

П'ята проблема – державно-управлінська. Більшість функцій управління науковою та науково-технічною сферами зосереджено у Міністерстві освіти і науки України, частину функцій зосереджено у «галузевих» міністерствах і відомствах. Бюджетне фінансування наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності здійснюється на основі пропозицій головних розпорядників бюджетних коштів, які уточнюються щодо обсягів фінансування Мінекономіки.

Необхідно зазначити, що управління науковою та інноваційною діяльністю здійснюють 3-4 державних органи – Державне агентство України з інвестицій та інновацій, Міністерство освіти та науки, Міністерство промислової політики і Міністерство економіки. Таким чином, гостро актуалізується та потребує подальших досліджень проблема розробки шляхів активізації інноваційної діяльності промислових підприємств.

Бібліографічні посилання і примітки

1. Самігулліна Ю. Р. Дослідження стану та проблем розвитку інноваційної діяльності в Україні [Текст] / Ю. Р. Самігулліна // Економічний простір. – 2009. – №24. – С.106–112.
2. Пересада А. А. Управління інвестиційним процесом / А. А. Пересада. – К.: Лібра, 2002. – 472 с.
3. Попкова Л. В. Розвиток інституційних засад інвестиційної діяльності на фінансовому ринку України/ Л. В. Попкова, К. О. Біла// Вісник ДНУ. Серія економіка. – №10/1. – 2008. – С. 27–36.
4. Палиця С. В. Інноваційна діяльність в Україні [Текст] /С. В. Палиця// Економіка та держава. – 2008. – №10. – С. 52–53.
5. Обсяг виконаних наукових та науково-технічних робіт [Електронний ресурс]. Офіційна сторінка Державного комітету статистики України // ukrstat.gov.ua, 17 жовтня 2009 р.

Надійшла до редколегії 3.02.2010.

УДК 658.14/17

Г. С. Ліхоносова

*Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля,
м. Луганськ*

ЦІННІСНІ ОРІЄНТИРИ ПІДПРИЄМСТВА У ПРОЦЕСІ САМООРГАНІЗАЦІЇ

Подано авторське бачення самоорганізації підприємства та дифузії його цінностей. Обґрунтовано доцільність врахування ціннісних орієнтирів працівників та споживачів підприємства у процесі його самоорганізації. Запропоновано використання окремих складових моральності суспільства як стимулів самоорганізації підприємства.

Ключові слова: підприємство, самоорганізація, дифузії, ціннісні орієнтири, цілеспрямованість підприємства, моральність суспільства, «проникаюча» система цінностей.

Представлено авторское видение самоорганизации предприятия и диффузии его ценностей. Обоснована целесообразность учета ценностных ориентиров работников и потребителей предприятия в процессе его самоорганизации. Предложено использование отдельных составляющих нравственности общества в качестве стимулов самоорганизации предприятия.

Ключевые слова: предприятие, самоорганизация, диффузия, ценностные ориентиры, целенаправленность предприятия, нравственность общества, «проникающая» система ценностей.

Author vision of self-organization of enterprise and diffusion of his values is presented. Expedience of account of valued orients of workers and users of enterprise is grounded in the process of his self-organization. The use of separate constituents of morality of society is offered as stimuli of self-organization of enterprise.

Key words: enterprise, self-organization, diffusion, valued orients, purposefulness of enterprise, morality of society, «penetrable» system of values.

Процеси самоорганізації наразі цікавлять економістів як ніколи раніше. Реальність сьогодення і необхідність подолання залишкових явищ фінансової кризи спонукають економічну науку до пошуку потенційних резервів підприємства та можливостей їх ефективного використання. За рахунок цих резервів (економічних, організаційних, соціальних, психологічних), отриманих у результаті самоорганізації, підприємство здатне вивести себе на новий рівень розвитку.

Прагматично налаштоване керівництво підприємств намагається побудувати стратегію розвитку свого підприємства саме у напрямі його самоорганізації. Але добуток сучасної економічної та управлінської теорії не можуть дати відповіді на найгостріші запитання бізнесу: як налагодити самоорганізаційну роботу підприємства та підвищити його можливості самовдосконалюватися, як знайти порозуміння з персоналом підприємства щодо розв'язання спільних ціннісних орієнтирів? Що наразі ефективніше – жорстка централізована організація чи свавілля самоорганізації? Тобто дотепер не існує конкретної методології самоорганізації – підлаштування до ринкової ситуації.

