

УДК 658:338.46

Г. М. Лозовська

Одеська національна академія харчових технологій

ОЦІНКА СИНЕРГЕТИЧНОГО ЕФЕКТУ В СФЕРІ ПІДПРИЄМНИЦТВА ПРИ ВПРОВАДЖЕННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОСЛУГ

У статті досліджено механізм виникнення синергетичного ефекту у підприємницькій діяльності, а також його оцінка при впровадженні соціально-економічних послуг.

Ключові слова: синергетичний ефект, підприємництво, ефективність, соціально-економічна послуга.

В статье исследован механизм возникновения синергического эффекта в предпринимательской деятельности, а также его оценка при внедрении социально-экономических услуг.

Ключевые слова: синергетический эффект, предпринимательство, эффективность, социально-экономическая услуга.

The article studies the mechanism of synergetic effect appearance in entrepreneurial activity, and its assessment is provided within the process of introduction of social and economic services.

Keywords: synergetic effect, entrepreneurship, efficiency, social and economic service.

На сьогодні розвиток підприємництва є стратегічною необхідністю підвищення політичної, економічної і соціальної стабільності українського суспільства. Саме підприємництво можна назвати двигуном сучасної економіки. Навіть найрозвиненіша держава не в змозі охопити усі сторони економічної діяльності без підтримки з боку особливого шару людей, що займаються створенням і розвитком власних підприємств. Енергійні і активні бізнесмени знаходять застосування своїм організаторським здібностям в самих різних сферах економіки, заповнюючи ніші, які недоступні неповороткому державному механізму [1].

Створюючи підприємства по виробництву матеріальних благ і наданню різного роду послуг (в тому числі і соціально-економічних), підприємці вирішують питання зайнятості населення. Більшість робочих місць створюються саме на малих і середніх підприємствах. У такий спосіб закладається основа для формування середнього класу, без якого суспільство не може стабільно розвиватися і процвітати. Підприємництво формує в суспільстві особливий шар людей, які в змозі самотійно, на свій страх і ризик вирішувати складні завдання по управлінню господарством [1]. Однак, щоб вижити у швидкоплинному конкурентному середовищі, компаніям доводиться постійно знаходити нові способи створення конкурентних переваг, тим самим підвищуючи ефективність своєї діяльності. Сучасна наука надає широкий вибір концепцій, що сприяють виживанню підприємства в довгостроковій перспективі. Однією з концепцій, що дозволяє управляти підприємством в умовах середовища, що швидко змінюється, нелінійності розвитку тих або інших процесів, є синергетична концепція.

Питання, присвячені розвитку підприємництва досліджували Сей Ж.Б., Шумпетер Й., Друкер П. та ін. [2; 3]. Роботи цих авторів присвячені розкриттю сутності підприємницької діяльності в загальному, фундаментальному розумінні. Що стосується конкретних напрямів підприємницької діяльності, то вони здебільшого присвячені характеристиці технології проведення окремих підприємницьких операцій, складанню бізнес-планів, а не методологічній розробці підприємницьких досліджень.

У працях Абчука В. А., Асаула А. Н., Акперова І. Г., Маслікової Ж. В. та ін. підприємництво розглядається як інноваційний процес в системі виробництва, маркетингу, розподілу й споживання товарів і послуг з метою отримання прибутку [4; 5].

Суттєвий внесок в дослідження підприємницької діяльності в Україні зробили Базилевич В. Д., Беляєв О. О., Варналій З. С., Гальчинський А. С., Мочерний С. В., Павлюк А. П., Савчук В. С. та ін. [6; 7]. У роботах цих авторів висвітлюються проблеми фундаментальних засад підприємництва, підприємницької логістики, підприємницького менеджменту, підприємницької поведінки.

