

маркетингового потенціалу необхідно користуватися шкалою оцінки складових частин маркетингового потенціалу підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Рекомендована шкала оцінки сформованості складових частин маркетингового потенціалу

Ступінь сформованості маркетингового потенціалу, %	Пояснення
0–20	Потенціал майже не сформовано
21–40	Потенціал сформовано погано
41–60	Потенціал сформовано не в повній мірі
61–80	Потенціал сформовано добре
81–100	Потенціал сформовано дуже добре

Таким чином, маркетинговий потенціал ВАТ “Хмельницька швейна фабрика “Лілея” майже не сформований і перебуває на рівні 18 % [8, с. 97]. На основі виявленої різниці величин нормативного та реального маркетингового потенціалу визначено резерв формування, а саме елементи та компоненти потенціалу, що потребують подальшого практичного втілення у господарську діяльність підприємства.

Висновки. Управління маркетинговим потенціалом на основі його оцінки дозволяє підприємству максимально задовольнити інтереси власників, визначити оптимальні стратегічні напрямки розвитку та розробити систему управлінських заходів, що сприятимуть досягненню поставлених маркетингових цілей. Запропонована методика оцінки маркетингового потенціалу дозволить визначити рівень його сформованості, а також нормативні параметри та резерви подальшого формування.

Перспективою подальших досліджень у даному напрямку є розробка комплексних програм заходів щодо формування маркетингового потенціалу підприємства в умовах посилення кризових явищ.

Література

1. Економічна діагностика. Навч. посібник / Т.Ф. Косянчук, В.В. Лук'янова, Н.І. Майорова, В.В. Швид; за заг. ред. Т.Ф. Косянчук. – Львів: Новий Світ, 2007. – 452 с.
2. Балабанова Л.В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства. Монографія / Л.В. Балабанова, Р.В. Мажинський / Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2005. – 144 с.
3. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка. Навч. посібник / Н.С. Краснокутська – К.: Центр навч. л-ри, 2005. – 352 с.
4. Лапин Е.В. Оценка экономического потенциала предприятия. Монография / Е.В. Лапин – Сумы: Университетская книга, 2004. – 359 с.
5. Попов Е.В. Потенциал маркетинга предприятия / Е.В. Попов // Маркетинг в России и за рубежом. – 1999. – № 5. – С. 26–33.
6. Хомяков В.І. Управління потенціалом підприємства. Монографія / В.І. Хомяков, І.В. Бакум. – Черкаси: ЧДТУ, 2005. – 323 с.
7. Григор'єва Л.В. Формування маркетингового потенціалу промислових підприємств з врахуванням інтеграційних тенденцій економіки України / Л.В. Григор'єва // Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків і залучення іноземних інвестицій: регіональний аспект: зб. наук. пр. – Донецьк: ДонНУ, 2007. – Ч. 3. – С. 1273–1279.
8. Управління маркетинговим потенціалом підприємства. Звіт про НДР / Міністерство науки і освіти України, ХНУ; кер. теми В.М. Нижник. – Хмельницький, 2009. – 152 с.

УДК 338.47(075.8)

А. М. ГРИНЬОВ

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля

ВИЗНАЧЕННЯ “ЗНАННЯ” ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ

Розглянуто еволюцію економічних теорій, в яких започатковано розуміння ролі знання в життєдіяльності суспільства. Досліджено підходи, що розкривають зміст і сутність поняття “знання”. Виявлено слабкості і силу різних підходів, а також їх ключові суттєві ознаки. Визначено знання як соціально-економічну категорію.

The article considers evolution of the economic theories in which understanding of role of knowledge in the vital functions of society is founded. Approaches which expose maintenance and essence of concept “knowledge” are investigated. Advantages and limitations of different approaches and also their key substantial characteristics are exposed. Knowledge as socio-economic category is defined.

Постановка проблеми. У сучасну епоху суспільство стикнулось із ситуацією, коли в ньому стрімко змінюється система цінностей і соціальний розподіл самого суспільства. Причина цьому – зміна уявлень на

місце і роль знання в сучасному господарстві у зв'язку з переходом світу на новий етап свого розвитку, базу якого складає економіка знань. Її відмінна особливість у тому, що знання відіграє в неї вирішальну роль, а його виробництво є джерелом розвитку економіки. Сьогодні вже не викликає сумнівів твердження, що головною рушійною силою в досягненні успіху виробничою організацією в конкурентному зовнішньому середовищі є знання працівників, їх творчий потенціал та їх непередбачувана поведінка щодо набуття знань через освіту і досвід, використання знань і обміну знаннями у виробничій діяльності. Якщо скористатися метафорою Йітса у даному контексті, то знання працівника – “це місце, звідки беруть початок усі шляхи, невичерпне джерело оновлення і особистий паж, він же домашній провидець майбутнього” [1]. Отже, знання в новому його розумінні означає реальну продуктивну силу, засіб досягнення соціальних і економічних результатів. Знання впливають на інноваційний розвиток організації, визначають економічну цінність продукції і її якість, стають визначальним чинником ринкової вартості бізнесу. Знання стають бізнесом цілковито в тій же мірі, в якій бізнесом є споживач [2].

