

11. Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. 4-те вид. / Шваб Л.І. – К.: Каравела, 2007. – С. 540–541.

12. Шкарлет С.М. Економічна безпека підприємства: інноваційний аспект: Монографія / Шкарлет С.М. – К.: Книжкове видавництво НАУ, 2007. – 432 с.

О.О. БУГРОВА,
к.е.н., докторант, НДЕІ

Розвиток економіки на основі систем ефективної взаємодії та конкуренції підприємств

У статті розглядаються методологічні основи створення систем ефективної взаємодії і конкуренції підприємств. У результаті запропонована модель позиціонування підприємства в сучасному економічному середовищі.

Ключові слова: взаємодія підприємств, економіка знань, розвиток конкурентного середовища, управління проектами і програмами для інноваційного розвитку підприємств (P2M).

В статье рассматриваются методологические основы создания систем эффективного взаимодействия и конкуренции предприятий. В результате предложена модель позиционирования предприятия в современной экономической среде.

Ключевые слова: взаимодействие предприятий, экономика знаний, развитие конкурентной среды, управление проектами и программами для инновационного развития предприятий (P2M).

This article examines the methodological basis for creation of systems for effective enterprises' mutual interaction and competitiveness. As a result, the model of enterprise positioning in modern economic environment was proposed.

Keywords: enterprises' mutual interaction, knowledge economy, competitive environment development, project and program management for enterprise innovation (P2M).

Постановка проблеми. Впровадження передових технологій традиційно відіграє значну роль у конкурентному середовищі. В сучасних умовах інновації, безумовно, стають ключовим фактором розвитку підприємства. Тенденції глобалізації економіки природно змушують підприємства позиціонувати своє місце в загальній системі та активно взаємодіяти з іншими суб'єктами господарювання на різних інституціональних рівнях.

Підприємство функціонує в певній країні (або у низці країн), кожна з яких має свій власний рівень досягнень у сфері освіти, розвитку механізмів запровадження інновацій, інформаційно-комунікаційної інфраструктури, формування ефектив-

ного середовища ведення бізнесу і створення належних умов для функціонування всіх цих елементів. Успіхи в цих напрямках відображають рівень загального економічного розвитку країни і, відповідно, впливають на можливості стратегій досягнення місії підприємств. Інвестиції більш охоче ідуть туди, де сформувався більш сприятливий бізнес-клімат.

Проблема, яка на сьогодні має недостатній рівень вивченості, полягає у створенні інституціональної платформи розвитку економіки знань на основі реалізації комплексних інвестиційних та інноваційних програм для забезпечення належних умов ведення бізнесу та досягнення підприємствами високої конкурентоспроможності.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Зазначені вище питання економічною наукою розглядаються в багатьох площинах. Зокрема, міжнародні фахівці Світового банку та Світового економічного форуму розробили інструментарій для порівняльного аналізу рівня розвиненості економіки знань, ідентифікували дві основні моделі побудови економічного середовища [1–4]. Проте проблеми профілювання стратегій підприємств у різних інституціональних умовах, у тому числі в умовах активізації програмно-цільової взаємодії, вивчені ще недостатньо глибоко. Отже, актуальність подальших досліджень методології позиціонування підприємств в багаторівневому інституціональному середовищі, в рамках комплексних інноваційних програм, а також механізмів реагування на зміни і виклики є, безумовно, дуже високою.

Мета статті – визначити загальну модель позиціонування підприємства в економічному середовищі, оптимальну в умовах динамічних змін і глобальних викликів. Для досягнення цієї мети дослідження переслідує такі цілі:

- розглянути інструментарій оцінки розвиненості економічного середовища, в якому функціонують підприємства;
- визначити існуючі моделі позиціонування підприємств у багаторівневій системі взаємодії, взаємозалежності, співпраці та конкуренції;
- запропонувати модель, яка б максимально відповідала інтересам підприємств в умовах глобальних змін і викликів.

