

Посилання на статтю

Россошанская О.В. Информационно-ценностная модель определения стоимости реализации проектов формирования стратегического потенциала предприятия/О.В. Россошанская// Управління проектами та розвиток виробництва: Зб.наук.пр. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля, 2005 - №3(15). С. 19-31. Режим доступу: <http://www.pmdp.org.ua/>

УДК 65.012.32

О.В. Россошанская

ИНФОРМАЦИОННО-ЦЕННОСТНАЯ МОДЕЛЬ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СТОИМОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Предложена информационно-ценностная модель определения стоимости реализации проектов формирования стратегического потенциала предприятия. Она учитывает ряд основных факторов: вероятность успешного завершения работ по формированию стратегического потенциала; относительную оригинальность и время появления стратегического ноу-хау и др. Определение вклада этих факторов в цену проекта производится на основе анализа жизненного цикла стратегии развития и рангового распределения терминов документального информационного потока той области знаний, к которой относится стратегическое ноу-хау. Рис. 4, табл. 3, ист. 29.

Ключевые слова: стратегическое ноу-хау, цена проекта, стратегический потенциал предприятия, жизненный цикл, ранговое распределение.

О.В. Россошанська

ІНФОРМАЦІЙНО-ЦІННІСНА МОДЕЛЬ ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТІВ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.

Запропоновано інформаційно-ціннісну модель визначення вартості реалізації проєктів формування стратегічного потенціалу підприємства. Вона враховує низку основних факторів вірогідності успішного завершення робіт з формування стратегічного потенціалу; відносну оригінальність та час появи стратегічного ноу-хау тощо. Визначення вкладу цих факторів в ціну проєкту здійснюється на основі аналізу життєвого циклу стратегії розвитку та рангового розподілу термінів документального інформаційного потоку тієї чи іншої області знань, до якої належить стратегічне ноу-хау. Рис. 4, табл. 3, дж. 29.

O.V. Rossoshanskaya

THE INFORMATION-VALUE MODEL FOR CALCULATING THE PROJECTS OF THE ENTERPRISE'S STRATEGIC POTENTIAL GENERATING.

The information-values model for calculating the projects of the ehterprise's strategic potential generating is presented. It accounts such basic factors as successful end of works on generating strategic potential, relative originality and strategic know-how appearance time etc. Defining their contribution to the project cost is realized due to development strategy' s life cycle analysis and rang

Постановка проблемы в общем виде. В последнее время вопросам формирования стратегического потенциала предприятий уделяется все большее внимание [1]. Это связано, в первую очередь, с переходом глобальной экономики в новую фазу – экономику знаний и человеческой изобретательности, которые вместе приблизили эру мудрости [2, с. 16]. Такая экономика основана на знаниях, интеллекте и передовых технологиях, которые стали основой современного общества. Уже сложилась ситуация, что даже традиционные товары насыщены и перенасыщены интеллектуальной составляющей. Так, например, сегодня около 70 % стоимости нового автомобиля приходится на его нематериальную часть [3, с. 20]. А описание пылесосов Electrolux Oxygen больше соответствует научной статье, чем инструкции: «Все пылесосы серии оснащены гипоаллергенной системой, герметичным корпусом, антибактериальным мешком – пылесборником, дистанционным управлением с инфракрасным индикатором, а также индикатором контроля за наполнением пылесборника» [4].

Вот рекомендация, которую дают профессора Стокгольмской школы экономики Кьель Нордстрем и Йонас Риддерстрем, авторы книги «Бизнес в стиле фанк» – настольной книги для тех, кто пытается освоить язык и рецепты новой экономики. «Чтобы выжить и преуспевать, вам стоит вооружиться самым убийственным из оружий – знанием» [3, с. 9]. Сегодня «...самые критические ресурсы нашего времени – наши собственные мозги. Власть переходит от тех, кто вкладывает деньги, к тем, кто вкладывает компетентность» [3, с. 14]. А приобрести (или развить) определенную компетентность (компетенцию) наиболее рационально через процесс обучения. По мнению Питера Дракера, в книгах, базах данных, программах нет знаний, в них можно найти только информацию. Знания всегда находятся в людях, поддерживаются людьми, применяются людьми, переходят от одного человека к другому в процессе обучения и, наконец, используются людьми правильно или неправильно» [5]. При этом речь идет не о получении базового образования как источника формирования базовых компетенций, а об образовании, связанном со стратегией развития предприятий. В первую очередь, это магистерские программы обучения, содержащие только циклы профессиональной и практической подготовки в отличие от бакалаврских программ, которые включают также блоки гуманитарной, социально-экономической подготовки и естественно-научной подготовки [6, с. 57]. В этих программах изучению вопросов, связанных со стратегическим ноу-хау, можно уделить 760-970 часов (вариативная часть программы подготовки) из 2160 часов общего учебного времени подготовки [7]. Традиционно вопросы обучения и формирования стратегического потенциала предприятия рассматриваются отдельно. Это значительно снижает эффективность применения современных методологических подходов стратегического управления как одного из инструментов развития предприятия [8].