Зрозуміло, що єдиних конкретних рекомендації щодо започаткування процесів самоорганізації неможливо дати та, напевно, й не потрібно – кожне підприємство повинно розвиватися за своїм власним сценарієм. Можна тільки спробувати узагальнити певні трактування понять та наукові категорії, запропонувавши механізм дії самоорганізації підприємства, заснований на використанні окремих складових моральності суспільства та побудови власних ціннісних орієнтирів розвитку. Це і спробуємо зробити у даному дослідженні.

Дослідження феномену самоорганізації у сучасному науковому світі спрямовані, як правило, на аналіз кінцевих результатів, отриманих ефектів від самоорганізації та всебічний доказ їх синергетичних властивостей. Про це свідчать наукові добутки закордонних вчених, а саме: «синергетична складова життя» Г. Хакена [1], «синергетичний підхід в економіці» О. Г. Пугачової, К. М. Соловейко [2], «алгоритми існування» М. М. Моїсеєва [3], «концепція міжнародного розвитку» Д. К. Чистіліна [4]. Вітчизняні науковці також обрали, як єдино можливий, шлях синергетичного розуміння процесів самоорганізації: В. С. Білоус [5], В. І. Абрамов [6]. Але для повного розуміння процесів самоорганізації та можливості застосування їх у практичній діяльності, дослідження лише їх синергетичних властивостей, тобто кінцевих результатів, недостатньо, треба зосередити увагу на початкових моментах, імпульсах, що «запускають» в дію механізм самоорганізації та безпосередньо дослідити його самого.

Недостатнє дослідження проблеми породжує плутанину та різні тлумачення поняття самоорганізації. У сучасних працях можна зустріти зовсім несхожі та навіть протилежні визначення: в одних явище самоорганізації породжується внутрішніми причинами, головна роль приділяється внутрішньому середовищу досліджуваного об'єкта [3, с. 54], в інших – головними причинами самоорганізації виступають зовнішні фактори, а стабілізація системи пояснюється реакцією системи на впливи зовнішнього середовища [2, с.108]. Таким чином, економічне розуміння процесів самоорганізації підприємств, концептуальне пояснення сутності та механізмів самоорганізації, а також організаційно-економічні засади самоорганізації підприємств наразі знаходяться на стадії становлення. Виходячи з цього, метою роботи є пропонування самоорганізуючої дифузії цінностей підприємства,

заснованої на узагальненні певних ціннісних орієнтирів, поєднаних у споріднені групи, використанні окремих складових моральності суспільства та побудови власних цілеспрямованих на рівні підприємства, а також всебічний доказ можливостей його використання на вітчизняних підприємствах.

Будь-яке підприємство варто розглядати з позицій теорії систем. Тобто кожне підприємство, незважаючи на масштаби його діяльності, чисельність працівників або приналежність до певної галуззі, є окремою цілісною системою функціонування. Такій системі притаманні певні особливості: безперервність функціонування, однак при цьому – постійна її еволюція, здатність до саморозвитку, збільшення внутрішньої розмаїтості, цілеспрямована самоорганізація і прагнення до стану динамічної рівноваги.

Кожне підприємство варто розглядати як саме відкриту систему, тому що будь-яке підприємство має зв'язки із зовнішнім світом (відносини з державою, партнерами, конкурентами, споживачами тощо). Тобто підприємство як відкрита система має здатність до здійснення процесів метаболізму [7, с. 29] – обміном енергією й інформацією із зовнішнім середовищем, а також окремих частин системи або підрозділів підприємства між собою. Іншими словами, на цю систему обов'язково буде здійснюватися вплив – позитивний або негативний. Щоб нейтралізувати дію негативних факторів, керівництву підприємства варто уважніше придивитися до процесів, які відбуваються всередині підприємства, з'ясувати, які мотиваційні фактори впливають на поточний стан підприємства та окреслити ціннісні орієнтири існування підприємства. Тобто розробити механізм дій підприємства, підлаштовуючи який під певні ситуації, підприємство здатне застерігати себе від кризових явищ та безболісно переносити їх залишкові моменти. Відтак, підприємству потрібен алгоритм орієнтації в сучасному економічному та суспільному просторі – самоорганізуюча дифузія цінностей.

Під дифузією слід розуміти [8, с. 240] проникнення однієї речовини до іншої при їх безпосередньому зіткненні або через посередницьку середу. Процес дифузії у нашому дослідженні безпосередньо пов'язаний з цінностями та ціннісними орієнтирами суспільства загалом та окремої людини зокрема, тому варто зупинитися також на роз'ясненні цих категорій.

