

ду в експлуатацію придбаного устаткування більший за депозитну ставку, то можливі витрати для альтернативного рішення визнаються на основі показників рентабельності.

Законодавство, що існує сьогодні в Україні [1], не дає змоги відображати у звітності можливі витрати, тому авторами було запропоновано додаткові розділи до "Приміток до фінансової звітності", що наведені в табл. 4 та 5.

Ці розділи дозволяють отримувати інформацію зовнішнім і внутрішнім користувачам про виробничу та повну собівартість продукції, а також про обсяг і номенклатуру витрат, що не входять до виробничої собівартості. Використання такої форми звітності дозволяє отримати зведену інформацію щодо формування собівартості за звітний період в такій формі, що легко читається та аналізується. Також можливе використання документу такої ж форми лише для цілей управлінського обліку, період складання якого визначається інформаційними потребами та стратегічною метою підприємства.

Заповнення розділу в річному звіті рекомендується накопичувальним підсумком або виділенням звітних періодів (місяць, квартал). Цей розділ надає переважно аналітичну інформацію, що розрахована за різноманітними методиками та яка необхідна для прийняття управлінських рішень щодо збутової діяльності в релевантному діапазоні.

Таблиця 4

Примітки до фінансової звітності (Форма 5)
Розділ ____ "Повна собівартість виготовленої продукції"

№ з/п	Показник	Виробнича собівартість	Витрати, що не враховані у виробничій собівартості				Усього витрат	Усього повна виробнича собівартість
			А	...	Я			
1	Залишок на початок періоду							
2	Нараховано за період							
3	Списано за період							
4	Залишок на кінець звітного періоду							

Таблиця 5

Примітки до фінансової звітності (Форма 5)
Розділ ____ "Дисконтування витрат"

№ з/п	Показник	Дооцінка, в т. ч. за коеф.		Усього	Уцінка, в т. ч. за коеф.		Усього	Усього (згорнуте сальдо)
		А	Б		В	Г		
1	Залишок на початок періоду							
2	Оборот за дебетом рахунку							
3	Оборот за кредитом рахунку							
4	Залишок на кінець періоду							

Розглянутий вище матеріал дає змогу зробити наступні висновки:

облік витрат у фінансовому обліку є не завжди об'єктивним;

управлінський облік дає можливість враховувати дійсні та альтернативні витрати;

для цілей управлінського обліку можна виділити критерії оцінки можливих витрат для різних видів ресурсів;

поняття собівартості у фінансовому та управлінському обліку різняться за переліком витрат, що входять до їх складу;

лише управлінський облік дає змогу вирахувати найважливіший показник діяльності будь-якого підприємства – реальний прибуток.

Література: 1. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" №996-XIV від 16.07.1999р // zakon.rada.gov.ua. 2. Голов С. Ф. Управлінський облік — К.: Лібра, 2003. — 704 с. 3. Цал-Цалко Ю. С. Витрати підприємства. — К.: ЦУЛ, 2002. — 220 с. 4. Гуцайлюк З. Прогнозний (стратегічний) учёт и современные проблемы развития теории бухгалтерского учёта // Бухгалтерский учёт и аудит. — 2006. — №2. — С. 14 — 19. 5. Николаева О. Э. Стратегический управленческий учёт: Науч. практ. изд. / О. Э. Николаева, О. В. Алексеева. — М.: ЮНИТИ, 2003. — 304 с. 6. Чебан Т. Организационные аспекты построения бухгалтерии стратегического типа / Т. Чебан, В. Яценко // Бухгалтерский учёт и аудит. — 2004. — №12. — С. 31 — 36. 7. Маляревский Ю. Д. Финансовый учёт. Учебно-методическое пособие для самостоятельного изучения дисциплины / Ю. Д. Маляревский, П. С. Тюпонник. — Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2003. — 288 с. 8. Лабунська С. В. Проблеми оцінки ефективності прийняття економічних рішень з урахуванням інноваційних аспектів діяльності підприємства / С. В. Лабунська, Г. О. Дмитрівська // Економіка розвитку. — 2005. — №1. — С. 60 — 63. 9. Лабунська С. В. Проблеми узгодження оцінки дійсних витрат в управлінському та фінансовому обліку підприємства / С. В. Лабунська, І. О. Басова // Міжнародні тенденції розвитку бухгалтерського обліку і аудиту та перспективи для України: Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції. — К.: КНЕУ, 2006. — С. 96 — 97. 10. Лабунская С. В. Конспект лекций по курсу "Управленческий учёт" для студентов специальности 8.050106 всех форм обучения. Часть 1. — Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2005. — 60 с. 11. Белявцева В. В. Організація управлінського обліку в торгово-виробничих підприємствах. Автореферат на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.04 "Бухгалтерський облік, аналіз та аудит". — Харків: ХДУХТ, 2006. — 17 с. 12. www.ukrstat.gov.ua.

