегії 14.05.2013

УДК 330.341.1

Развитие механизмов трансфера знаний в инновационной экономике / О.И. Савченко, Р.А. Нестеренко, В.В. Остапчук/ Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - №45(1018) - С. 150-158. Бібліогр.: 7 назв.

В статті розглянуто загальні підходи до визначення міжнародного обміну науково-технічними знаннями як необхідної складової формування стратегії інноваційного розвитку. Проведений аналіз показав, що слід зосередити зусилля на вдосконаленні управління інноваційними процесами підприємств та університетів. Рекомендується розвивати міжгалузеві центри, що об'єднують реальний сектор економіки, науку і освіту.

Ключові слова. Економіка знань, обмін знаннями, інноваційний розвиток, трикутник знань, інноваційні процеси, стартапи, патентна інформація, інтелектуальна власність

In article the general approaches of international exchange definition by scientific and technical knowledge as a necessary component of strategy formation of innovation development are considered. The carried out analysis has shown, that it is necessary to concentrate efforts on increase of attention to innovation processes management of enterprises and universities. It is recommended to develop the interbranch centers which unite real sector of economy, a science and education.

Key words. Economy of knowledges, knowledges transfer, innovative development, triangle of knowledges, innovative processes, start-up, patent information, intellectual property

ЗМІСТ

Березянко Т.В. Проблеми кадрового менеджменту національного корпоративного сектору.....	3
Бояринова К.О. Інноваційність функціонування підприємства в теоріях організації.....	8
Гераськова О.О., Войтко С. В. Роль університетів в інноваційному розвитку та трансфері технологій.....	14
Горбачук В. М. Галузеве програмування з ендогенними цінами	22
Дячек В.В. Науково-теоретична актуальність індикативного державного управління сучасною економікою.....	30
Джеджула В.В. Особливості впровадження та реалізації організаційно-економічного механізму підвищення енергоефективності промислових підприємств.....	36
Євтушенко Г. В. Модель державного управління марочним капіталом.....	42
Ільїна М. В. Управління та соціальне партнерство у сфері туристично-рекреаційної діяльності.....	48
Ілюченко І. І. Напрямки впровадження в Україні зарубіжного досвіду неперервної освіти.....	58
Карлова О.А. Системне управління та пропорційний розвиток інфраструктури міст України.....	63
Кулінічев П.К. Оцінка факторів впливу на конкурентну позицію підприємства.....	69
Македон В.В., Рубець Д.С. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: теорія та методологія.....	75
Мамаєва Г.С. Методичний інструментарій обґрунтування базової стратегії управління стійким розвитком торговельного підприємства.....	87
Охріменко О.О. Організація виробничо-інноваційної діяльності: західна ідеологія та українські реалії.....	94
Селезньова К.В. Обґрунтування факторів впливу на розвиток експортного потенціалу машинобудівного підприємства.....	102

Шаповаленко К. С., Агаєв В. Методика комунікаційної підтримки бренду.....	115
Шаша И.К., Шаша Л.И. Разработка модели управления себестоимостью транспортной продукции.....	121
Шевченко Т.П. Суб'єкти, об'єкти та особливості корпоративної соціальної відповідальності у зовнішньоекономічній діяльності.....	128
Склярук Н.І. Державне регулювання соціально-економічного розвитку малих міст України.....	132
Сментина Н.В. Складові процесу стратегічного планування на мезорівні (на прикладі м. Одеса).....	138
Столярук Х. С. Модель формування конкурентоспроможності фахівця.....	144
Савченко О.И. , Нестеренко Р.А. , Остапчук В.В. Развитие механизмов трансфера знаний в инновационной экономике.....	150