Анализ последних исследований и выделение нерешенной части общей проблемы. В работе [9] разработана системная модель рынка образовательных услуг, ориентированная на формирование стратегического потенциала предприятия, а в [10] определена роль и место обучения при формировании стратегического потенциала. В работе [11] показано, что наиболее целесообразно обучение организовывать и реализовывать в рамках методологии управления проектами. Однако на практике полученные в этих работах научные результаты не могут быть использованы, т.к. остаются

нерешенными экономические вопросы и, в первую очередь, определения стоимости той части программы обучения (образовательного проекта), которая предусматривает создание информационной основы формирования стратегического потенциала предприятия.

Поэтому **целью статьи** является разработка модели определения стоимости реализации образовательных проектов формирования информационной основы стратегического потенциала предприятия (далее проекта).

Изложение основного материала исследования. При построении модели определения стоимости проекта необходимо базироваться на системных принципах управления проектами и в первую очередь на принципе единого основания [12]. Для этого определимся с базовыми терминами «потенциал» (в экономическом смысле), «стратегический потенциал» и другие потенциалы.

По утверждению авторов работы [13, с. 39], производственному потенциалу, как сложной системе, посвящено ограниченное количество работ. А различия в подходах к определению понятия и содержания потенциала свидетельствует о том, что четкое определение термина «производственный потенциал» еще не сформулировано [14, с. 117]. В основном под потенциалом предприятия принято понимать совокупность определенных показателей или факторов, характеризующих его силу, источники, возможности, средства, запасы, способности, ресурсы и многие другие производственные резервы, которые могут быть использованы в экономической деятельности [15, с. 1058]. Т.е. эквивалентным отличительным признаком в определении является совокупность показателей или факторов. Проведенная структуризация определений потенциал с использованием метода системных триад дефиниций (табл. 1) показала, что потенциал можно рассматривать как возможность (использования, приведения в действие).

Таблица 1

Структурные составляющие определения «потенциал»

Термин, источник	Системная триада дефиниций			Эквивалентный отличительный признак
	Единичные	Связанные	Целостные	
Экономический потенциал [1, с. 45]	имеющиеся в наличии ресурсы	формировать и удовлетворять	потребности	совокупные возможности
Производственный потенциал [14, с. 115]	производственная база	потенциальные возможности	производство продукции	совокупность характеристик
Потенциал [15, с. 1058]	производственные резервы	могут быть использованы	экономическая деятельность	совокупность показателей или факторов
Конкурентный потенциал [16]	намеченный режим функционирования	изменять	конкурентные преимущества	свойство системы (предприятия)
Стратегический потенциал [17, с. 5]	упорядочение совокупности ресурсов и резервов	комплексное использование	реализация возможностей	потенциальные возможности
Функциональный потенциал [18, с. 266-268]	профессиональный уровень, техническая	обладать	системное свойство	сложное сочетание различных

	база, оборудование, объем знаний, опыт			факторов
Производственный потенциал [19, с. 58-60]	ресурсный подход			совокупность ресурсов
	структурный подход			соответствие прогрессивным нормам и нормативным соотношениям
	проблемно-ориентированный подход			соответствие поставленным целям
	отдельные производственные и управленческие подсистемы	достижение	поставленные цели	система ресурсов

Однако любая возможность имеет ценность только тогда, когда ее реализация в виде совокупности действий приведет к получению определенного результата (товара, услуги), который будет востребован. Если результат не востребован, либо его «намного больше чем надо», то такая возможность в экономическом плане не представляет ценности. Из этого следует, что говорить о потенциале можно только по отношению к конкретному результату (точке отсчета, поставленной цели), который будет востребован в полном объеме.

В терминах системного подхода потенциал можно определить, как внутреннюю возможность в настоящее время системы получить результат в будущем, который будет полностью востребован другой(ими) системой(ами) (например, социальными). Т.е. потенциал можно рассматривать как свойство системы. На рис.1 приведен один из вариантов графического представления понятия «потенциал», в основу которого положена модель системы.

