СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: [підруч.] / Андрійчук В.Г. – К.: ІЗМН, 1996. – 512 с.
2. Власність у сільському господарстві / [Юрчишин В.В., Онищенко О.М., Саблук П.Т. та ін.]; за ред. В.В. Юрчишина, П.Т. Саблука. – К.: Урожай, 1993. – 352 с.
3. Галузева комплексна програма "Рис України - 2005-2010" / [Ванцовський А.А., Сідоров Т.Т., Пушка П.Г. та ін.]. – К.: УААН, 2004. – 54 с.
4. Концепція державної підтримки галузі рисівництва в Україні / [Ванцовський А.А., Вожегов С.Г., Шапар І.І. та ін.]. – К.: УААН, 2004. – 18 с.
5. Нелеп В.М. Планування на аграрному підприємстві: [підруч.] / Нелеп В.М. – К.: КНЕУ, 2000. – 372 с.
6. Про затвердження Галузевої комплексної програми "Рис України 2010-2015 роки" / Мінагрополітики, 14.10.2010, № 647/139. – (Нормативний документ Мінагрополітики. Наказ).
7. Рис Херсонщини: Цільова комплексна програма розвитку галузі рисівництва / [Логвиненко Г.Ф., Ванцовський А.А., Морозов Р.В. та ін.]. – Херсон: Колос, 2000. – 44 с.

УДК 330.113: 334.758

ІНФОРМАЦІЙНА ЕКОНОМІКА ЯК СЕРЕДОВИЩЕ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ

***Морозова О.Г.** – аспірант, Інститут економіки та прогнозування НАН України*

Постановка проблеми. Теорія інформаційної економіки виникла у 60-ті роки XX століття у зв'язку з розвитком новітніх технологій та зростаючою потребою суспільства в інформації. На початку XXI століття суб'єкти суспільної діяльності та економічні агенти все частіше стикаються з ситуацією, коли змінюється система цінностей суспільства, його соціальний розподіл, а причина тому – зміна місця і ролі інформації в сучасному господарстві, де інформація набуває засобу досягнення соціальних і економічних результатів [1].

Стан вивчення проблеми. Широке коло питань, пов'язаних із дослідженням інформаційної економіки, знайшли своє відображення у працях таких зарубіжних вчених, як Л. Абалкін, Д. Белл, Е. Маймінас, Ж. Сапір, Дж. Стігліц, А. Тіхонов, Е. Тоффлер, Ю. Ясінський, Хаяші та ін. Досліджені питання висвітлені у публікаціях вітчизняних науковців Т. Артьомової, В. Гейця, А. Гриценко, А. Чухно, Л. Федулової та ін. Водночас, незважаючи на велику кількість досліджень, проблеми інформаційної економіки як середовища господарської діяльності фірми ще не є чітко сформульованим і залишаються поза увагою дослідників.

Завдання і методика досліджень. Головним завданням дослідження є теоретичне узагальнення та обґрунтування наукових засад функціонування інформацій-

ної економіки. Теоретична база дослідження ґрунтується на фундаментальних положеннях сучасної економічної теорії, теорії управління та працях провідних вітчизняних і зарубіжних учених.

Результати досліджень. Зміст категорії "інформаційна економіка" розкриває роль і значення інформації, науки та освіти, аналізує значення людини, розвиток її як особистості, висвітлює розвиток демократії суспільства, політичних систем, державного регулювання та прогнозування економіки, культури та інших сфер людської діяльності.

Теорія інформаційної економіки досліджує проблеми моделювання інформаційних ринків, тобто тих, на яких товаром є інформація, інтелектуальна власність, виробництво інтелектуальної продукції, моделювання економічного зростання [2].

У теоретичних концепціях постіндустріального суспільства, економіка якого ґрунтується на широкому застосуванні наукового знання, роль творчої особистості та інтелектуальних ресурсів стає провідною. Зазначене підтверджується такими характеристиками сучасного способу виробництва: надзвичайно швидкий темп; широкі масштаби та глибина змін у розвитку науки і техніки, що мають революційний вплив на всю господарську систему; наявність різних галузей матеріального виробництва і сфери послуг тощо. Для створення суспільного багатства знання та інформація стають вагомішими за матеріальні фактори. Використання цих нових факторів забезпечує зростання ефективності виробництва та збільшення суспільного продукту. У структурі суспільного виробництва збільшується питома вага високотехнологічного сектора, у складі виробленої продукції зростає частка доданої вартості за рахунок інтелектуальної складової, змінюється характер людської праці на користь творчої та інтелектуальної діяльності, разом із процесами дематеріалізації виробництва основним фактором стає рівень технологізації, а основним ресурсом стає творчий та інтелектуальний потенціал працівника.