Поняття «соціально-економічна» послуга є складовою частиною системи соціально-етичного маркетингу. Його сутність, функції й основні принципи розглянуті в роботах Котлера Ф., Ауера М., Брун М., Голубкова Е. П., Гордіна В. Е. [8; 9]. У низці робіт, в яких розглянуто поняття синергетичного ефекту, його суть і вплив на підприємницьку діяльність орієнтовані здебільшого на виникнення синергії при виробництві товарів. Саме тому оцінка синергетичного ефекту в сфері підприємництва при впровадженні соціально-економічних послуг набуває такої актуальності.

Метою роботи є оцінка синергетичного ефекту при впровадженні соціально-економічних послуг в сфері підприємництва.

Досліджуючи тему оцінки синергетичного ефекту при впровадженні соціально-економічних послуг в сфері підприємництва перш за все необхідно визначити поняття «соціально-економічної послуги».

Соціально-економічна послуга – нематеріальне економічне благо, таке, що за характером надає соціалізуючу, розвиваючу, підтримуючу і оновлюючу дію на населення. Вона повинна вважатися громадською і значимою для суспільства в цілому [10].

З теоретичної точки зору для оцінювання економічної ефективності впровадження будь-яких проектів у світовій та вітчизняній практиці використовують систему показників, які відображають співвідношення витрат і отриманих результатів, які будуть одержані від реалізації проекту. Основними критеріями ефективності запровадження тих чи інших проектів на сьогодні є: вплив реалізації проекту на зростання доходів та прибутку підприємства, задоволеність споживачів в товарах та послугах, підвищення продуктивності праці тощо. Проте, надання сучасних послуг, в тому числі і соціально-економічних, призводять і до отримання підприємством певного соціального ефекту, який дозволяє визначити рівень ефективності його діяльності. Тобто, про ефективність впровадження соціально-економічних послуг на макрорівні свідчать не лише економічні результати. Соціально-економічні послуги змінюють й умови праці, зменшують потребу в поновлюваних ресурсах, створюють можливість використання тих робіт, які досі були поза межами людських чи технічних можливостей, формують нові напрями науково-технічного розвитку тощо.

У науковій літературі зустрічаються різні точки зору щодо видів ефективності, яка виникає на підприємствах при впровадженні тих чи інших проектів [11; 12]. Синтез наукової думки щодо цього питання призвів до наступного узагальнення видів мікроекономічної ефективності: економічна, науково-технологічна, соціальна, фінансова, податкова, маркетингова, ресурсна, екологічна, регіональна та естетична. Проте, із урахуванням специфіки діяльності підприємств сфери послуг, доцільно акцентувати увагу на таких: технічна, фінансово-економічна, ресурсна, соціальна, фіскальна та маркетингова. Розглянемо кожний з видів ефективності та їх змістовне наповнення.

Технічна ефективність відображається в таких чинниках:

- ефективності прийнятих технічних рішень, які відповідають технологічним вимогам інноваційного розвитку країни та сприяють подальшому ефективному економічному й інноваційному розвитку підприємства;
- перспективності технологій, технічних засобів й послуг, які надаються;
- відповідності послуг світовим технічним стандартам та стандартам якості, можливості конвергенції різних послуг.

Фінансово-економічна ефективність охоплює систему показників, які відображають відношення результатів і витрат підприємства. Вихідними даними при визначенні цього виду ефективності є:

- обсяг наданих послуг протягом розрахункового періоду;
- прогнозна ціна на соціально-економічні послуги з урахуванням видатків, рівня інфляції, позикового відсотка, рівня прибутковості тощо;
- величина реальних грошових потоків (сума поточних витрат, інвестицій, доходів від реалізації тощо).

Фінансово-економічна ефективність від впровадження соціально-економічних послуг може бути визначена за декількома напрямками: абсолютна чи порівняна; одноразова чи відносна; постійна, за розрахунковий період або за рік тощо.

Ресурсна ефективність визначає вплив процесу впровадження соціально-економічних послуг на обсяги споживання певного ресурсу і подолання проблем його обмеженості або великої вартості. Ресурсна ефективність від впровадження соціально-економічних послуг на підприємствах полягає у зміні обсягів матеріальних, технічних, інвестиційних, трудових, енергозберігаючих ресурсів. Тобто ресурсна ефективність заснована на розробці та впровадженні нових ресурсозберігаючих технологій, а також враховує вплив соціально-економічних послуг на вирішення проблем охорони довкілля.