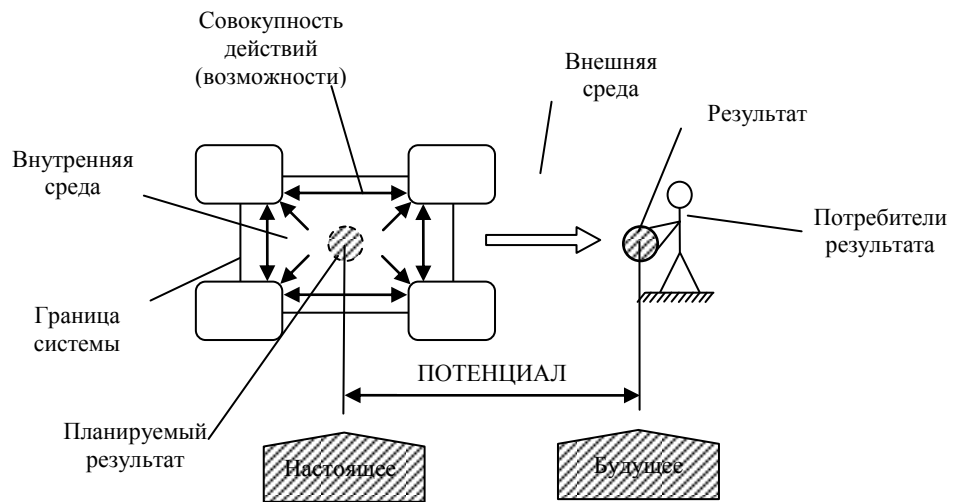


Рис. 1. Графическое представление понятия «потенциал», как свойства системы

Учитывая, что потенциал обычно входит в наши понятия при изучении физики (раздел механики), его можно изобразить в виде механистической модели (рис. 2).

Применительно к стратегическому потенциалу точкой отсчета, относительно которой определяется возможность, должно быть конкретное ноу-хау, как основной элемент стратегической инициативы. Такое ноу-хау можно назвать стратегическим, и для целей обучения определить его как информацию о бизнес-идее, которая согласуется с миссией предприятия и позволит с допустимой степенью вероятности реализовывать амбициозные цели предприятия по качественному удовлетворению прогнозируемых, персонифицированных запросов потребителей. Это определение полностью коррелируется с понятием «стратегический потенциал предприятия», системная структуризация которого приведена в работе [9].

Исходя из определения стратегического ноу-хау, можно сформулировать цель выборочной (вариативной) части программы обучения магистров: создание информационной основы и формирование компетентности у обучаемого относительно круга вопросов, связанных с разработкой и реализацией стратегического ноу-хау, т.е. у обучаемого должны появиться знания, использование которых позволит ему на практике проявить в виде конкретных действий свою компетентность касательно реализации стратегического ноу-хау.

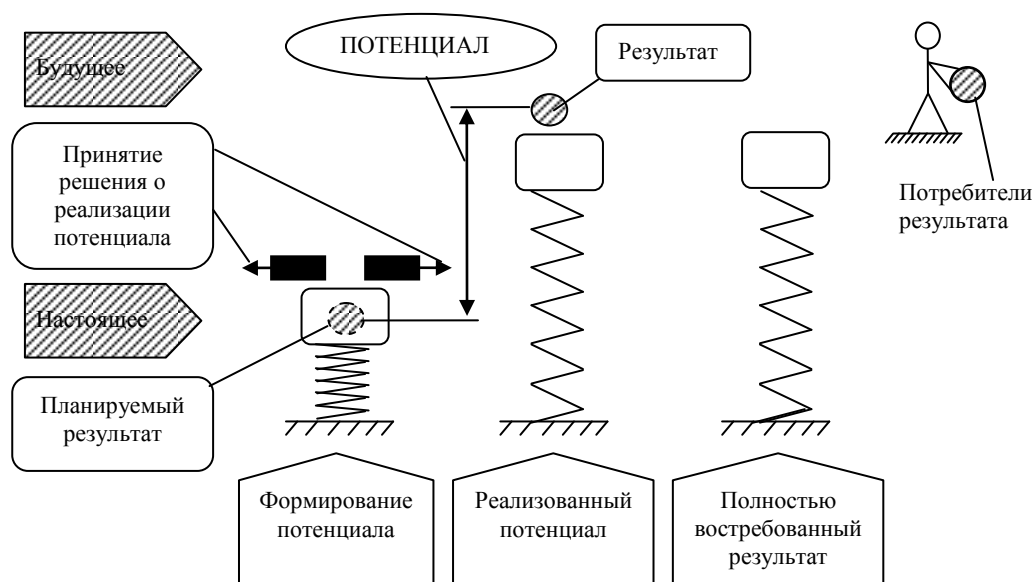


Рис. 2. Механистическая модель изображения потенциала

Применяемые подходы к определению цены образовательных услуг сводятся к двум: затратному и рыночному [20, с. 240]. Оба этих подхода основаны на методах установления цены на основе калькуляции полной себестоимости и расчете прибыли. Однако ни один из этих подходов не может оценить затраты на удовлетворение заказчика (через обучение конкретного лица или группы лиц) относительно его стратегического ноу-хау.

Существующие попытки решения этой проблемы, например, В.И.Мироновым через теорию предельной полезности, малопригодны для

практики, т.к. количественно измерять полезность крайне сложно и неоднозначно.

Процесс передачи знаний о стратегическом ноу-хау через обучение в рамках проекта предполагает реализацию таких основных этапов:

- разработка программы и определение содержания обучения;
- подготовка необходимого информационно-методического материала;
- организация процесса обучения с учетом специфики стратегического ноу-хау;
- реализация процесса обучения;
- контроль и презентация результатов обучения заказчику.