Стаття надійшла до редакції
07.06.2006 р.

УДК 65.01

Воронкова А. Е.
Вечерковски Р.

ЗНАННЯ ЯК НЕМАТЕРІАЛЬНІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА

In the article the fact that the knowledge of the enterprise is the nonmaterial resource which form the competitive advantages of the enterprise is grounded. The conceptual apparatus as for the knowledge of the enterprise is examined. The factors that influence upon the state of knowledge are found out. The results of diagnostics of the state of knowledge at the enterprises of Ukraine and Poland are given. The model of knowledge management is offered.

Нова управлінська парадигма характеризується тим, що визначає джерелом тривалої переваги перед конкурентами нематеріальні ресурси. До початку ХХІ сторіччя пріоритетність головного нематеріального ресурсу підприємства – людини та знання, що вона несе – була однострійно визнана як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями. Рациональне використання знань підприємства можливо за наявності нового підходу до управ-

ління. За цих умов об'єктивної необхідності набуває розробка моделі управління знаннями підприємства, яка передбачає вирішення широкого спектра питань – визначення структури знань, встановлення груп чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на формування знань промислових підприємств, проведення діагностики використання знань у різних сферах їх діяльності. Всі ці питання поки що не отримали свого вирішення і потребують подальшого дослідження.

Сучасною тенденцією формування конкурентних переваг підприємства є участь матеріальних ресурсів у цьому процесі тільки в поєднанні з нематеріальними ресурсами, причому при зростаючій ролі останніх. Нематеріальні ресурси виділені як самостійна категорія порівняно недавно. Однак дослідники погоджуються з тим, що використання нематеріальних ресурсів надає підприємству можливість формувати й утримувати конкурентні переваги, що відповідають потребам ринку, за допомогою наявної інтелектуальної власності, знань, які мають цінність на ринку.

Класична економічна теорія трактує знання як відображення реальності, що може бути передане "незалежно від контексту і людини" [1]. Прогрес гуманітарних наук у 50-70-ті роки XX століття визначив перегляд поняття "знання" як загальнонаукової категорії. Знання розглядають як конструкцію світу, створювану людиною, в основі якої знаходиться "збагнення дійсності свідомістю" [2]. Такий підхід одержав назву соціально-конструктивістського. У його рамках термін "знання" зазвичай використовується як здібності, уміння, навички, засновані на поінформованості людини про те, що і як необхідно зробити і які операції при цьому провести; як синонім значимої (релевантної) інформації. Знання – це інформація, що одержала в процесі обробки зміст і значення. У цьому випадку знання буде відповідати критерієві істинності, тобто відповідати своєму предмету; як особливий рід діяльності, результатом якого виступає накопичення знань. Розрізняють: практичну діяльність, що веде до збагачення ситуаційного досвіду, і теоретичну, спрямовану на продукування нових знань.

Зростаючий інтерес до прогресу і визнання людського розвитку, як ключового інгредієнта конкурентоспроможності, робить інвестиції в розвиток, виховання, підтримування й обробку знань домінуючими при формуванні конкурентних переваг.

Метою даної статті є дослідження понятійного й термінологічного апарату, що стосується проблем знання підприємства, виявлення чинників, які впливають на стан знань та розробку моделі управління ними.