Особливого значення набуває впровадження ресурсозберігаючих технологій під час реалізації державних проектів охорони довкілля. Наприклад, впровадження новітніх послуг національного цифрового телебачення (НЦТБ) значно скорочує рівень електромагнітного випромінювання. Тут ефективність може бути визначена на підставі зростання продуктивності праці, зростання фондів віддачі, зменшення ресурсоемності, зменшення собівартості послуг (продукції, товарів), зростання відсотка економії енергоносіїв тощо.

Соціальна ефективність полягає у визначенні внеску від впровадження соціально-економічних послуг у поліпшення життя самих працівників конкретного підприємства.

Фіскальна ефективність полягає в тому, що підприємствам, які надають соціально-економічні послуги, держава повинна надавати певні пільги. Ці пільги, на наш погляд та із урахуванням світового досвіду, можуть мати вигляд скорочення ставки податку на прибуток для частини прибутку, отриманого від надання соціально-економічних послуг, або звільнення цих послуг від ПДВ, що призведе до зниження цін та підвищення попиту на ці послуги.

Маркетингова ефективність полягає у тому, що підприємства, що надають соціально-економічні послуги, можуть розраховувати на більший сегмент ринку інших послуг завдяки тому, що споживачі соціально-економічних послуг, імовірно, будуть отримувати і інші послуги даного підприємства. Окрім того, доцільно формувати пакетні пропозиції із соціально-економічних та інших послуг, що призведе до зростання доходів від різних послуг. Система показників визначення ефективності впровадження соціально-економічних послуг на мікрорівні розроблена автором та наведена у табл. 1.

Таблиця 1

Система показників ефективності впровадження соціально-економічних послуг на мікрорівні

Показник	Економічний зміст	Напрямок позитивних змін
1	2	3
Група технічних показників		
Рівень економії поточних витрат	Показує скорочення витрат на енергоносії, фонд оплати праці, адміністративні витрати за рахунок впровадження новітніх технологій	Зменшення
Ступінь відповідності технології сучасним вимогам	Визначає частку послуг, надаваних зі допомогою сучасних технологій	Збільшення
Ступінь конвергенції	Показує, наскільки підприємство інтегровано із іншими підприємствами та може залучати у свою діяльність партнерів для поєднання послуг	Зростання
Група фінансово-економічних показників		
Відносне вивільнення обігових коштів	Визначає суму вивільнення обігових коштів у результаті прискорення їх обігу	Збільшення
Період окупності капітальних інвестицій у впровадження нових соціально-економічних послуг	Час, протягом якого чисті прибутки (чи державні відшкодування) повернуть капітальні інвестиції	Зменшення
Фондовіддача виробництва	Скільки виручки від реалізації соціально-економічних послуг припадає на одиницю основних виробничих фондів	Збільшення
Рентабельність реалізованої продукції	Скільки чистого прибутку від реалізації послуг припадає на одиницю виручки	Збільшення
Ліквідність	Означає легкість, з якою активи підприємства можна перетворити на гроші, зберігаючи свою повну цінність	>1,5
Група ресурсних показників		
Економічності нових послуг	Цей показник дозволяє порівняти ресурсні витрати при впровадженні послуг із попередніми витратами	Зменшення
Рівень доступності ресурсів	Показник визначає ступінь доступності до ресурсів, в тому числі імпортованих	Збільшення
Рівень екологічності ресурсів	Показник характеризує рівень збереження природних ресурсів	Збільшення
Фондомісткість	Показник відбиває, скільки необхідно вкласти коштів у ресурсну базу для отримання доходів	Зменшення
Група соціальних показників		
Ступінь задоволеності споживачів	Визначає рівень задоволеності споживачів. Визначається або шляхом опитування та встановлення частки задоволених споживачів, або за динамікою скарг та звернень споживачів	Збільшення (для ступеню задоволеності), зменшення (для кількості скарг)
Скорочення плинності кадрів на підприємстві	Свідчить про сталість кадрового складу, що позитивно відбивається на продуктивності праці, емоційному кліматі в колективі тощо	Зменшення
Підвищення рівня зайнятості населення	Відбиває рівень скорочення безробіття за рахунок працевлаштування на підприємствах завдяки впровадженню нових соціально-економічних послуг, розширення діяльності та необхідності залучення додаткового персоналу	Збільшення
Група фіскальних показників		
Зростання надходжень до бюджету	Показує, наскільки зросли надходження до бюджету за рахунок зростання обсягів прибутку підприємства при впровадженні соціально-економічних послуг	Збільшення