Тому з економічної точки зору, знання не буде знанням, якщо воно не виробляє нового знання на користь людини і людства. Розумінні цієї ролі знання в економічному зростанні стає одним з найбільш актуальних сучасних завдань економічної теорії. Однак в економічній теорії поки що немає відповідей на те, як і за яких умов знання створюється, як воно комерціалізується і вводить в “ринковий обіг”, як воно перетворюється в специфічний товар, які його суттєві ознаки. Отже, вкрай необхідно оволодіти знанням щодо самого знання.

Протягом багатьох віків зміст поняття “знання” змінювалось. Дж. Бойє так охарактеризував ці зміни. Якщо спочатку знання відносилось до сутності людини як особистості (to person's “being”), то в XVIII ст. представлення про знання радикально змінилось – почало застосовуватися не тільки до сутності (being), але й до дій, поведінки, вчинків (to doing) [3]. Такі зміни уявлень обумовили численні визначення сутності знання, що надавались представниками різних наук і які наочно відображають складність і неоднозначність цієї категорії. Як слідство, багатоваріантне її визначення не дає керівникам організації орієнтир, якого слід дотримуватися для усвідомлення нової ролі знання і його використання в процесі економічної діяльності та в системі менеджменту, в якому з'являється новий напрям, новий вид управлінської діяльності, нова функція – менеджмент знань. Усе це актуалізувало питання наукового визначення поняття “знання”.

Аналіз останніх досліджень. Аналіз бібліографічної літератури свідчить, що уявлення про сутність знання було започатковано ще в класичній економічній теорії і трудовій теорії вартості, представниками яких були В. Петті, А. Сміт, Д. Рекардо і К. Маркс. Зміни, що відбувалися у суспільному житті, зміни природи самої організації не могли не вплинути на розвиток наукової думки і економічних теорій в контексті яких зустрічаються ідеї щодо розуміння ролі знання в процесах змін. Серед теорій, що мають найбільше значення щодо нашої предметної області, крім означених, слід назвати неокласичну економічну теорію (Й. Шумпетер, М. Кондратьєв, Р. Солоу, Е. Денісон), економічну теорію інформації (Н. Вінер, К. Шеннон), теорію людського капіталу (Г. Беккер, Т. Шульц, Н. Боуен, Л. Туроу), нові теорії економічного зростання (П. Ромер, Р. Лукас, К. Ерроу), еволюційні теорії (Р. Нельсон, С. Вінтер, Є. Теймаз, Д. Досі), теорію знань (М. Полані, І. Нонака, Х. Такеучі, М. Кене, П. Страссман), теорію інтелектуального капіталу (Дж. Гелбрейт, Т. Стюарт, П. Салліван, Л. Прусак, К. Свейбі, П. Друкер, А. Брукінг), концепції організаційного навчання та організації що навчається (Г. Хабер, К. Арджирис, Д. Шейн, П. Сенге). Розкриття самої сутності поняття “знання” у різних контекстах належить відомим вітчизняним і зарубіжним ученим: Л. Сара Робертс, У. Райс-Джонстон, К. Бурманн, А. Доронін, В. Петрухін, Т. Гаврилова, Дж. Хорган, М. Мариничева, Б. Мільнер, К. Джанетто, З. Рум'янцева, Л. Федулова, А. Клейнер, П. Друкер, У. Букович, Р. Холл, Є. Тоффелер, М. Румізен, О. Грішнова, В. Врублевський, Л. Лукичева, Т. Стюарт, Р. Каплан, Д. Нортон, В. Денисов, Н. Ітамі, С. Прахалад, Г. Хамел, В. Воронкова та інші.

Узагальнення літературних джерел з теорії та історії дослідження сутності “знання” дозволило зробити висновок, що його визначення базується на відповідних аспектах гуманітарних наук, філософії, соціології, економіки, фінансів і охоплює ресурсну, знань, людських відносин, інтелектуального і людського капіталу, концепції організаційного навчання і організації що навчається, які зміцнили теоретичні засади різних контекстів поняття “знання”. Однак, незважаючи на численні дослідження в цій області, залишається проблема неоднозначного тлумачення терну знання, що стримує процес розгортання в Україні економіки знань, необхідним елементом якої є менеджмент знань кожної виробничої організації, який спроможний створювати конкурентні переваги на ринках товарів і послуг.

Актуальність зазначеної проблеми визначила вибір теми статті та її мету.