Конкурентні переваги підприємства формуються і розвиваються завдяки постійним нововведенням, змінам, поліпшенням, що впроваджуються в будь-яку сферу діяльності підприємства і стосуються системи створення його цінностей. У розвинутих країнах, у яких дійсно сформувалася постматеріальна економіка, найважливішим активом виявляються не матеріально відчутні ресурси – товари, сировина, робоча сила, устаткування, а нематеріальні ресурси. Нематеріальні ресурси можна розглядати як сукупність знань підприємства, що дають йому організаційні та правові можливості подальшого стабільного розвитку, формування й підтримки конкурентних переваг.

Відповідно до підрахунків експертів, у 90-ті роки більше ніж 70% зростання валового національного продукту постіндустріальних держав обумовлювалося підвищенням освітнього рівня працівників, поширенням нових інформаційних технологій і інших чинників, що відносяться до нематеріальних. У постіндустріальному світі "люди працюють мізками замість рук, комунікаційні технології створюють глобальну конкуренцію, нововведення важливіші, ніж масове виробництво" [3].

Встановлено, що складовою ефективності функціонування організації є люди, технології, культура. У табл. 1 подані можливі провали в діяльності організації, що можуть виникнути за відсутності одного з її визначальних (відсутній компонент виділений кольором) компонентів. Як видно з таблиці, люди і знання, що вони несуть, є головним ресурсом організації.

Базу знань підприємства складають бази знань співробітників, груп і підрозділів, стратегічних партнерів. У базі знань можуть бути: теоретичні знання; результати творчої діяльності;

уміння; навички. Знання підприємства становлять практично застосоване відбиття інформаційного простору. Інформація є єдиним джерелом знань. Перетворення інформації з метою подальшого використання в раціональній діяльності відповідно до певних правил і з урахуванням відношення людей до неї приводить до виникнення знань.

Таблиця 1

Можливі провали в діяльності організації

Організація	Складові			Можливий провал
організація	люди	технології	культура	відсутність розуміння
організація	люди	технології	культура	відсутність структури
організація	люди	технології	культура	відсутність змісту
організація	люди	технології	культура	відсутність орієнтирів

Таким чином, інформація і знання – поняття нетотожні. Інформація – це необмежений значеннєвий потік. Знання – результат цілеспрямованої фільтрації цього потоку, який стосовно знань виступає ресурсом, своєрідним предметом праці. Адекватний змістові цього ресурсу вплив на нього з боку людського або організаційного інтелекту (засобу праці) є процесом одержання знань. У свою чергу практичне втілення знань виявляється в створенні матеріальних і нематеріальних носіїв цінності. Остання категорія може містити в собі інтелектуальну власність і/або нематеріальні активи, і/або інтелектуальний капітал.

Категорія "знання підприємства" є багатогранною і поєднує: знання співробітників підприємства, що включають професійні й персональні звички, вміння, думки, здібності, відчуття, досвід, способи комунікації, ділові й особисті контакти і знання членів інших організацій, що взаємодіють із підприємством, які передаються йому при загальному вирішенні завдань, пов'язаних з відповідними сферами діяльності.

Закріплення за знаннями підприємства статусу необхідного в повсякденній діяльності ресурсу пов'язано з визнанням їхньої цінності для підприємства. На сьогоднішній день ресурсний підхід є науково обґрунтованою теорією, що базується на традиціях класичної школи в управлінні й активно еволюціонує під впливом сучасних соціально-економічних концепцій.

Стосовно знань організації "у ресурсній теорії затвердився конструктивістський погляд. Р. Санчес визначає знання як "сукупність уявлень індивіда про причинні зв'язки між явищами". Деякі вчені, приймаючи цю дефініцію, істотно її доповнюють. На їх думку знання є передумовою для того, щоб індивід міг погоджувати свої очікування з якимись діями. Визначення знання в такому плані позначило важливу його ознаку – орієнтацію на дію [4].

Ресурсний підхід до знань, відповідно до якого знання самі по собі не мають цінності ілюструє рис. 1. Знання отримують цінності тільки якщо вони будуть впроваджені в дію. Економічна концепція ресурсів, виявляючи їх релевантність для досягнення цілей організації, виходить з визначення якісних і кількісних характеристик ресурсів і відповідного їм найбільш ефективного напрямку організаційного розвитку. Вона дозволяє представити складні багатоланкові процеси у вигляді множини взаємозалежних простих логічних ланцюгів типу "ресурс – процес – результат", у яких у міру зростання складності конструкції статус елементів варіюється. Результат, досягнутий на попередньому рівні, може розглядатися як ресурс для наступного етапу дослідження проблеми і т. д.