Продовження табл. 1

1	2	3
Економія на податкових виплатах	Показує ступінь економії за рахунок наявності податкових пільг	Виникнення
Група маркетингових показників		
Зростання частки ринку	Показує, наскільки розширилися межі діяльності підприємства на традиційному для нього ринку за рахунок впровадження нових соціально-економічних послуг (у відсотках зайняття ринку)	Збільшення
Обсяги виходу на нові ринки	Показує ступінь втручання підприємства на нові ринки за рахунок впровадження соціально-економічних послуг, раніше не характерних для підприємства (у відсотках зайняття ринку)	Виникнення та поступове збільшення
Ступінь ефективності реклами	Показує, наскільки дієвою є реклама відповідно до залучення нових споживачів на традиційних та нових ринках (визначається ступінь зростання доходів)	Збільшення

Джерело: склав автор.

Між усіма складовими ефективності від впровадження соціально-економічних послуг є взаємозв'язок. Так, наприклад, від впровадження у виробничий процес нових технологій та техніки (технічний ефект) виникають такі явища:

– збільшується потужність та пропускна спроможність підприємства, що надає соціально-економічні послуги (ресурсний ефект), тим самим збільшуючи залучення висококваліфікованих працівників, здійснюючи перекваліфікацію власного персоналу, що, в свою чергу, призводить до зростання рівня зайнятості (соціально-економічний ефект);

– підприємство, надаючи соціально-економічні послуги, тим самим збільшує обсяги продажу та розширює номенклатуру інших супутніх послуг (ресурсний ефект), що відбивається на збільшенні доходів підприємства (економічний ефект).

Таким чином, можна говорити про наявність синергетичного ефекту від впровадження соціально-економічних послуг на підприємствах.

Одним з головних принципів ефективного розвитку підприємства є раціональне використання ресурсів, що досягається на підприємстві формуванням ефекту синергії. Ефект синергії – це ефект від спільної дії всіх елементів системи, що призводить до збільшення якісних показників функціонування без збільшення кількісних. Це пояснюється тим що підприємство як відкрита система є одночасно і матеріально-інформаційною сутністю і інформаційно-матеріальною. Як матеріально-інформаційна сутність вона існує для обслуговування матеріальної основи системи. На це спрямовані матеріально-енергетичні обміни системи із середовищем і між окремими частинами системи, а також інформаційний контроль за потоками матеріальних субстанцій у просторі й часі. Як інформаційно-матеріальна сутність система існує для реалізації інформаційних функцій системи, тобто діяльності її інформаційної основи. Інформаційні функції передбачають інформаційний контакт між окремими складовими системи. Саме такі контакти забезпечуються потоками матеріальних субстанцій, що виникають у процесі метаболізму. Таким чином, можна сказати, що інформаційна основа обслуговує матеріальну, а матеріальна – інформаційну. Але саме інформаційна сутність надає системі неповторного вигляду і фактично робить систему системою, формуючи її зі стандартних матеріальних блоків. Кількісне збільшення кожного з параметрів системи не завжди означає поліпшення її якісного стану, але якщо кількість матеріального (суми складових компонентів) при утворенні системи не змінюється, а якість єдиного цілого зростає, отже, цей приріст відбувається внаслідок збільшення в системі обсягу інформації.