Наукова гіпотеза, яка пропонується для розгляду, – рівень розвиненості економіки знань у державі, можливості біз-

нес-співпраці та стан інституціонального і конкурентного середовища в рамках реалізації комплексних інноваційних програм формують умови для розвитку підприємств; отже, підприємства мають профілювати стратегії реалізації своїх місій відповідно до моделі позиціонування бізнесу в локальному і глобальному економічному середовищі.

Методами дослідження будуть слугувати структурно-діяльнісний підхід, порівняльний аналіз і виявлення причинно-наслідкових залежностей.

Виклад основного матеріалу. Основною рушійною силою розвитку економіки все більше стають знання і створені на їхній основі інновації. Економіка знань стає головним вектором забезпечення добробуту не тільки в таких розвинених країнах, як США, Німеччина, Японія тощо. Сьогодні цей напрям став основним і для, наприклад, Бразилії, Китаю та Індії – країн, в яких проживає близько 45% населення Землі. Бразилія обрала пріоритетними напрямками інноваційного розвитку насамперед авіаційну галузь, сільське господарство, біотехнології; Китай відомий своїми високотехнологічними парками, які є осередком інновацій; Індія спрямована на досягнення в сфері програмного забезпечення та інформаційних технологій.

Економіка знань – система створення, отримання, передачі та застосування знань з метою досягнення найбільш можливих і доцільних вигід для підприємств, суспільства та кожної окремої особи для економічного і соціального розвитку [1, 2]. Проте багато країн, що розвиваються, не досягають належного рівня власної системи знань, а також не володіють достатньо базою глобальних знань і методами застосування їх для своїх потреб. Підприємства в цих країнах недостатньо інтегровані в системи ефективної взаємодії і конкуренції, в комплексні програми інноваційного розвитку, не мають надійної платформи (в тому числі інституціональної) для забезпечення своєї конкурентоспроможності.

Останнім часом у світі активно став застосовуватися інструментарій бенчмаркінгу (benchmarking). Ця методологія, зокрема, дає можливість системно оцінювати рівень досягнень окремих країн у сфері економіки знань порівняно з іншими країнами.

На сьогодні існують декілька міжнародних інституцій, які застосовують методологію бенчмаркінгу для глобальної порівняльної оцінки економік різних країн світу, в тому числі, Інститут Світового банку (World Bank Institute) і Світовий економічний форум (World Economic Forum – WEF).

Інститутом Світового банку розроблена Програма застосування знань для розвитку (Knowledge for Development Program – K4D). Ця програма допомагає кожній країні побачити свій рівень розвитку економіки знань у відповідній міжнародній системі. При цьому оцінка економіки знань спирається на чотири опорні елементи (див. табл. [3]).

Отже, чим вище рівень розвитку економіки знань певної країни, тим більш сприятливими є умови для функціонування її підприємств в умовах сучасних викликів.

Світовий економічний форум оцінює розвиненість країн на основі розрахунків індексів зростання конкурентоспроможності (global competitiveness index – GCI) [4]. Цей показник є результируючим вектором дванадцяти опорних елементів, розподілених на три групи:

- базові вимоги (basic requirements) – інституції, інфраструктура, макроекономічне середовище, охорона здоров'я і початкова/середня освіта;
- фактори посилення ефективності (efficiency enhancers) – вища освіта і тренінг, ефективність ринку товарів, ефективність ринку праці, розвиток фінансового ринку, технічна підготовленість, обсяг ринку;
- фактори інновацій та модернізації (innovation and sophistication factors) – модернізація бізнесу та інновації.

За результатами оцінок GCI Україна в 2011 році знаходилася на 89-му місці серед 139 країн світу, в тому числі:

- по групі базових вимог – на 102-му місці;
- по групі факторів посилення ефективності – на 72-му місці;
- по групі факторів інновацій та модернізації – на 88-му місці.