Слід зазначити, що у 70-80-х роках XX століття японський вчений Т.Сакайя відзначив, що традиційні фактори виробництва вже не визначають ту цінність, яку споживачі визначають за тим чи іншим продуктом. Зокрема, у 1985 році в книзі "Вартість, створювана знанням, або історія майбутнього" Т. Сакайя зазначив "…я вважаю, що нині ми вступаємо в новий етап цивілізації, на якому рушійною силою є цінності, створювані знаннями, тому я називаю цей етап суспільством, що базується на створюваних знанням цінностях" [3]. Е. Тоффлер у серединні 80-х років XX століття зазначив, що більшість компаній "третьої хвилі" вже не збільшують свої прибутки за допомогою "вижимання поту" із своїх співробітників, головного значення набули інформація і творчість [4].

Отже, на початку XXI століття була теоретично обґрунтована пріоритетність нематеріальних ресурсів у формуванні конкурентних переваг підприємств. Важливим аспектом використання інформаційних ресурсів є ефект мережевої взаємодії, який обумовлений тим, що багато одиниць сучасної техніки працюють у межах розгалуженої мережі (чим більше елементів у мережі, тим більше користі і відповідного економічного ефекту).

Інформаційна економіка має свої специфічні організаційні форми та інститути, які є новими або модифікованими. Фірма є однією з організаційних форм, яка добре пристосувалася до гнучкої виробничої системи інформаційної економіки. У дослідженнях італійських підприємств, проведених Скіатарелла, вказано, що малі та середні фірми краще за великі схильні утворювати робочі місця, отримують прибутки, заохочують інвесторів, збільшують продуктивність. Фрідман у дослідженні японської індустріальної структури вказує, що тільки в густій мережі ма-

лих та середніх підприємств-субпідрядників міститься японська конкурентоспроможність. Розрахунки М. Тейця при дослідженні підприємств Каліфорнії також вказують на життєву силу та економічну роль малих та середніх підприємств. З урахуванням цього можна стверджувати, що малі та середні фірми представляються формами організації, які пристосовуються до гнучкої виробничої системи інформаційної економіки.

Слід зазначити, що нині спостерігається криза традиційної корпоративної організаційної моделі, заснованої на вертикальній інтеграції та ієрархічному функціональному управлінні, лінійно-апаратній системі суворого технічного и соціального розділення праці на фірмі.

Малі та середні фірми вводять у життя мультінаправлену мережеву модель. Малі та середні фірми, на думку Харрісона, знаходяться під контролем системи субпідрядів або під фінансово-технологічним господарюванням великих корпорацій. Зразком виробничої мережі іншого роду є іспанські середні фірми, які мали горизонтальні мережі в інших країнах та галузях. Виробничі мережі, які мають назву модель Бенеттон – це муніципальне підприємство, яке виросло з маленького родинного бізнесу. Таким чином, мережева модель є ефективною на виробничому рівні та ґрунтується на розподілі праці серед фірм і домогосподарств. Цей тип мережевої організації є проміжною формою між вертикальною дезінтеграцією, через угоди про субпідряд між великою фірмою, і горизонтальною мережею невеликих фірм. Зауважимо, що це горизонтальна мережа, яка заснована на сукупності відносин "центр - периферія" як відносно попиту, так і пропозиції. Такі форми горизонтальних ділових мереж, інтегрованих вертикально через фінансовий контроль, характеризують операції прямих продаж в Америці та надають інформацію децентралізованим структурам багатьох бізнес-консалтингових фірм у Європі, які організовані під "парасолькою" контролю якості.