Метою статті є дослідження підходів, які розкривають зміст і сутність поняття “знання”, виявлення слабкостей і силу, а також суттєвих ознаки у різних підходах визначення знання як соціально-економічної категорії.

Виклад основного матеріалу. Дослідження еволюції наукової думки в процесі становлення в категорії “знання” та усвідомлення логіки та тенденції розвитку економічних теорій і концепцій та їх рушійних сил дає підставу зробити висновок, що наукова теоретична думка відносно категорії “знання” розвивалась хвилеподібно – спочатку в напрямі усвідомлення соціально-економічної ролі людини як продуктивної сили суспільства та її здатності до праці в капіталістичному виробництві на початку індустріального укладу розвитку суспільства, потім значущості техніко-технологічного фактора в процесі економічного зростання і применшення ролі людини в ньому і знову в напрямку вивчення інформації і знань як найголовнішого економічного ресурсу, а також інструментів і методів управління інформаційно-інтелектуальними ресурсами. Підсумовуючи сутнісні ознаки сучасних теоретичних концепцій, приходимо до висновку, що саме в надрах розглянутих теорій знаходяться методологічні витоки сутності категорії “знання”, як специфічної продуктивної сили і важливішого економічного

фактора розвитку, який сьогодні вважається вирішальним, бо знання працівників стають усе більшою цінністю і мають більш могутню силу, ніж природні ресурси, в конкурентній боротьбі і на ринках товарів, і на ринках праці. Для того щоб знання виконували ці ролі важливо визначитися з поняттям “знання”.

Визначити будь-яке поняття – це значить указати, що воно означає, виявити суттєві ознаки, які входять у його зміст, відділити предмет, що визначається, від усіх інших.

Узагальнення думок різних дослідників і словникових визначень дозволяє робити висновок про багато-аспектність поняття “знання”. Різні дослідники, науки і економічні школи в цей термін вкладають різний зміст. За результатами аналізу наведених у літературі тлумачень щодо сутності поняття “знання” нами виділено сім підходів, які свідчать що розуміння знання зводиться або до результату пізнання дійсності (філософський, фундаментальний підхід), або до ресурсу людини (ресурсний підхід, або до володіння інформацією (інформаційний підхід), або до нематеріальних активів (фінансовий підхід), або розглядається як загальнонаукова категорія (загальнонауковий підхід), або як засіб досягнення соціальних і економічних результатів та умінь виробляти нове знання (економіко-виробничий підхід), або як соціальна природа знання.

Проведений змістовно-логічний аналіз суттєвих ознак поняття “знання” за всіма підходами дозволив, застосовуючи принципи SWOT-аналізу, виявити слабкість і силу кожного підходу та визначити ключові суттєві ознаки для їх оцінки щодо можливості категоріального визначення поняття і предметної області дослідження, а також включення відповідних ознак в модель поняття “знання” (табл.1).

Таблиця 1

Ключові суттєві ознаки підходів до визначення поняття “знання”

Підхід	Слабкість	Сила	Ключова суттєва ознака
Філософський (фундаментальний)	Абстрактність, що не дозволяє його використовувати як у повсякденному житті, так і в економічній діяльності	Заснований на фундаментальній філософській категорії “пізнання”	Пізнання дійсності
Загальнонауковий	Ілюстративність, різноплановість, що перешкоджає чіткому уявленню змісту і узагальненню	Розширення світогляду наукових працівників	Продукт науки і освіти
Ресурсний	Розуміння ресурсу в різних контекстах: організації, людини, управління, влади	Використання терміну “знання–ресурс” відповідно до людини і визначення його як фактора господарської діяльності	Специфічний, унікальний, інтелектуальний ресурс людини
Інформаційний	Взаємозамінюваність (підміна) термінів “інформація” і “знання” щодо людини. Розглядається з точки зору інформаційного знання	Визнання інформації специфічним носієм знання, а перетворення її в нове знання здійснює людина	Специфічний носій упредметненого знання
Фінансовий	Застосування для визначення таких самостійних категорій, як “інтелектуальний актив”, “інтелектуальний капітал”, “нематеріальний актив”, в яких знання розглядаються упредметненими, тобто організаційними	Визначення сукупних знань організації	Найважливіший актив організації
Економіко-виробничий	Немає	Відображення основного виробничого відношення, що складається в організації з приводу знання працівника як його приватної власності і створеної ним економічної цінності, власність на яку залежить специфікації прав власності. Розгляд знання як специфічного товару. Визначення поняття “знання” як категорії економічної	Продуктивна сила, засіб праці, націленість на дію і результат, приватна власність людини як носія
Соціально-гуманістичний	Немає	Притаманність основному носію–людині як окремої істоти соціуму; соціальна природа самого знання; невід’ємність від людини; використовується в межах інститутів, до яких належить людина. Відображення основного соціального відношення між соціальною природою самого знання і його власником – людиною. Визнання поняття як категорії соціальної	Невід’ємність від свого власника та носія – людини, соціальна природа самого знання як продукт суспільно-економічних і політичних відносин

Джерело: складено автором.