Так как информацию ценную и полезную для стратегического ноу-хау найти в учебниках и учебных пособиях невозможно (в противном случае это будет не стратегическое ноу-хау), то основные затраты учебного заведения будут связаны с подготовкой информационно-методического материала. И именно уникальность этого этапа будет отличать каждый проект, который связан со стратегическим ноу-хау конкретного предприятия. Этот этап по сути соответствует одной из стадий прикладной НИР [21]. А, следовательно, его результат относится к объекту интеллектуальной собственности, в частности, к объектам авторского права, а именно к «...литературным письменным ... произведениям научного, технического или любого характера» [22]. Поэтому и оценку затрат на реализацию этого этапа целесообразно провести с позиции оценки интеллектуальной собственности.

Определение ориентировочной стоимости выполнения НИР обычно производится аналоговым методом либо методом удельных затрат [23, с. 189]. Эти методы учитывают продолжительность НИР, численность персонала, который выполняет НИР и среднегодовую заработную плату (или выработку). Т.е. их можно отнести к подходу, базирующемуся на затратном принципе [24, с. 17]. Их применение к определению стоимости обучения не позволит учесть ту ценность, которую принесет компетентный специалист после обучения для предприятия в плане реализации стратегического ноу-хау. А эта ценность будет зависеть от следующих основных факторов, которые можно учесть соответствующими коэффициентами:

- от времени относительно начала фазы реализации и завершения действующей стратегии (коэффициент K_c);
- от тех шагов (видов деятельности), которые можно после окончания обучения начать реализовывать на предприятии в направлении подготовки перехода на новую стратегию, базирующуюся на стратегическом ноу-хау (K_p);
- от вероятности успешного завершения работ, связанных с формированием стратегического потенциала и относительной степени новизны стратегического ноу-хау (K_n);
- от относительной оригинальности стратегического ноу-хау в рамках знаний предметной области, к которой оно относится (K_o).

Анализ перечисленных факторов показывает, что первые два тесно связаны с таким понятием, как жизненный цикл, а два вторых – с ранговым распределением терминов в документальном информационном потоке той области знаний, к которой относится стратегическое ноу-хау (далее потоке). Если использование первого понятия является общепринятым в экономических исследованиях, то второе менее применимо. Поэтому дадим краткое пояснение ранговому распределению [25]. Это графическое (реже табличное) представление частоты появления терминов в потоке. Наиболее часто встречающиеся в потоке термины не имеют высокой ценности для стратегического ноу-хау, т.к. выполняют индикативную функцию. Это термины

начала рангового распределения (зона 1, рис. 3). В середине распределения (ядре) находятся термины, передающие смысл предметной области, к которой относится стратегический ноу-хау (зона 2). И чем дальше от начала распределения находится термин, связанный со стратегическим ноу-хау, тем выше его вероятность оригинальности и новизны, этого ноу-хау. В конце рангового распределения (зона 3) располагаются термины, очень редко встречающиеся и которые обычно продуцируются во время выполнения научно-исследовательских работ, т.е. можно предположить, что если термины стратегического ноу-хау попадут в эту зону, вероятность быстрой коммерциализации этого ноу-хау очень низка.

Обычно ранговое распределение описывается гиперболической функцией. Однако при проведении экономических расчетов для упрощения (без потери сущности) ее целесообразно представить в виде ломаной кривой. Координаты характерных точек 1 и 2 (рис. 3) можно определить, например, по методике, описанной в работе [26].

Расположение терминов стратегического ноу-хау можно характеризовать тремя величинами: минимальным (r_{\min}) и максимальным (r_{\max}) рангами, а также модальным рангом (r_{m0}), который соответствует наиболее часто встречающемуся термину в стратегическом ноу-хау.

Если стратегическое ноу-хау относится к междисциплинарной области знаний, то построение рангового распределения целесообразно производить по объединенному документальному информационному потоку, который состоит из документов разных областей знаний. При этом целесообразно ранг определять не для отдельных терминов, а для словосочетаний, состоящих из терминов двух (или более) областей знаний.