Концепцію синергізму в економічних системах пов'язують з порушенням пропорційності. Іноді синергізм називають ефектом « $2 + 2 = 5$ », для того щоб підкреслити, що підприємство веде пошук таких ресурсно-виробничих та товарно-ринкових комбінацій, в яких ефект від суми перевищує суму складових елементів. При цьому виникає додаткова одиниця ефекту ($1 = 5 - 4$), що обумовлюється синергізмом, або синергетичним ефектом [13].

Таким чином, синергетичним ефектом будемо називати збільшення показників ефективності діяльності підприємства в результаті об'єднання, інтеграції, злиття окремих частин в єдину систему, де ефект від взаємодії елементів системи підприємства перевищує суму ефектів діяльності кожного елемента окремо.

Розглядаючи підприємство як відкриту систему в економічній моделі вільного підприємництва можемо виділити наступні основні види синергії, що сприяють раціональному використанню ресурсів та підвищенню конкурентоспроможності підприємства: синергія управління, виробнича синергія, маркетингова синергія, фінансова синергія.

Досягнення усіх видів синергії на підприємстві призводить до формування загального синергетичного ефекту як головного важеля забезпечення ефективного розвитку підприємства.

На нашу думку, в ході оцінки ефективності впровадження соціально-економічних послуг підприємствами, необхідно враховувати те, що процес впровадження цих послуг, як і сама діяльність підприємства, формується з елементів, які мають функціональні та синергетичні зв'язки взаємодій, безпосередньо беруть участь у виробничому процесі та у формуванні ефекту, забезпечують функціонування цілісної системи при оптимальних параметрах.

На підставі емпіричних досліджень автором висунуто гіпотезу, що впровадження комплексу соціально-економічних послуг може призвести до виникнення синергетичного ефекту. Тобто в результаті формується нова структура, в межах якої виникає синергетичний ефект, якиного впровадження низки соціально-економічних послуг над сумою ефектів авй забезпечує перевищення ефекту сумістономного чи послідовного впровадження соціально-значущих послуг.

І. Ансофф визначив економічний базис синергізму як можливість та імовірність того, що результат сумісних зусиль декількох бізнес-одиниць перевершить сумарний показник їх самостійної діяльності [14].

Синергетичний ефект виникає за рахунок певних чинників його утворення, які виділено автором та наведено на рис. 1.

Відповідно до рис. 1, синергетичний ефект виникає завдяки наступним чинникам.

Скорочення виробничих потужностей – проявляється в тому, що однотипні процеси по різних видах діяльності можна проводити на одному устаткуванні чи одним працівником, що дозволяє скоротити потужності та виробничі площі (наприклад, надання послуг з обслуговування споживачів в абонвідділі може проводитися одночасно із наданням довідок та продажем роздрібної продукції, телефонних карток тощо).

Скорочення витрат на оплату праці – виникає за рахунок оптимізації складу працівників, які в змозі сполучати декілька видів діяльності (наприклад, обслуговувати різні види устаткування, надавати довідкові та торгівельні послуги).

Підвищення якості послуг та обслуговування – виникає за рахунок більшої зацікавленості співробітників у результатах своєї праці завдяки підвищенню мотиваційних чинників (оплата праці по основному та суміжному виду діяльності).