Рис. 1. Ресурсний підхід до знань

Представлення “знань” у формі ресурсу припускає, що “...знання для підприємства економічно релевантне лише тоді, якщо воно може здійснити свій внесок у досягнення мети. Цей внесок можливий лише при орієнтації знань на дію в прямій або непрякій формі. Орієнтація на дію в прямій формі означає, що носій знання в змозі перетворити його в конкретні дії, що ведуть до досягнення власних цілей або цілей третьої сторони. Про непряму орієнтацію говорять тоді, коли носій знань має уявлення про те, що інші індивіди за допомогою його знання можуть почати цілеспрямовані дії. Пов’язані зі знанням дії контексті, що нас цікавлять, стосуються комбінації факторів виробництва та їхніх використань для цілей підприємства” [5].

Визнання значимості знань для організаційного розвитку поєднано з трансформацією уявлень про такі сфери науки управління, як система управління підприємством та властивості підприємства. Як домінуючу властивість підприємства розглядають її здібності — можливості до інтеграції, створення і реконфігурації внутрішніх і зовнішніх компетенцій у відповідь на швидкі зміни навколишнього середовища.

Грунтуючись на сучасних підходах у менеджменті, виділено групи чинників (рис.2), що впливають на виникнення знань підприємства: чинники використання внутрішнього потенціалу підприємства; чинники його ефективної взаємодії із зовнішнім середовищем. Вплив груп чинників на виникнення знань підприємства характеризується системою показників.

Чинники використання внутрішнього потенціалу	Чинники ефективної взаємодії із зовнішнім середовищем
1. Персонал 2. Технології і процеси 3. Фінанси	1. Клієнти 2. Конкуренти 3. Бізнес-партнери 4. Органи, що регламентують
Чинники відновлення та розвитку	
1. Інноваційна активність	2. Досягнення науково-технічного прогресу

Рис. 2. Чинники, що впливають на виникнення знань підприємства

Глумачення сутності знань як нематеріального ресурсу підприємства зумовлює неможливість застосування механізмів бухгалтерської та фінансової звітності для аналізу використання знань. Авторами було розроблено принципову схему проведення діагностики використання знань у різних сферах діяльності підприємства [6]. Особливістю цієї діагностики є проведення оцінки на основі систематизації знань; уніфікація показників оцінки чинників практично для всіх галузей промисловості; експертне опитування менеджерів підприємств як метод одержання первинної інформації; проведення дослідження на підприємствах різних галузей.

Розроблена процедура діагностики дозволила провести підсумкову оцінку дії чинників, визначити ранг їхнього впливу та провести порівняльний аналіз стану використання знань на підприємствах України та Польщі. На рис. 3 показано графічну інтерпретацію підсумкової оцінки дії чинників, що впливають на використання знань.

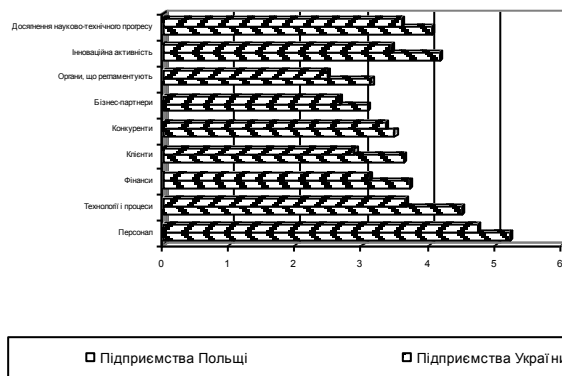


Рис. 3. Підсумкова оцінка дії чинників, що впливають на використання знань на підприємствах машинобудування України та Польщі