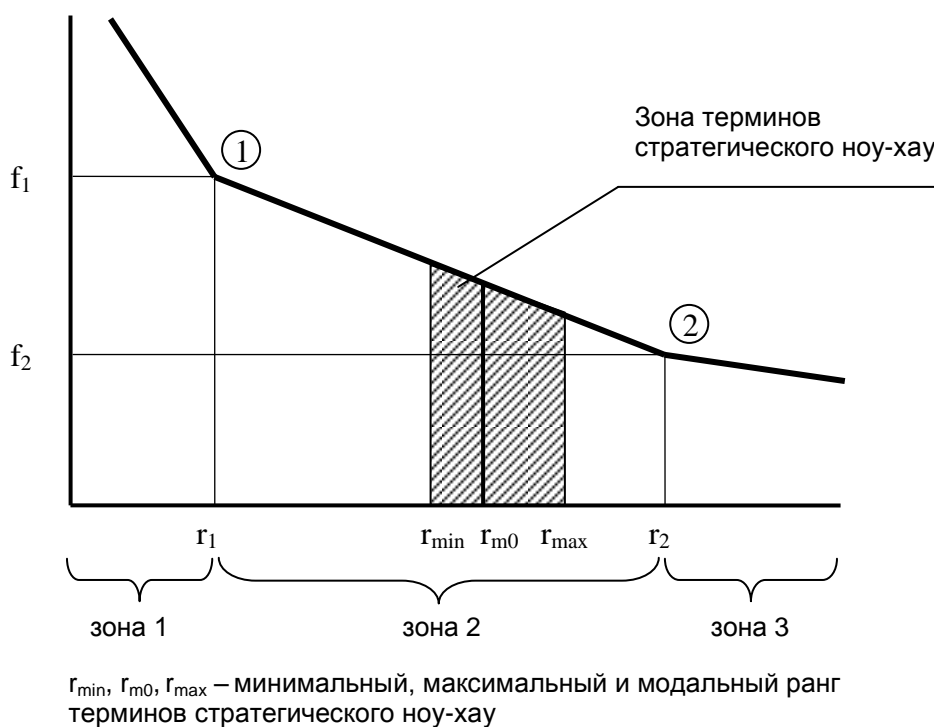


Рис. 3. Представление рангового распределения в виде кусочно-ломаной кривой

В качестве модели определения цены используем формулу, учитывающую разную стоимость так называемой нормативной и выборочной частей программы подготовки

$$u = (1 - \alpha) \cdot u_0 + K \cdot \alpha \cdot u_0, \quad (1)$$

где u_0 – рыночная цена подготовки магистра в конкретном учебном заведении по избранной специальности и стандартной программе подготовки;

α – коэффициент, учитывающий фактическую часть программы подготовки, которая связана со стратегическим ноу-хау предприятия ($0,35 \geq \alpha \geq 0$);

K – коэффициент суммарного повышения цены той части программы подготовки, связанной со стратегическим ноу-хау.

Рыночная цена u_0 является комплексным индикатором, который учитывает имидж учебного заведения, его географическое расположение, конкуренцию на рынке образовательных услуг, престижность специальности и др.

Коэффициент суммарного повышения должен учитывать вышеперечисленные основные факторы. Кроме того, он должен также учитывать разницу во времени по поиску единицы информации, касающейся стратегического ноу-хау, в зависимости от его новизны (коэффициент K_b).

Наиболее целесообразно каждый из факторов учесть отдельным составляющим коэффициентом, который войдет в формулу расчета коэффициента суммарного повышения цены.

Для выяснения особенностей изменения значений каждого из соответствующих коэффициентов в зависимости от различных условий представим их графически в привязке к кривой жизненного цикла или ранговому распределению. При этом будем считать, что в пределах границ изменения значений коэффициенты меняются по линейной зависимости. Такое допущение можно считать вполне оправданным в пределах той точности, которая реально может быть достигнута при построении кривых жизненного цикла и рангового распределения. Т.к. в зависимости (1) коэффициент K играет роль повышающего фактора, его составляющие целесообразно представить так, чтобы их значения были больше 1.

На рис. 4 схематически представлены зависимости составляющих коэффициентов. Первые три коэффициента «привязаны» к ранговому распределению, а последний – к жизненному циклу.

Коэффициент K_b (рис. 4а) учитывает относительное увеличение затрат учебного заведения на поиск информации и подготовку информационно-методических материалов касательно стратегического ноу-хау. Естественно, чем меньше частота появления терминов, относящихся к стратегическому ноу-хау в потоке, тем больше времени и других ресурсов необходимо потратить на поиск информации о нем и подготовку материалов. В первом приближении можно считать, что суммарные затраты в денежном выражении будут возрастать обратно пропорционально рангу в пределах второй зоны рангового распределения. Если на границе первой и второй зон величину коэффициента K_b принять равной 1, то на границе второй-третьей зон он будет равен γ – отношению частот в точках 1 и 2 (рис. 3). Для конкретного стратегического ноу-хау величина коэффициента определяется месторасположением рангов наиболее информационно емких (модальных) его терминов (зона А).

Коэффициент K_n учитывает влияние степени риска новизны стратегического ноу-хау на вероятность успешного завершения работ по его внедрению. Для определения числовых значений коэффициента воспользуемся рекомендациями, которые приведены в работе [23, с. 218] для оценки начального научно-технического риска. Наименьшее значение риска (0,47) рекомендовано для случаев, когда имеются прецеденты разработки экспериментальных образцов или образец создается путем модернизации серийной техники. Наибольшее значение (0,85) рекомендуется для идей, требующих детальной проработки технических путей создания средства и его облика. Применительно к ранговому распределению это будет соответствовать: для первого случая – границе между первой и второй зонами, а для второго – между второй и третьей зонами. Если стратегическое ноу-хау попадает в третью зону, то риск будет возрастать и в конце зоны достигнет единицы. Для перевода значений степени риска в коэффициент, величина которого больше единицы, проведем их нормирование относительно минимального значения (0,47). На рис. 4b представлена зависимость K_n для различных зон рангового распределения.

Коэффициент относительной оригинальности стратегического ноу-хау K_o (рис. 4с) отражает факт, насколько бизнес-идея, которая лежит в его основе может отличаться от аналогичных, находящихся в этой же предметной области.