Таким чином, виходячи з оцінок Світового економічного форуму можна зробити висновок, що підприємства в Україні працюють в умовах недостатньо розвинених інституцій, інфраструктури, фінансового ринку тощо.

Підприємству, що входить на ринок певної країни (чи вже працює на ньому), слід мати чітке бачення структури відповідного економічного середовища. Це дозволить менеджменту компанії ефективно приймати рішення, правильно спрофілювати стратегію досягнення місії. Розглянемо різні типи моделей побудови економічного середовища та взаємодії підприємства з ним.

Традиційна модель позиціонування підприємства ґрунтується на переважно ієрархічній структурі (рис. 1 [2]). Ця ієрархія складається з відносин на міжнародному, національ-

Чотири опорні елементи економіки знань

Опорний елемент (pillar) 1: Економічний та інституціональний устрій	Опорний елемент (pillar) 2: Освіта та компетенції	Опорний елемент (pillar) 3: Інформаційна та комунікаційна інфраструктура	Опорний елемент (pillar) 4: Інноваційна система
Економічний та інституціональний устрій мають забезпечувати стимули для ефективного застосування існуючих та нових знань підприємствами	Населення країни потребує належного рівня освіти і компетентності	Динамічна інформаційна інфраструктура потрібна для сприяння ефективним зв'язкам, розповсюдження та оброблення інформації	Фірми, дослідницькі центри, університети, консультанти та інші організації мають бути здатними до набуття знань для створення і впровадження нових технологій

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ному і локальному рівнях. Потреби міжнародної торгівлі формують збалансований розвиток секторів економіки на глобальному рівні. Це, у свою чергу, обумовлює пріоритети промислової спеціалізації на рівні окремих національних економік. Можливість досягнення конкурентоспроможної собівартості обумовлює доцільність діяльності відповідного підприємства. Це підприємство обирає місце розташування виходячи насамперед із міркувань оптимальної логістики.

Зазначена ситуація характерна для тих країн, які ще не створили належної інституційної, комунікаційної та інформаційної інфраструктури. В такій моделі підприємство зазвичай не так сильно взаємодіє з іншими суб'єктами господарювання, як це відбувається в умовах розвиненої ринкової інфраструктури. Це має місце через недостатній рівень впливу горизонтальної вісі економічних взаємостосунків. Ключове завдання позиціонування підприємства в бізнес-середовищі такого типу – знайти свою доцільну ринкову нішу, зайняти її та утримувати визначену частину обсягу ринку. Така модель досить непогано спрацьовує в стабільних умовах, особливо в період тривалого економічного зростання. Проте при такій організації бізнес-середовища підприємству зазвичай важко переживати кризи, вчасно і ефективно реагувати на різкі економічні зміни та виклики.

Структурно-орієнтована модель позиціонування підприємства відображає наявність розвинених комунікаційних і логістичних мереж, сформованої ринкової інфраструктури і бізнесових спільнот (рис. 2 [2]). У цій моделі правила ведення бізнесу та конкурентної боротьби формуються виходячи з вимог на глобальному та національному рівнях. Ринкові операції тут продиктовані передусім попитом і логістикою на векторі зв'язків міжнародного та локального рівнів. У площині відносин регіональних і національних інституцій і економічних суб'єктів визначається розподіл використання і застосування ресурсів.

Така модель більш сприятлива для участі підприємства в системі економіки знань, що посилює його можливості мо-

дернізації. Інституціональна розвиненість тут висока, а пра-вила конкурентної гри – продуктивні. Проте таке середовище створюється скоріше завдяки само-організованій креативній дії ринкових механізмів, а не шляхом проектного/програмного досягнення визначеної і взаємоузгодженої спільної місії регіональної бізнес-спільноти. Через це процес самовдосконалення системи проходить зазвичай відносно повільно. Ключове завдання позиціонування підприємства в бізнес-середовищі такого типу – ефективно конкурувати і взаємодіяти з іншими суб'єктами.