Постійні зміни, які відбуваються у зовнішньому середовищі підприємства, обумовлені процесами глобалізації, міжнародної конкуренції та потребують від менеджерів особливої уваги до проблеми управління знаннями підприємства. Knowledge Management або управління знаннями підприємства як сфера завдань менеджменту одержало поширення наприкінці XX сторіччя в зарубіжних дослідженнях і сьогодні посідає важливе місце в наукових працях вітчизняних вчених. Управління знаннями — це стратегія, що трансформує усі види інтелектуальних активів у більш високу продуктивність і ефективність, у нову вартість і підвищену конкурентоспроможність. Сфера завдань, що стосується управління знаннями, дуже широка, тому що вони обіймають всі напрямки діяльності сучасного підприємства. Для здійснення управління знаннями розроблено спеціальну модель, структура якої зображена на рис. 4.



Рис. 4. Структура моделі управління знаннями

Модель управління знаннями підприємства поєднує стратегічні й оперативні процеси формування та використання знань підприємства і спрямована на формування та перетворення знань у конкурентні переваги. Стратегічні процеси в моделі управління знаннями підприємства представлені блоками – цілі знань, відбір знань про зовнішнє середовище й акумулювання їх, планування формування та перетворення знань, оцінка знань. Оперативні процеси управління знаннями спрямовані на формування та перетворення знань у конкурентні переваги підприємства. Вони представлені блоками – ідентифікація знань, одержання, розвиток, розподіл, використання та збереження знань. Всі ці процеси пропонують супроводжувати постійним стимулюванням і мониторингом розвитку знань, перевіркою можливих перешкод на шляху формування знань. Дієздатність моделі управління знаннями забезпечується взаємодією її блоків.

Одним із джерел конкурентних переваг підприємства є матеріальні та нематеріальні ресурси. Нематеріальні ресурси підприємства розглянуто як сукупність його знань, що дають йому організаційні та правові можливості подальшого стабільного розвитку, формування й підтримки конкурентних переваг. Категорія "знання підприємства" трактується авторами як знання співробітників підприємства, що включають професійні й персональні навички, вміння, думки, здібності, відчуття, досвід, способи комунікації, ділові й особові контакти та знання членів інших організацій, що взаємодіють з підприємством, які передаються йому при спільному вирішенні завдань, пов'язаних з відповідними сферами діяльності.

Діагностика використання знань у різних сферах діяльності, за розробленою методикою, апробована на підприємствах України й Польщі.

Для управління знаннями підприємства запропоновано модель, що поєднує стратегічні й оперативні процеси і спрямована на формування та перетворення знань у конкурентні переваги.

Література: 1. Кнорринг В. Теория, практика и искусство управления. – М.: Инфра-М, 1999. – 528 с. 2. Мильнер Б. З. Теория организации. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 336 с. 3. Економіка знань: виклики глобалізації та Україна / Нац. ін-т стратег. дослідж.; / Під заг. ред. А. П. Гальчинського та ін. – К.: НІСД, 2004. – 264 с. 4. Valuation of Intangible Assets in Global Operations / Edited by Farok J. Contractor. – L.: GUORUM BOOKS, 2001. – 370 с. 5. Герасимчук В. Г. Розвиток підприємства: діагностика, стратегія, ефективність: Монографія. – К.: Вища школа, 1995. – 268 с. 6. Woronkova A., Wiczorkowski R., Wodzinska U. Koncepcja zarządzania wiedza w przedsiębiorstwie // Materiały VII międzynarodowa konferencja naukowa: SUCESS-2004 "Uwarunkowania sukcesu przedsiębiorstwa w gospodarce opartej na wiedzy" Tom 1. – Lublin, 2004. – 608 p.

Стаття надійшла до редакції
26.05.2006 р.

УДК 007:698 8.012.32

Матвіїв М. Я.

КІБЕРНЕТИЧНИЙ ПІДХІД ДО УТОЧНЕННЯ ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

In the article the peculiarities of developing the marketing management in condition of the transitional economy of Ukraine are considered. The theoretical bases are analyzed and the cybernetic approach to revision of national device of studying the marketing management of educational services is outlined.