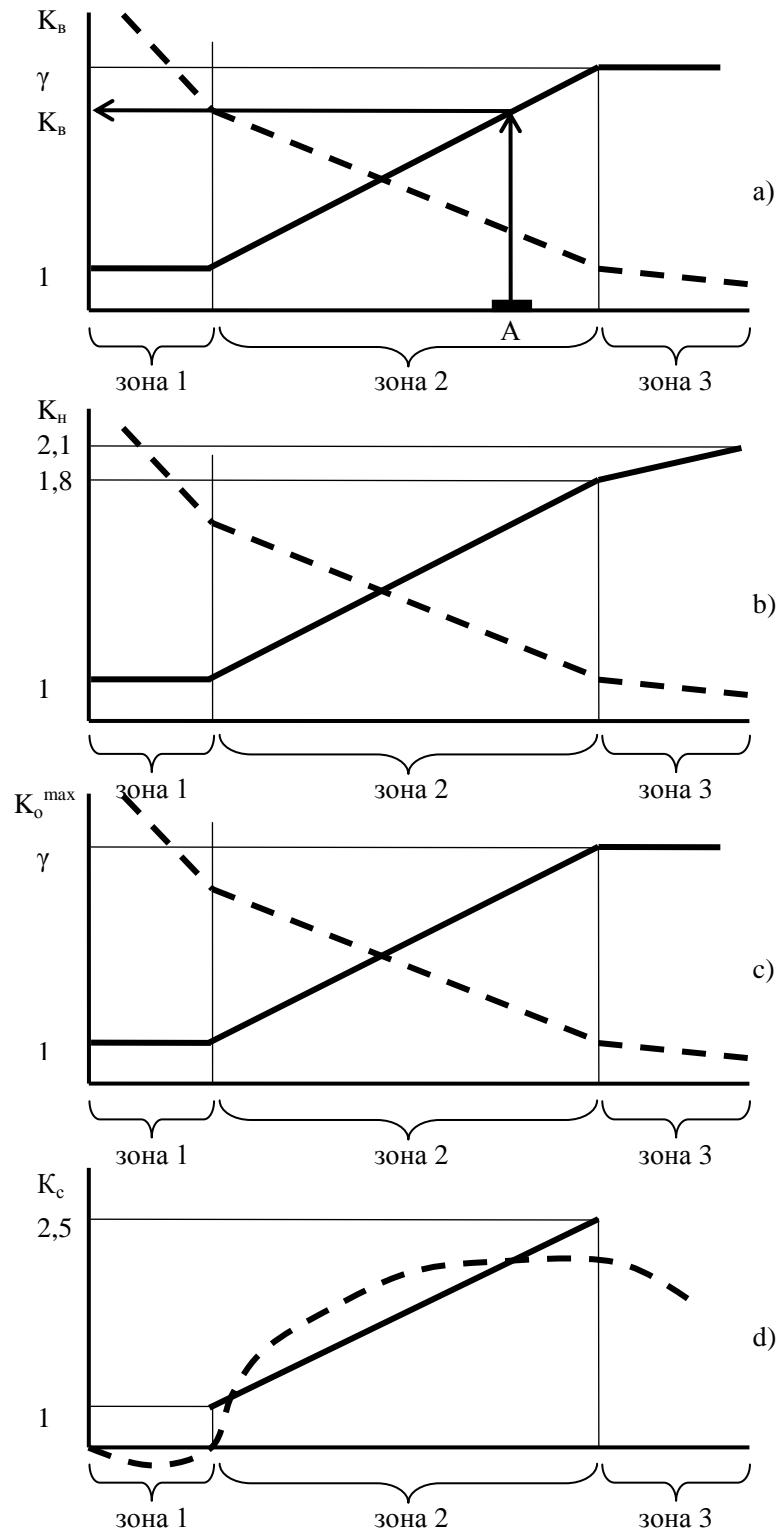


Рис. 4. Характер изменения составляющих коэффициента суммарного повышения цены
 10 "Управління проектами та розвиток виробництва", 2005, № 3(15)

Его величина, в первую очередь, зависит от величины γ и кучности расположения терминов, описывающих ноу-хау, относительно длины зоны 2. Более подробно вывод формулы для расчета этого коэффициента приведен в работе [27]

$$K_0 = \left[\frac{r_{m0} - r_1}{r_2 - r_1} (\gamma - 1) + 1 \right] \left[1 - \beta \frac{r_{\max} - r_{\min}}{r_2 - r_1} \right],$$

где β – коэффициент, учитывающий значимость разброса на снижение относительной оригинальности ($\beta \leq 1$).

Коэффициент K_0 учитывает как фактическое расположение зоны терминов стратегического ноу-хау, так и ее ширину (разброс). Увеличение разброса снижает относительную оригинальность. Коэффициент K_0 может принимать максимальное значение равное $K_0^{\max} = \gamma$.