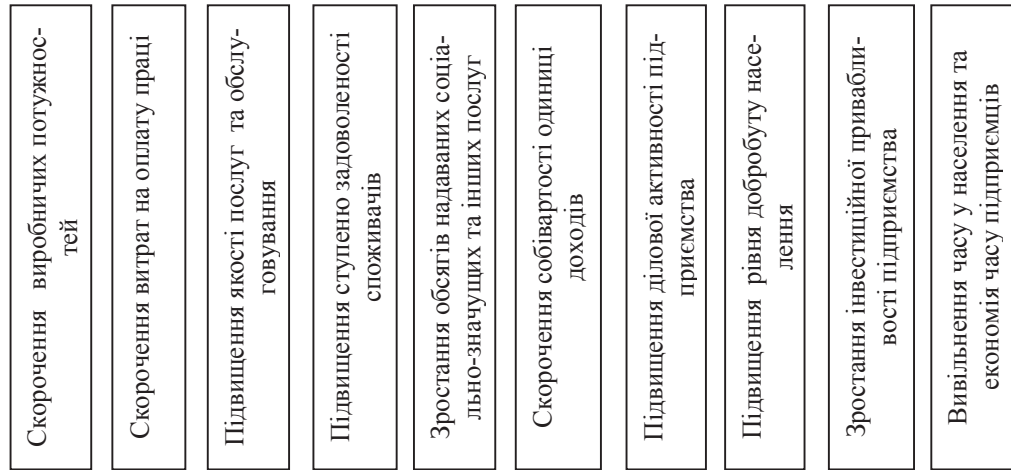
Синергетичний ефект (E_S)

Рис. 1. Чинники виникнення синергетичного ефекту
(джерело: склав автор)

Підвищення ступеню задоволеності споживачів – виникає завдяки наданню повного спектру соціально-економічних послуг, що дозволяє одночасно економити і гроші, і час, а також підвищувати обсяги обміну інформацією.

Зростання обсягів надаваних соціально-економічних та інших послуг – виникає як наслідок підвищення активності підприємства на різних сегментах діяльності.

Скорочення собівартості одиниці доходів – виникає за рахунок оптимізації витратної частини та зростання обсягів доходів завдяки росту обсягів реалізованих соціально-економічних та інших послуг.

Підвищення ділової активності підприємства – виникає завдяки впровадженню низки соціально-економічних послуг, тобто підприємство працює за різними напрямками, що логічно призводить до зростання його ділової активності.

Підвищення рівня добробуту населення – виникає завдяки оптимізації цінової (тарифної) політики, що дозволяє споживачу вивільнити кошти (за рахунок використання комплексу соціально-економічних послуг) та управляти витратами та економити вільний час, який може бути спрямований на виконання додаткової оплачуваної роботи.

Зростання інвестиційної привабливості підприємства – виникає завдяки комбінації усіх вищеперахованих чинників, завдяки підвищенню прибутковості та іміджу підприємства.

Вивільнення часу у населення та економія часу підприємців – цей чинник синергетики виникає у вигляді виникнення у споживачів поліхромного ефекту, тобто економії часу за рахунок одночасного отримання різних послуг в одному місці (наприклад, сплата за надані комунальні послуги, послуги фіксованого зв'язку із одночасним переведенням залишків грошей на рахунок мобільного телефону споживача).

Ураховуючи низку чинників виникнення синергетичного ефекту, доцільно в ході оцінки ефективності надання соціально-економічних послуг визначити синергетичний ефект. Математично цей ефект можна виразити за допомогою формули:

$$Ef_1 + Ef_2 + \dots + Ef_n < S^E, \quad (1)$$

де: Ef_1, Ef_2, \dots, Ef_n – ефекти, які виникають в ході самостійного, автономного надання кожної з соціально-економічних послуг; S^E – ефект від одночасного надання комплексу соціально-економічних послуг.

Таким чином, синергетичний ефект E_S буде вимірюватися за допомогою формули (2):

$$E_S = S^E - (Ef_1 + Ef_2 + \dots + Ef_n), \quad (2)$$

Зрозуміло, що підприємства повинні максимізувати синергетичний ефект E_S , який виникає в результаті одночасного надання комплексу соціально-економічних послуг:

$$E_S \rightarrow \max.$$

Але при цьому слід враховувати, що чим більше синергетичний ефект E_S , тим глибше соціальна відповідальність підприємства та ступінь економічної взаємодії із суспільством, а чим менше величина E_S , тим, відповідно, менше ефект та ефективність надання комплексу соціально-економічних послуг. Підвищення ефекту та ефективності від одного чи низки джерел призводить до зростання загального синергетичного ефекту.

Методичний підхід до визначення синергетичного ефекту може бути наведений у вигляді табл. 2.