К. Імаі обумовив тезу про трансформацію корпорацій у мережі, досліджуючи японські та американські мультинаціональні корпорації. Він вважає, що процес інтернаціоналізації ділової активності проходить у фірмах трьома стратегічними шляхами. Перший традиційний спосіб відноситься до стратегії ведень операцій на багатьох внутрішніх національних ринках для компаній, які інвестують капітали за кордоном з свого національного плацдарму. Друга стратегія націлена на глобальний ринок і організовує різні функції компанії в різних країнах (функції, які інтегруються в розробленій глобальній стратегії). Третя стратегія характерна для передової економічної та технологічної стадій, заснованих на мережах, перетинаючи кордони. При цій стратегії компанії, з одного боку, пов’язані з багатьма внутрішніми національними ринками, з іншого – ці різноманітні ринки обмінюються інформацією між собою. Компанії не контролюють ринки зовні, а інтегрують свої долі ринку та ринкову інформацію, ігноруючи кордони. У старій стратегії прямі іноземні інвестиції націлені на здійснення контролю. Нова стратегія характеризується тим, що інвестиції націлені на створення мережі відносин між компаніями, які оперують у різному інституційному середовищі. Глобальній конкуренції допомагає "інформація з місць" кожного ринку. Основний чинник – інформація, яка поступає з певного місця в певний час. Інформаційна технологія дозволяє одночасно децентралізувати вилучення такої інформації та інтегрувати її в гнучкій системі розробки стратегії. Слід додати, що така структура дає можливість невеликим фірмам зв’язуватися з великими корпораціями, формуючи мережі, що дає змогу постійно вводити інновації та здійснювати адаптацію. Таким чином, фактичною оперативною одиницею стає діловий проект, очолюваний мережею, а не окрема

компанія чи формальна група компаній. Найбільш важливою є інформація, яка оброблюється у процесі обміну між компаніями на основі досвіду. Інформація циркулює в таких мережах: у мережах між компаніями; у середині компанії; в індивідуальних мережах; у комп'ютерних мережах. Новітні інформаційні технології, по міркуванню К. Імаі, відіграють вирішальну роль у праці адоптивної моделі. Отже, така мережева модель є платформою конкурентоспроможності японських фірм [4].

Висновки та пропозиції. З розвитком новітніх технологій та зростаючою потребою суспільства в інформації суб'єкти суспільної діяльності та економічні агенти змінюють систему цінностей суспільства, його соціальний розподіл, інформація набуває засобу досягнення соціальних і економічних результатів. Роль інформації в економічному розвитку зростає, випереджуючи значимість засобів виробництва і природних ресурсів. Інформаційна економіка як середовище господарської діяльності фірми приводить до модифікації фірм у нові форми, визначає принципи, які полягають у підвалинах фірми та за її межами, здійснює системне узагальнення основних напрямів адаптації фірми до зовнішнього середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Геец В. Социогуманитарные составляющие перспектив перехода к социально ориентированной экономике в Украине / В. Геец // Экономика Украины. – 2000. – №1. – С. 4-11.
2. Гелбрейт Дж. К. Экономическая теория и цели общества / Гелбрейт Дж. К.; [пер. с англ]. – М.: Прогресс, 1979. – 406 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Кастельс М. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.
4. Клейнер Г. Системная парадигма и теория предприятия / Г. Клейнер // Вопросы экономики. – 2002. – С. 47-69.

УДК: 631.115.11: 338.43

СИСТЕМА ФОРМУВАННЯ І ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У ВИРОБНИЦТВІ В УМОВАХ РИЗИКУ І НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Мохненко А.С. – д. е. н., Херсонський ДАУ

Постановка проблеми. У теперішній час у розвинутих країнах спостерігається значне скорочення субсидування сільськогосподарського сектора унаслідок зростаючої глобалізації і пов'язаної з нею лібералізацією ринків. У зв'язку з цим уряди багатьох розвинутих країн починають широко використовувати і розвивати інструменти і стратегії регулювання агропромислового виробництва, що базуються на ринкових механізмах і відповідають положенням ВТО. Ця проблематика стає важливою і в Україні, через поглиблення її інтеграції у світовий простір і, зокрема, у зв'язку зі вступом у ВТО.

У середньостроковій перспективі в Україні планується створення системи по забезпеченню безпеки продовольчих товарів, модернізація системи контролю яко-