Цінність [9] – позитивна або негативна значущість об'єктів навколишнього світу для людини, соціальної групи, суспільства в цілому, обумовлена не їхніми властивостями самими по собі, а їх проникністю у сферу людської життєдіяльності, інтересів і потреб, соціальних відносин; критерії й способи оцінки цієї значущості, виражені в моральних принципах і нормах, ідеалах, установках, цілях. Звідси логічним буде розуміння ціннісної орієнтації [9] як відношення людини до матеріальних і духовних цінностей, система його установок, переконань, переваг, виражена в його поведінці.

Однозначного тлумачення феномену самоорганізації наразі не існує, мабуть, в силу його складності і невизначеності. На наш погляд, самоорганізація підприємства – це, скоріше, деяка ідея, ніж чітке поняття, певна життєва необхідність чи актуальність, синтез жорсткої упорядкованості й легкої свободи дій та найважливіша домінанта розуміння поведінки окремих підприємств у скрутні часи трансформаційних процесів.

Виходячи з цього, дифузія цінностей підприємства, що самоорганізується, полягає у поєднанні моральних принципів працівників, споживачів та самого підприємства та створенні нової – проникаючої системи цінностей, яку ставить перед собою керівництво та мотивовано нав'язує персоналу. При чому під впливом зовнішніх об'єктивних факторів перелік стратегічних цілей підприємства постійно змінюється, що потребує одночасної зміни тактичних завдань для персоналу. Старанне виконання поставлених завдань та прагнення досягти визначених цілей вимагає від підприємства проявів його самоорганізації, що у кількісному та якісному вимірі може виражатися, наприклад, у зміні організаційної структури підприємства та сфери (меж) його впливу.

Із зазначеного видно, що працівники, як носії усіх позитивних та негативних матеріальних та моральних цінностей підприємства, відіграють визначальну роль у формуванні його самоорганізаційних поштовхів. У зв'язку з цим механізм самоорганізації не може мати якісь чіткі обриси та визначені межі, його дія проявляється лише через вплив якості організації працівників на обсяги отриманих ними ж матеріальних благ та підвищення власного ж добробуту за рахунок ефективної роботи підприємства.

Однак ціннісні орієнтири підприємства не завжди збігаються з ціннісними орієнтирами працівників (рис. 1), особливо у посткризові часи.

У кожного працівника підприємства під впливом якихось, відомих тільки йому, факторів формується певна система цінностей та моральних норм, яка у процесі його плідної праці на підприємстві, поєднується з цінностями інших працівників, тим самим, певним чином трансформується, модернізується та набуває вигляду певних групових, корпоративних цінностей, які в ідеалі і є стратегічними цілями існування підприємства та виконання означеної ним місії.

Прояв процесів самоорганізації починається з моменту переосмислення працівником своєї власної ролі у загальній справі, отримання зацікавленості та задоволення від результату спільних дій, продовжується під час виходу підприємства на нові для нього ринки (нові принципи діяльності для працівників) та найяскравіше проявляється на стику внутрішнього середовища підприємства з його зовнішнім оточенням (рис. 1). У подальшому виражається у побудові алгоритму дій працівників у тій чи іншій ситуації без попереднього її обговорення, а миттєвого адекватного реагування на неї.