Останніми роками в Японії була розроблена і запроваджена методологія управління інноваційними проектами і програмами (P2M). Ця методологія орієнтована на формування реальної здатності інноваційного розвитку в умовах сучасних викликів. Одним із ключових принципів цього підходу є максимально доцільне розширення кола проектів, інтегрованих у програму для досягнення комплексних цілей. Іншим ключовим принципом є формування стратегічних каркасів по створенню цінності [5]. Такі стратегічні каркаси пов'язані з розвитком комунікаційних мереж, інституцій економіки знань, а також різних форм співпраці суб'єктів господарювання на регіональному рівні.

Отже, проектно-орієнтована модель позиціонування підприємства базується на участі в реалізації комплексних інвестиційних та інноваційних програм і національних проектів (рис. 3). Серед таких програм і проектів можуть бути: програми розвитку технологічних парків; проекти по створенню кластерів; комплексні програми економічного розвитку регіонів; проекти реалізації місії державно-приватних партнерств тощо. Узгоджена всіма зацікавленими сторонами і оптимально інтегрована цінність, створювана програмою або комплексним проектом, дозволяє досягти найбільшого кумулятивного ефекту. Професійно організоване управління проектними витратами дозволяє оптимізувати залучення та використання інвестиційних коштів, а управління строками – забезпечити запланований темп девелопменту.

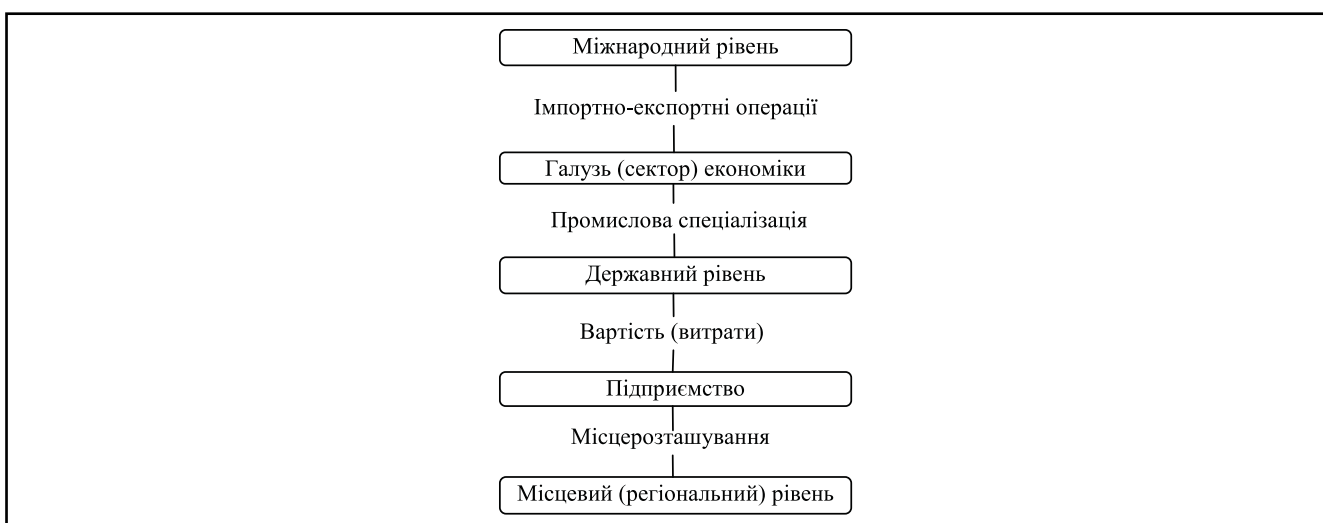


Рисунок 1. Традиційна модель позиціонування підприємства в бізнес-середовищі [2] (ключове завдання – знайти, зайняти й утримати свою ринкову нішу)