Таблиця 2

Визначення синергетичного ефекту від впровадження соціально-значущих послуг

Чинники виникнення ефекту	Без урахування синергії	З урахуванням синергії
Скорочення виробничих потужностей	Вивільнення активів	Оптимізація використання активів (можливість багатоцільового використання активів із вибуттям зайвих)
Скорочення витрат на оплату праці	Скорочення питомої ваги витрат на ФОП із нарахуваннями	Суміщення професій, скорочення штату за рахунок освоєння суміжних професій при одночасному зростанні середньої заробітної плати персоналу
Підвищення якості послуг та обслуговування	Скорочення скарг, відсутність відтоку споживачів та доходів	Залучення нових споживачів, зростання доходів
Підвищення ступеню задоволеності споживачів	Відсутність відтоку споживачів	Зростання обсягів користування послугами, зростання доходів
Зростання обсягів надаваних соціально-економічних та інших послуг	Підвищення доходів за рахунок зростання обсягів послуг	Зростання доходів, отримання споживачами поліхромного ефекту
Скорочення собівартості одиниці доходів	Скорочення витрат, можливість отримання додаткового прибутку	Можливість скорочення рівня тарифів
Підвищення ділової активності підприємства	Зростання показників ділової активності та прибутковості	Зростання фінансово-економічних показників, ринкової долі, іміджу та ознайомленості споживачів
Підвищення рівня добробуту населення	Отримання необхідних послуг, зростання якості життя	Вихід на новий рівень добробуту населення, підвищення довіри до влади, соціальна стабільність
Зростання інвестиційної привабливості підприємства	Залучення нових інвестицій	Можливість залучати як фінансові, так і інтелектуальні інвестиції
Вивільнення часу у населення та економія часу підприємців	Зростання життєвих зручностей населення та швидкості ведення бізнесу	Можливість додаткового заробітку у вільний час чи підвищення якості дозвілля, зростання продуктивності праці

Джерело: склав автор.

Вищезначені показники потребують свого числового вираження. Оскільки ці показники по своїй економічній сутності є різноплановими, неможливо (в контексті даної задачі визначення синергетичного ефекту) визначати їх за допомогою абсолютних значень, які їм притаманні. Тому, на наш погляд, доцільно застосовувати відносні оцінки, наприклад, систему коефіцієнтів. Автором запропоновано такі коефіцієнти, за допомогою яких можна розрахувати синергетичний ефект від впровадження соціально-економічних послуг (табл. 3).

Таблиця 3

**Коефіцієнти для розрахунку ефектів,
які виникають від впровадження соціально-економічних послуг**

Чинники виникнення ефекту	Коефіцієнти для розрахунку
Скорочення виробничих потужностей	Коефіцієнт вибуття (відношення активів, що вибули, до загальної вартості активів)
Скорочення витрат на оплату праці	Коефіцієнт економії ФОП (відношення ФОП після впровадження послуг та до впровадження), коефіцієнт зростання заробітної плати
Підвищення якості послуг та обслуговування	Коефіцієнт зростання доходів за рахунок підвищення якості (відношення додаткових доходів, які виникли за рахунок підвищення якості, до валових доходів)
Підвищення ступеню задоволеності споживачів	Коефіцієнт збільшення обсягів користування послугами (відношення обсягів до та після впровадження послуг)
Зростання обсягів надаваних соціально-економічних та інших послуг	Коефіцієнт зростання доходів за рахунок збільшення обсягів (відношення додаткових доходів, які виникли за рахунок збільшення обсягів, до валових доходів)
Скорочення собівартості одиниці доходів	Коефіцієнт економії витрат (відношення витрат до та після впровадження соціально-економічних послуг)
Підвищення ділової активності підприємства	Коефіцієнт зростання прибутку порівняно із минулими періодами, зростання коефіцієнтів ділової активності
Підвищення рівня добробуту населення	Коефіцієнт підвищення якості життя населення (частка вивільнених коштів за рахунок використання комплексу соціально-економічних послуг)
Зростання інвестиційної привабливості підприємства	Коефіцієнт залучених інвестицій (частка залучених інвестицій у загальній сумі капітальних інвестицій)
Вивільнення часу у населення та економія часу підприємців	Коефіцієнт вивільнення часу (частка вивільненого часу за рахунок отримання соціально-економічних послуг у загальному робочому чи вільному часі населення)

Джерело: склав автор.