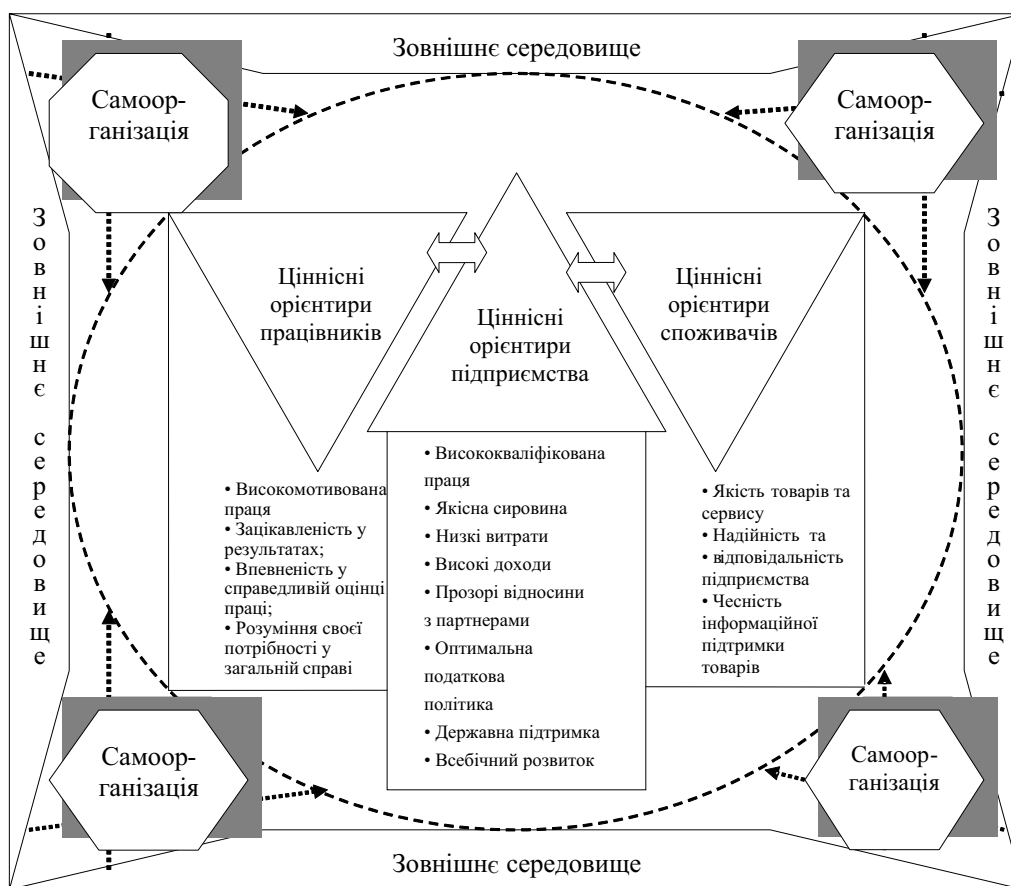


Рис. 1. Дифузія цінностей внутрішнього середовища підприємства, що самоорганізується

З рис. 1 виникає цілком логічне питання: чому ціннісні орієнтири споживачів – безперечного фактора зовнішнього середовища – віднесено до складових механізму внутрішнього впливу? Пояснюється це досить просто - підприємство цілком здатне впливати на споживчу думку через формування системи лояльності клієнтів та побудови відповідної програми лояльності. Підлаштовуючи систему лояльності клієнтів «під себе», підприємство діє, у якнайменш, двох позитивних напрямках: створює додатковий резерв отримання фінансових ресурсів за рахунок збільшення обсягів реалізації та стимулює діяльність власного персоналу – якщо працівники бачать зацікавленість та потребу у продукції їх підприємства, вони розуміють, що працюють на перспективному підприємстві, продукція якого користується великим попитом, тобто вони завжди отримують належну їм винагороду. Тут наочно проявляється дія зворотних зв'язків системного розуміння ситуації.

Самоорганізація в реальному житті – це чергування організації і дезорганізації. Підприємства, що самоорганізуються, знаходять можливості для самолікування, подолання дезорганізації на шляху свого перебудовування. Саме в моменти кризових станів включаються механізми трансформації, тобто криза або її залишкові явища виступає як самоорганізатор внутрішніх змін підприємства.

Необхідним елементом самоорганізації є рух організації, що виражається в зміні її станів, зміні структур при збереженні якісної наповнюваності. Самоорганізація підприємства, по суті, є безперервним його становленням, постійною еволюцією. Місце для нового організаційного порядку вивільняється в процесі відходу старого порядку, руйнування створеного і створення зруйнованого.

У процесах самоорганізації важливу роль варто відвести розв'язанням протиріч усередині підприємства. Це протиріччя самозбереження і самоініціативи до змін, стійкого існування й розвитку, співробітництва і суперництва з іншими організаціями, внутрішньої організації і дезорганізації, руйнування й творення, порядку і безладу, традицій і новизни і т.інш. У процесі розв'язання подібних протиріч йде самоідентифікація, самодобрір і самонадбудовування організацій, тобто самоорганізація йде пліч-о-пліч із самодезорганізацією, творення - з руйнуванням. Виникнення нового сполучене з руйнуванням старих організаційних відносин і зв'язків, перерозподілом потоків ресурсів і влади.

Підтримуючи пріоритетність вирішення суспільних проблем над економічними чи організаційними, вважаємо за необхідне навести вислів з інтерв'ю Патріарха Московського і всієї Русі телеканалу «Россия», що відбулося 21 січня 2010 р.: «Найнадійніші зміни – це зміни, що відбуваються з поліпшенням людської моралі...». Такі висловлювання носіїв людської свідомості в котрий раз звертають увагу суспільства на першоплановість суспільних перебудов, зокрема на покращання складових моральності суспільства – його ціннісних орієнтирів.