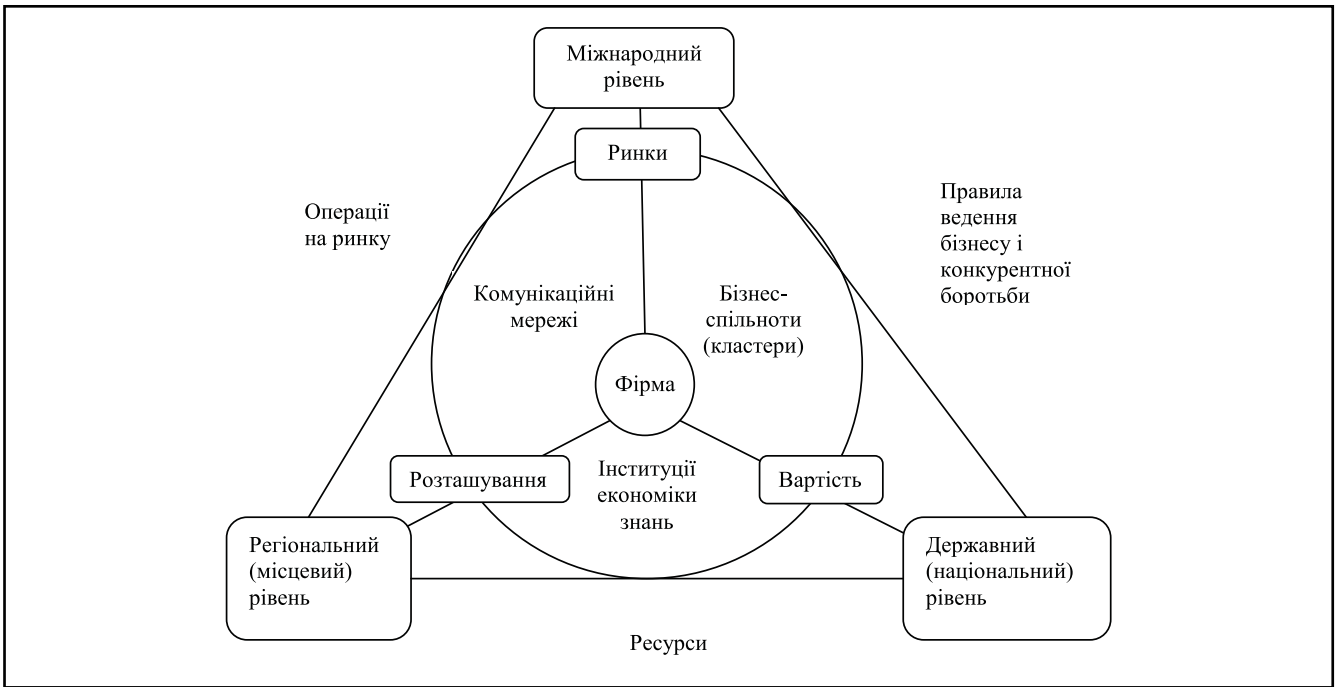


Рисунок 2. Структурно-орієнтована модель позиціонування підприємства в бізнес-середовищі [2] (ключове завдання – ефективно взаємодіяти і конкурувати)

Таким чином, ця модель по формі організації загалом схожа на структурно-орієнтовану модель, проте більшою мірою спирається на проектні механізми управління. Ці механізми виступають креативними стимулами і прискорюва-

чами бажаних економічних перетворень в умовах глобальних змін і викликів. Ключове завдання позиціонування підприємства в бізнес-середовищі такого типу – вчасно й ефективно досягти поставленої бізнес-мети.