Для предприятия ценность стратегического ноу-хау зависит от того, на какой стадии роста жизненного цикла предыдущей стратегии (инновации) оно появилось. Если это совпадает с начальным этапом, то ценность незначительна. По мере движения к этапам стабилизации роста, и замедления она вырастает, т.к. предыдущая инновация на этих этапах теряет конкурентоспособность. Максимальную величину возрастания ценности можно в первом приближении принять равной отношению длительности фазы зрелости инновационного цикла к длительности фаз создания и внедрения. По данным работы [28, с. 44] это соотношение приблизительно равно 2,5.

В процессе обучения слушатели выполняют достаточно большое количество курсовых и индивидуальных заданий, проходят практику, готовят выпускную работу. При правильной организации учебного процесса с точки зрения заказчика все эти работы должны быть скоординированы и направлены на завершение одного из этапов разработки стратегического ноу-хау. В документальной форме это может быть выражено в подготовке технического задания на НИР, технического предложения, эскизного проекта. Достигнутый этап разработки во многом будет определять научно-технический риск дальнейшего прекращения проекта разработки и внедрения стратегического ноу-хау. В работе [23, с. 219] приведены значения научно-технических рисков в зависимости от начального этапа, с которого начинается выполнение проекта. Применительно к рассматриваемой задаче эти значения можно использовать при расчете коэффициента K_p . Наименьшее его значение, равное 1, будет соответствовать ситуации, когда обучение заканчивается без какого-либо из вышеперечисленных документов, а наивысшее – если выпускная работа будет содержать эскизный проект. В этом случае при минимальном риске 0,22 коэффициент будет равен $K_p=4,5$. В таблице 2 приведены значения K_p для различных ситуаций завершения обучения.

Таблица 2

Значения K_p для различных ситуаций завершения обучения

Тип документа, касающийся ноу-хау	Без документа	Техническое задание на НИР	Техническое предложение	Эскизный проект
K_p	1,0	1,4	1,8	4,5

Значение коэффициента повышения цены обучения K_p в зависимости от типа документа, разработанного в процессе обучения и представленного в выпускной работе

Существует несколько способов приведения составляющих коэффициентов к единому (суммарному) (например, методом вычисления средней арифметической, средней геометрической). Исходя из сути коэффициента суммарного повышения, применять метод вычисления средней арифметической будет некорректно, т.к. сумма коэффициентов не имеет смысла. Более правильной средней будет средняя геометрическая, которая рассчитывается путем извлечения корня, степень которого равна числу составляющих коэффициентов, из произведения этих коэффициентов

$$K = \sqrt[5]{K_e \cdot K_n \cdot K_o \cdot K_c \cdot K_p} . \quad (2)$$

Проведем анализ возможных границ изменения коэффициента K . Наименьшее его значение равно 1. Оно соответствует случаю, когда стратегическое ноу-хау полностью вкладывается в хорошо разработанную часть предметной области, к которой оно относится (т.е. оно не обладает оригинальностью, ваша идея достаточно проработана), стратегическое ноу-хау появилось на начальной стадии реализации предыдущей стратегии, а выпускная работа не предполагает наличие какого-либо документа, касающегося стратегического ноу-хау.

Наибольшее значение коэффициент суммарного повышения достигает в случае наличия в выпускной работе эскизного проекта на очень оригинальное ноу-хау, идея которого появилась на стадии прекращения роста показателей развития от действующей стратегии. В этом случае величина коэффициента зависит только от соотношения частот γ на границах участков рангового распределения

$$K = 1.88\gamma^{0.4} . \quad (3)$$

В таблице 3 приведены значения K для различных γ .

Таблица 3

Значения коэффициента суммарного повышения цены

γ	2	4	6	8	10
K	2,48	3,27	3,85	4,32	4,72

Как видно, максимальное повышение цены за обучение выборочной части подготовленным программам, которые базируются на стратегическом ноу-хау в реальных условиях, не может превысить более чем в 4 раза стоимость обучения по стандартной программе в сложившихся на момент обучения рыночных цен.

Следует отметить, что выбранная форма представления коэффициента суммарного повышения (формула 2) не единственная. Однако, на наш взгляд, ее отличают простота и возможность проведения анализа чувствительности влияния различных факторов через изменение значений составляющих коэффициентов.

Выводы из данного исследования

1. Показано, что смысловая часть понятий, содержащих термин «потенциал», отражает возможность (кого или чего-либо) относительно выбранной точки отсчета (цели) при условии полной востребованности результата реализации возможности.

2. Предложено стоимость образовательного проекта, связанного со стратегическим ноу-хау конкретного предприятия определять путем повышения рыночной цены подготовки только той части, которая касается стратегического ноу-хау.

3. Повышение цены подготовки обуславливается пятью факторами, каждый из которых учитывает определенные аспекты коммерческой ценности для предприятия той информации, знаний и результатов, которые будут получены после обучения специалистами компании.

4. Предложены графические зависимости с цифровыми данными для каждого из коэффициентов, отражающих определенные аспекты коммерческой ценности и определены границы возможного суммарного повышения стоимости обучения.