На наш погляд, «проникаюча» система цінностей (цінності працівників у цінності підприємства та навпаки) і є тим механізмом самоорганізації підприємства, оптимальне використання якого реалізується в ефективну діяльність підприємства. Тобто самоорганізація підприємства – це спосіб його діяльності, що дає ефект від використання дифузійної системи цінностей. Ціннісний механізм самоорганізації підприємства слід розглядати як в об'єктивному, так і в суб'єктивному змістовому навантаженні. В об'єктивному – як силу чи здатність ціннісних спрямувань досягати позитивного результату. У суб'єктивному – вагомість, що мають ціннісні орієнтири для всебічного добробуту суб'єкта, тобто існування ціннісних спрямувань означає для кожного індивіда вигоду, а їх відсутність – збиток життєвого благополуччя.

Сучасне суспільство досить вдало можна охарактеризувати самоорганізуючою дифузійною системою цінностей, яку можна подати у формі закономірності: ієрархія досягнення цілей (індивіда, підприємства, суспільства) визначається цінністю отри-

маних благ. Чим вище обіцяне благо, тим більш зусиль здатен докласти окремий працівник на досягнення певної мети, яка стоїть перед підприємством. Прикро, що цими ж ціннісними орієнтирами користується і керівництво вітчизняних підприємств, яке, досягнувши своїх меркантильних цілей, кидає підприємство на призволяще або ж доводить його до банкрутства.

У дослідженні було наголошено на пріоритетності ролі людського фактора при формуванні стратегічних дій підприємства та встановлено деякі ціннісні орієнтири працівників, підприємства та споживачів. Таким чином, пропонування теоретичних засад самоорганізації підприємства, заснованих на дифузійному поєднанні певних цінносних орієнтирів, їх узагальненні та поєднанні у спорідненні групи залежно від їх носіїв, має підставу до існування. Використання механізму самоорганізації підприємства у запропонованій формі «проникаючої» системи цінностей – унікальний спосіб діяльності підприємства, що дає ефект від використання цінностей та моральних якостей працівників.

Варто пам'ятати, що система цінностей завжди орієнтована на майбутнє, тому цілі, що обираються для завтрашнього дня, не можуть обмежитися сьогоднішніми знаннями, технологіями, ресурсами, тобто механізм самоорганізації, заснований на ціннісних орієнтирах підприємства, потребує постійного дослідження та вдосконалення.

Бібліографічні посилання і примітки

1. Хакен Г. Информация и самоорганизация: Макроскопический подход к сложным системам: пер. с англ. / Г. Хаген. – М.: Мир, 1991. – 240 с.
2. Пугачева Е. Г. Самоорганизация социально-экономических систем / Е. Г. Пугачева, К. Н. Соловейко. – Иркутск: БГУЭП, 2003. – 173 с.
3. Моисеев Н. Н. Алгоритмы развития / Н. Н. Моисеев – М.: Наука, 1987. – 304 с.
4. Чистилин Д. К. Самоорганизация мировой экономики: Евразийский аспект / Д. К. Чистилин. 2-е изд. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2006. – 237 с.
5. Білоус В. С. Синергетика та самоорганізація в економічній діяльності: навч. посіб. / В. С. Білоус. – К.: КНЕУ, 2007. – 376 с.
6. Абрамов В. І. Духовність суспільства: методологія системного вивчення: монографія / В. І. Абрамов. – К.: КНЕУ, 2004. – 236 с.
7. Основи стійкого розвитку: навчальний посібник / за ред. д-ра екон. наук, проф. Л. Г. Мельника. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 654 с.
8. Словарь иностранных слов / под ред. И.В. Лёхина, проф. Ф. Н. Петрова. Изд. 4-е, перераб. и доп. – М.: Гос. изд-во иностр. и нац. словарей, 1954. – 853 с.
9. Большой Энциклопедический Словарь <http://prepadav.net>

Надійшла до редколегії 14.01.2010.

УДК 657:336.717

С. В. Тимофіїв

Львівський національний аграрний університет

ТРАНСАКЦІЙНІ ВИТРАТИ ЯК ОБ'ЄКТ ОБЛІКУ І КОНТРОЛЮ: МІКРО- ТА МАКРОЕКОНОМІЧНИЙ ПІДХОДИ

Розглянуто трансакційні витрати як фактор, що значною мірою впливає на характер функціонування економічної системи суспільства. Запропоновано спосіб включення трансакційних витрат взаємодії економічних суб'єктів до системи бухгалтерського обліку. Окреслено можливості моніторингу та контролю за даним видом витрат і управління ними в макроекономічних масштабах.

© С. В. Тимофіїв, 2010