Довготермінова стратегія радикального та масштабного реформування економіки України зумовлює необхідність використання адекватних ринковим умовам механізмів залучення людей до освіти, інформації та знань і реалізації їх освітнього

потенціалу в економічній діяльності. Дуже важлива роль у вирішенні цих проблем належить формуванню і розвитку маркетингового менеджменту освітніх послуг як чинника розвитку людського капіталу. Так, Д. Белл назвав освіту віссю, навколо якої суспільство структурується [1, с. 77].

Як показує досвід розвинених країн світу, витрати на розвиток освіти та підвищення кваліфікації робочої сили постійно зростають. Так, у 1990-х рр. вони в структурі валового внутрішнього продукту (ВВП) в Австрії та Австралії становили 5,6%, Канаді — 7%, Норвегії — 7,5%, Данії — 8,2% [2, с. 224 – 225], у США — 7 — 8% [3, с. 75]. За часткою на освіту у ВВП Україна поступається найрозвинутішим європейським країнам, що входять до Європейського Союзу (ЄС). У нашій державі цей показник становив у 2004 р. 3,2% у ВВП.

За даними ЮНЕСКО зниження витрат держави на освіту до 3,5% ВВП неодмінно зумовлює деградацію національної освіти, руйнування її інфраструктури, а для нормального розвитку цієї системи витрати мають становити не менш ніж 5% ВВП [4, с. 236]. І хоча частка загальних витрат на освіту у відсотках від ВВП в Україні нижча від критичної межі на 0,3%, абсолютні витрати на освіту в розрахунку на душу населення у 20 разів менші порівняно з високорозвинутими країнами. Так, якщо у розвинених країнах на підготовку одного студента витрачають 6 тис. дол. США на рік, то у нашій державі — близько 300 дол. [3, с. 75].

Тому стали дуже відчутними тенденції, що обмежують якісне поліпшення людського капіталу. Збільшується фактично його використання та кількісно зростає підготовка фахівців за надлишковими спеціальностями, потреба в яких на ринку праці є значно меншою від чисельності випускників (при тому, що на ринок праці вийшла значна кількість спеціалістів і працівників із практичним досвідом роботи, а отже, з вищою конкурентоспроможністю). Внаслідок цього простежуються як невисока ефективність використання освітнього потенціалу, так і посилення невідповідності між пропозицією та попитом на нього, що стимулює працеєміграційні процеси і "відтік мізків".

Таке становище змушує науковців знову звертатися до аналізу проблем реформування всієї системи освіти і створення нового економічного механізму управління ринком освітніх послуг. Основною метою цього дослідження є формування понятійного апарату для розроблення нових методологічних та методичних засад маркетингового менеджменту освітніх послуг в сучасних умовах на основі кібернетичного підходу.

Маркетинг в освіті сьогодні розуміється як твердження орієнтованого на ринок управлінського стилю мислення. У широкому змісті під управлінням розуміється конкретна організація тих чи інших процесів для досягнення намічених цілей. Будь-яке управління припускає наявність об'єкта та суб'єкта управління, зовнішнього навколишнього середовища, інформаційних потоків, переробки інформації. Основне призначення системи управління — забезпечити досягнення заданої мети в умовах впливу зовнішнього навколишнього середовища. Управління, в найбільш загальному вигляді, здійснюється за кібернетичним принципом керування зі зворотним зв'язком, коли суб'єкт управління зіставляє досягнуті результати із заданими. За допомогою зворотного зв'язку суб'єкт управління одержує інформацію про досягнуті результати свого керування.

Маркетинг в освіті становить кібернетичну систему управління зі зворотним зв'язком, коли споживач освітніх послуг отримує інформацію зобов'язаний підтвердити у вигляді іспиту чи заліку. Вказівка на те, що маркетинг становить управління, при уважному розгляді можна знайти в різних публікаціях з маркетингового менеджменту. Так, наприклад, у французьких дослідників А. Дайана, Ф. Букереля, Р. Ланкара [5, с. 205] та інших, зокрема П. Р. Діксона [6, с. 315], П. Дойля [7, с. 199] відзначено, що система маркетингу контролюється через систему зворотних зв'язків, коли передбачаються послідовні повернення на початкові стадії для виправлення помилок доти, доки відхилення будуть знаходитися у припустимих межах.