Оцінку ключових суттєвих ознак щодо категоріальності поняття “знання” було здійснено на основі визначення поняття “категорія”. “Категорії (грец. *kategoria* – вислів; ознака), найбільш загальні і фундаментальні поняття, що відображають суттєві, найбільш загальні властивості й відносини явищ дійсності і пізнання” [4]. Отже, виходячи з наведеного визначення поняття “знання” можна визначати як категорію, бо воно є, по-перше, загальним і фундаментальним; по-друге, йому притаманні суттєві властивості; по-третє, в ньому відображаються економічні і соціальні відносини, що дає підставу характеризувати знання як соціально-економічну категорію.

Оцінювання ключових суттєвих ознак відносно предметної області дослідження припускає зіставлення ознак з межами предметної області за такими принципами:

- людина є основним носієм знання, а знання, в свою чергу, невід’ємне від людини;
- використання знання людини відбувається в межах інститутів, до яких вона належить, у нашому випадку – це виробнича організація;
- знання людини в процесі трудової діяльності в межах виробничої організації перетворюється в специфічний товар і комерціалізується в процесі створення нового знання – економічної цінності – коли воно потрапляє в ринковий обіг;
- знання людини має соціальну природу і є продуктом єдності суспільно-економічних і політичних відносин.

Сформульовані принципи дозволили виділити з наведених у табл. 1 ключових суттєвих ознак по кожному підходу такі: продукт освіти; специфічний, унікальний інтелектуальний ресурс людини; продуктивна сила, засіб праці, націленість на дію і результат; специфічний товар; невід’ємність від свого власника та носія-людини; соціальна природа як продукт суспільно-економічних і політичних відносин.

Таким чином, взяті разом вищенаведені суттєві ознаки відображають концептуальне бачення поняття знання людини у виробничій організації. Виходячи з цієї посилки даємо таке його визначення: “Знання людини” – це соціально-економічна категорія, яка виражає соціально-економічні відносини у виробничій організації, набуває соціальної природи як продукт суспільно-економічних і політичних відносин, є продуктом освіти, специфічним, унікальним інтелектуальним ресурсом людини, специфічним товаром, характеризується невід’ємністю від свого власника та носія-людини, використовується в економічній діяльності як продуктивна сила та засіб праці, має націленість на дію та результат і завдяки цьому впливає на зростання доходів (заробітків) свого власника.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямку. Таким чином, представлене розуміння поняття “знання” як соціально-економічної категорії в єдності його носія-людини та економічного результату має принципове значення, оскільки дозволяє розглядати знання як стійке соціально-економічне явище, як постійно відтворювану якість, втілену в людину. Отже, надається підстава для визначення таких принципових положень. По-перше, знання – це не просто сукупність зазначених суттєвих ознак, а сформований та накопичений певний запас інтелектуального ресурсу людини. По-друге, цей запас належить людині і невід’ємний від неї. По-третє, це такий запас, який використовується для одержання нового знання у формі економічних цінностей і тим самим комерціалізується у ринковому обігу. По-четверте, використання знання закономірно приводить до зростання заробітків (доходів) його власника. По-п’яте, зростання доходів стимулює подальше набуття нових знань. Визначення категорії “знання” має практичне значення у розгортанні в організаціях такої нової функції менеджменту, якою є менеджмент знань. Впровадження в діяльність організації цієї функції потребує подальших теоретико-методологічних досліджень.

Література

1. Стюарт Томас А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Т.А. Стюарт; пер. с англ. В. Ноздриной. – М.: Поколение, 2007. – 368 с.
2. Друкер П. Эффективное управление / П. Друкер; пер. с англ. М. Котельниковой. – М.: Астрель; АСТ: Ермак, 2004. – 284 с.
3. Мильнер Б.З. Управление знаниями в корпорациях. Учебное пособие / Б.З. Мильнер, З.П. Румянцева, В.Г. Смирнова, А.В. Блиникова; под ред. Б.З. Мильнера]. – М.: Дело, 2006. – 304 с.
4. Советский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1979. – 1600 с.

УДК 330.322(447)

О. В. ІВАНЮК

Хмельницький національний університет

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

Розглянуто основні методи оцінки інвестиційної привабливості на рівні підприємства. Запропоновано сучасні підходи оцінки інвестиційної привабливості підприємства, що ґрунтуються на максимізації індивідуальних оцінок аналітичних показників підприємств й вибору екстремальних показників оцінки інвестиційної привабливості.

The main methods of assessment of investment attractiveness are investigated at the enterprise level. The contemporary approaches to the estimation of the enterprise investment attractiveness have been suggested. They are