Перспективы дальнейшего развития темы. Приведенная в статье ранее недостающая информация дает реальным разработчикам методики оценки проектов формирования стратегического потенциала и реализацию на практике системной модели взаимодействия учебного заведения и предприятия в вопросах формирования стратегического потенциала относительно возможности реализации стратегического ноу-хау.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бузько И.Р., Дмитриенко Н.Е., Сущенко Е.А. Стратегический потенциал и формирование приоритетов в развитии предприятий. – Алчевск: Из-во ДГМИ, 2002. – 216 с.
2. Лемберт Т. Ключові проблеми керівника. 50 перевірених способів вирішення проблем. – К.: Всецвіто, Наукова думка, 2001. – 303 с.
3. Нордстрем К., Риддерстрем Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта. – Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге. – 2005. – 280 с.
4. Коробейников О.П., Трифилова А.А. Интеграция стратегического и инновационного менеджмента // Менеджмент в России и за рубежом, 2001. - № 4. – С. 25-36.
5. Мартин А. Ключова компетенція персоналу // Сінергія. – 2001. - № 1(2). – С. 28-31.
6. Методика розроблення освітньо-професійної програми підготовки фахівця // Інформаційний вісник «Вища школа». – 2003. - № 10. – С. 54-61.
7. Россошанская О.В. Образовательный проект подготовки специалистов специфических категорий // Менеджер. – 2001. - № 3(15). – С. 40-43.
8. Попов С.А. Стратегическое управление: 17-модельная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 4. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 304 с.
9. Россошанская О.В. Модель формирования стратегического потенциала промышленного предприятия в эпоху экономики знаний // Вісник Східноукраїнського національного університету. – 2003. – № 3. – С. 48-54.
10. Россошанская О.В. Роль и место обучения в формировании стратегического потенциала предприятия.// Управління проектами та розвиток виробництва: Зб.наук.пр. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В.Даля, 2005. – № 2(14). – С.81-89.
11. Россошанская О.В. Применение подходов проектного менеджмента к подготовке специалистов и магистров // Методологические проблемы качества обучения и обучения качеству: Сб. материалов научно-метод. Конф. П. Рыбачье, 12-16 сентября 2000 г. – Харьков, 2000. – С. 89-90.
12. Рач В.А. Принципы системного подхода в проектном менеджменте // Управління проектами та розвиток виробництва. – 2000. - № 1(1). – С. 7-9.
13. Воронкова А.Э., Пономарев В.П., Дибнис Г.И. Поддержка конкурентоспособного потенциала предприятия. – К.: Техніка, 2000. – 152 с.
14. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. – Луганск: Изд-во Восточноукраинского национального университета имени Владимира Даля, 2004. – 320 с.
15. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. Прохоров А.М. – М.: Советская энциклопедия, 1989. – 1632 с.

16. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений: Монография. – Харьков: ХГЭУ, 1997. – 246 с.
17. Суценко О.А. Формування стратегічного потенціалу підприємства: Автореф. дис. канд. екон. наук.: 08.06.01./Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. - Луганськ, 2002. – 20 с.
18. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
19. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління: Навч.посібник. – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.
20. Багаутдинова Н.Г. Высшая школа сегодня и завтра: пути преодоления кризиса. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2003. – 426 с.
21. ДСТУ 3973-2000 Система розроблення та поставлення продукції на виробництво. Правила виконання науково-дослідних робіт. Загальні положення. – К.: Держстандарт України, 2001. – 18 с.
22. Закон України „Про авторське право і суміжні права” від 23.12.1993 р. № 3792-XII зі змінами від 22.05.2003 р. № 850-IV 1850-15.
23. Оценка интеллектуальной собственности / Под ред. С.А. Смирнова. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 352 с.
24. Руководство по оценке стоимости бизнеса / Фишмен Д., Пратт Ш., Гриффит К., Уилсон К. – М.: ЗАО «КВИНТО-КОНСАЛТИНГ», 2000. – 388 с.
25. Скороходько Э.Ф. Информационная ценность термина в научном тексте (информативные и информационные маркеры) // Научно-техническая информация. Серия 2. - Информационные процессы и системы. – 1998. - № 9. – С. 13-22.
26. Ступкин В.В., Семидидько А.Д. Об информационном обеспечении задач планирования научных исследований и оптимизации закупки научно-технической литературы в отрасли // Научно-техническая информация. – Серия 2. - Информационные процессы и системы. – 1998. - № 7. – С. 9-16.
27. Россошанская О.В. Определение ценности стратегического ноу-хау предприятия // Економіка, менеджмент, підприємництво. – 2005. – № 14. Ч. I. – 131-141.
28. Ходаков А.В. Стратегия коммерциализации: теория и практика / Коммерциализация технологий: теория и практика. Под. Общ. Ред. С.Я. Бабаскина, В.Г. Зинова. – М.: Монолит, 2002. – С. 3-102.
29. Рязов Н.Н. Общая теория статистики: Учебник. – М.: Статистика, 1979. – 344 с.

Стаття надійшла до редакції 18.07.2005 р.