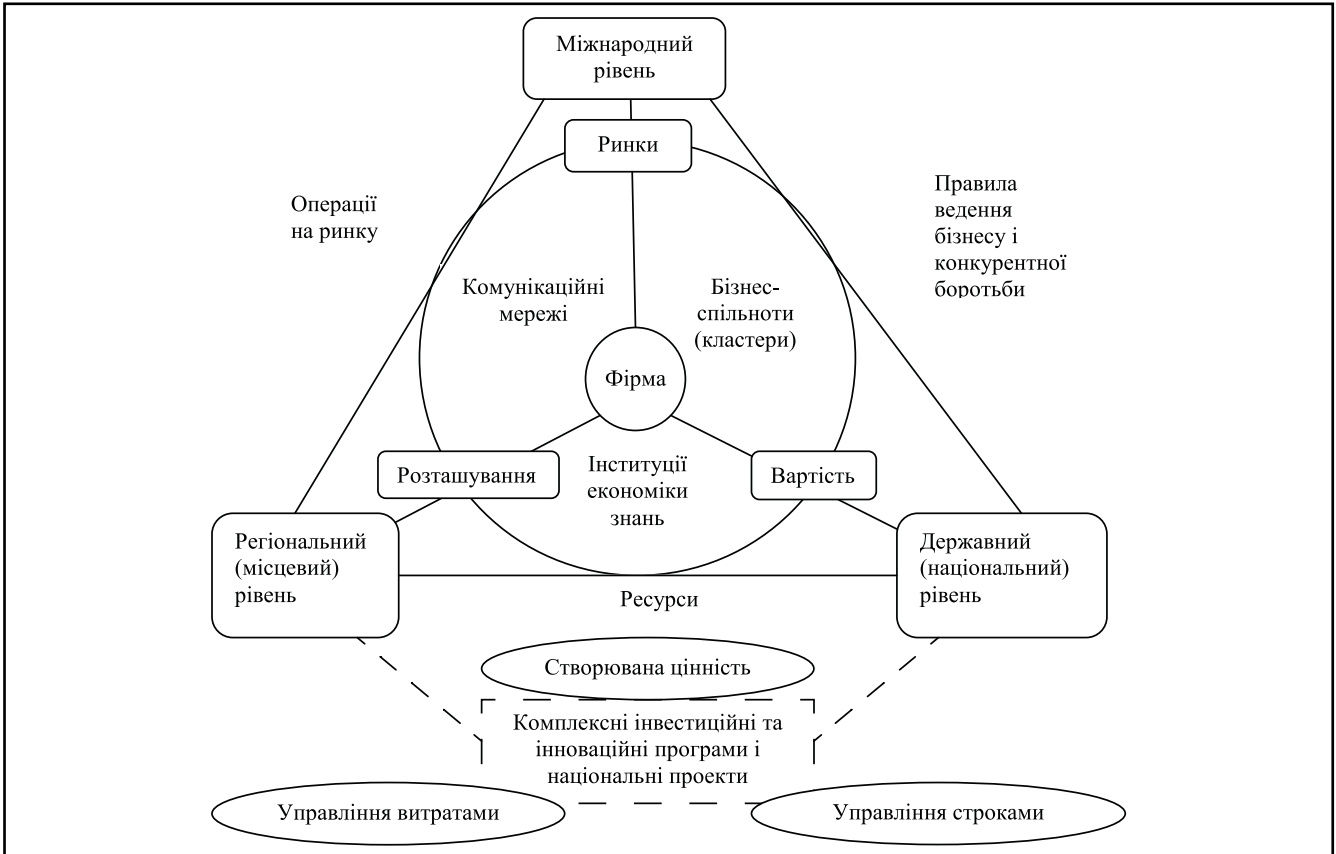


Рисунок 3. Проектно-орієнтована модель позиціонування підприємства в бізнес-середовищі (ключове завдання – вчасно і ефективно досягти поставленої мети)