Кількісне визначення та розрахунок синергетичного ефекту від впровадження соціально-економічних послуг є окремою науковою задачею, вирішення якої виходить за межі задач даної статті та ускладнюється проблемністю отримання первинної інформації з огляду на те, що досить складно отримати статистичну інформацію щодо показників, які характеризують процеси впровадження соціально-економічних послуг. Проте, необхідно зазначити, що синергетичний ефект від взаємодії визначених чинників повинен перевищувати суму ефектів від їхньої індивідуальної діяльності.

Висновки. В умовах ринкових відносин і глобалізації світової економіки підприємницька діяльність прагне до максимального збільшення ефективності своєї діяльності шляхом підвищення конкурентоспроможності, посилення інноваційно-інвестиційної активності, розробки й застосування інноваційних технологій.

Наявність ефекту синергії, уміння управляти та підвищувати цей ефект створює підприємству, що надає соціально-економічні послуги, специфічну конкурентну перевагу, що реалізується (на мікрорівні) у вигляді зниження рівня витрат та

зростання прибутковості, а на макрорівні – у вигляді підвищення якості життя населення та задоволення потреб у товарах та послугах соціального значення.

Бібліографічні посилання

1. Роль предпринимательства в развитии экономики страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.kakprosto.ru/kak-850798-rol-predprinimatelstva-v-razviti-ekonomiki-strany>
2. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития: Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры : пер. с нем. / Й. А. Шумпетер. – М., 1982. – С. 63.
3. Друкер П. Управление, нацеленное на результат / П. Друкер. – М. : Технолог. шк. бизнеса, 1992. – 192 с.
4. Асаул А. Н. Малое инновационное предпринимательство / А. Н. Асаул, Б. М. Капаров ; под ред. засл. строителя РФ, д-ра экон. наук, проф. А. Н. Асаула. –СПб. : СПбГАСУ, 2008. – 128с.
5. Акперов И. Г. Психология предпринимательства : учеб. пособ. / И. Г. Акперов, Ж. В. Масликова. – М. : Академия, 2003. – 318 с.
6. Мочерный С. В. Основы организации предпринимательской деятельности : учеб. для вузов / С. В. Мочерный, В. В. Некрасова ; под общ. ред. проф. С. В. Мочерного. – М. : Приор-издат, 2009. – 224 с.
7. Варналій З. С. Мале підприємництво України як чинник регіонального розвитку: стан та перспективи / З. С. Варналій, А. П. Павлюк // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4. – С. 64–73.
8. Philip Kotler and Gerald Zeltman Social Marketing: An Approach to Planned Social Change / Journal of Marketing, Vol. 35 (July, 1971). – P. 3–12.
9. Голубков Е. П. Основы маркетинга / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 1999. – 656 с.
10. Акимов Д. И. Основные типы социального маркетинга / Д. И. Акимов // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна «Соціологічні дослідження сучасного суспільства»: методологія, теорія, методи». – 2007. – № 761. – С. 43–49.
11. Буркинський Б. В. Активизация инвестиционной деятельности в регионе / Б. В. Буркинський, Е. В. Молина. – О. : ИПРЭД НАН Украины, 2003. – 494 с.
12. Скалюк Р. В. Ефекти та ефективність інноваційної діяльності промислових підприємств / Р. В. Скалюк, О. В. Декалюк // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2009. – Вип. 1. – С. 149–154.
13. Никитенков Н. Н. Синергетика для инженеров : учеб. пособ. / Н. Н. Никитенков, Н. А. Никитенкова. – Томск : Изд-во ТПУ, 2009. – 168 с.
14. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.

Надійшла до редколегії 19.10.15