Одним із важливих принципів цієї моделі є багаторівневий структурний розподіл завдань: центральний державний орган надає ключові параметри розвитку, ставить завдання щодо співпраці певного регіону з іншими регіонами; регіональний орган визначає пріоритети і обмеження; місцеві підприємства, населення, суспільні організації, тощо надають свої пропозиції, які після обговорення враховуються (стають складовими реального наповнення програми). Ефективність комплексної програми і реалістичність її втілення залежить від злагодженості дій всіх учасників. Тому важливо, щоб всі вони мали спільне бачення стратегії розвитку і кожен усвідомлював свою власну роль в реалізації програми; бачив, коли він має почати і закінчити свій проект, з ким йому слід координувати свої дії. Отже, ця методологія стає основою забезпечення успіху бізнесу підприємства в системі сталого розвитку регіону та всієї держави.

Висновки

Дослідивши методологічні принципи позиціонування підприємства в умовах різних моделей організації економічного середовища, можна зробити такі висновки:

- рівень розвиненості комунікаційних і логістичних мереж, ринкової та інституційної інфраструктури формує поточні умови для визначення стержневого стратегічного завдання підприємства щодо досягнення його місії;
- традиційна модель організації бізнес-середовища ґрунтується на переважно ієрархічній схемі взаємовідносин міжнародного, національного і локального рівнів; ця модель

слабо сприяє тісним взаємостосункам і креативній співпраці між підприємствами;

– структурно-орієнтована модель організації бізнес-середовища характерна розвиненістю комунікаційних і логістичних мереж, ринкової інфраструктури і бізнесових спільнот; така модель сприятлива для інтегрованої участі підприємств в системі економіки знань, що посилює їх можливості модернізації;

– проектно-орієнтована модель організації бізнес-середовища орієнтована на формування реальної здатності інноваційного розвитку в умовах сучасних викликів; така модель дозволяє підприємствам взаємодіяти та конкурувати в рамках керованих комплексних програм і національних проектів.

Список використаних джерел

1. Anuja Adhar Utz. Mapping Progress on the Road to the Knowledge Economy: Brazil, China, and India // World Bank Institute. – 2001.
2. Building Knowledge Economies: Advanced Strategies for Development. WBI Development Studies – The World Bank, Washington, D.C. 2007.
3. Measuring Knowledge in the World's Economies. Knowledge Assessment Methodology and Knowledge Economy index. Knowledge for Development Program. – The World Bank Institute, Washington, D.C.
4. Klaus Schwab. The Global Competitiveness Report 2010–2011. – World Economic Forum, Geneva, Switzerland, 2010.
5. P2M (Project & Program Management for Enterprise Innovation) Guidebook. – Project Management Association of Japan, 2008.

О.І. ПОПРОЗМАН,
к.е.н., доцент, Європейський університет

Фактори формування прибутку підприємства та їхня роль

У статті досліджуються фактори формування прибутку підприємства, а також вплив на зміну обсягу прибутку факторів, які одночасно є і складовими частинами прибутку.

Ключові слова: прибуток підприємства, управлінські рішення.

В статье исследуются факторы формирования прибыли предприятия, а также влияние на изменение объема прибыли факторов, которые одновременно являются и составляющими прибыли.

Ключевые слова: прибыль предприятия, управленческие решения.

The article deals with factors of enterprise profits formation, and also the influencing on the income quantity change of factors, which simultaneously are the components of the total profit.

Постановка проблеми. Прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази. Вся діяльність підприємства спрямована на те, щоб забезпечити зростання прибутку або принаймні стабілізувати його на певному рівні. Процес накопичення прибутку відбувається під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього характеру. В умовах товарно-грошових відносин основним показником, що характеризує кінцевий результат виробничо-господарської діяльності підприємства, є прибуток. З доходами і прибутком підприємства пов'язане рішення важливих соціальних, економічних, політичних, етичних проблем суспільства як на мікро-, так і на макрорівні.

Актуальність питання пояснюється тим, що в умовах ринкової економіки одержання прибутку є безпосередньою метою виробництва. Прибуток створює визначені гарантії для