

ЕКОНОМІЧНІ ІННОВАЦІЇ

Випуск 36

2009



ББК 65.04 + 66.4
УДК 332.122 + 339.9

ЕКОНОМІЧНІ ІННОВАЦІЇ. Випуск 36. Українське Причорномор'я в контексті економічних альтернатив: сучасні виклики та антикризові стратегії (регіон у системі міжнародних відносин та комунікаційно-інформаційному просторі, розвиток локальних економічних систем). Збірник наукових праць. — Одеса: Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2009. — 533 с.

Головний редактор

Буркинський Е.В. — академік НАН України, доктор економічних наук, професор

Редакційна колегія

Чумаченко Н.Г. — академік НАН України, доктор економічних наук, професор

Харічков С.К. — доктор економічних наук, професор, заступник головного редактора

Андреева Н.М. — доктор економічних наук

Бутенко А.І. — доктор економічних наук, професор

Галушкіна Т.П. — доктор економічних наук, професор

Громова О.М. — доктор економічних наук

Дергачов В.О. — доктор географічних наук, професор

Зверяков М.І. — доктор економічних наук, професор

Ковальов А.І. — доктор економічних наук, професор

Котлубай М.І. — доктор економічних наук

Котлубай О.М. — доктор економічних наук, професор

Осіпов В.М. — доктор економічних наук

Садекєв А.А. — доктор економічних наук, професор

Садченко О.В. — доктор економічних наук

Степанов В.М. — доктор економічних наук, професор

Хумарова Н.І. — кандидат економічних наук, відповідальний секретар редколегії

Шубін О.О. — доктор економічних наук, професор

Свідоцтво про державну реєстрацію серія ОД № 495 від 3 березня 1998 р.

У Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України,
Одеса, 2009

ЗМІСТ

УКРАЇНСЬКЕ ПРИЧОРНОМОР'Я В СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

- Єрмакова О.А.** 12
ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ В УКРАЇНІ РЕГІОНАЛЬНИХ
СЕРВІСНИХ МЕТАЛО КЛАСТЕРІВ ЗІ СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ
НА АРАБСЬКИЙ РИНОК
- Колосов В.А.** 21
УКРАЇНА В КОНТЕКСТЕ РЕКОНФИГУРАЦІИ
ГЕОПОЛІТИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА В
ЧЕРНОМОРСКОМ РЕГИОНЕ
- Коробов В.К.** 28
ПЕРСПЕКТИВЫ УКРАИНСКОГО ПРИЧОРНОМОРЬЯ В
КОНТЕКСТЕ ПОСТМЕЖДУНАРОДНОЙ ПОЛИТИКИ
- Огородник Р.П., Плющик І.А.** 37
ПРОБЛЕМИ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ В УКРАЇНІ
НА ТЛІ ЗАГАЛЬНОСВІТОВОГО ЗНИЖЕННЯ
ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ
- Рогальська Н.Г.** 47
ПЕРСПЕКТИВИ ФІНАНСОВОГО ІНЖИНІРИНГУ В
БАНКАХ У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВИХ
ФІНАНСОВИХ РИНКІВ
- Юхименко В. В.** 55
ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ
КРИЗИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ
БЕЗПЕКУ УКРАЇНИ

РОЗВИТОК ТРАНСПОРТНИХ КОМУНІКАЦІЙ У ЧОРНОМОРСЬКОМУ РЕГІОНІ

- Афанасьєва О.К.** 65
ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ
РЕФОРМИРОВАНИЯ МОРСКИХ ПОРТОВ УКРАИНЫ

Ларіна Я.С. МЕТОДИ ВИБОРУ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ В АПК	463
Лукашина М.В. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	472
Макаренко С.М. РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ ЯК ГОЛОВНИЙ РЕСУРС ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	482
Харічков С.К., Рассадникова С.І., Любарський І.Є., Карпенко О.О. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЦІЛЬОВОЇ ПРОГРАМИ У СФЕРІ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ	491
Чайковская М.П., Финикопуло В.А. СТРАХОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ РИСКОВ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	501
Шарко М.В., Буренко Ю.А. ОРГАНИЗАЦИЯ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ОЖИДАЕМЫХ ИЗМЕНЕНИЙ	513
Ярова І.І. МОДЕЛЮВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПРОСУВАННЯМ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ЗАСОБАМИ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ	523

РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ ЯК ГОЛОВНИЙ РЕСУРС ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Макаренко С.М.

Визначено основні умови для забезпечення довготривалого успіху суб'єктів господарювання усіх форм власності. Досліджено труднощі, які виникають в процесі виробництва, при відсутності необхідної достовірної інформації. Обґрунтовано доцільність створення інформаційної служби для проведення постійних досліджень тенденцій та можливих змін у внутрішньому та зовнішньому бізнес-середовищі підприємства.

Актуальність проблеми. В даний час актуальною науковою проблемою є розробка методів системного дослідження процесів розвитку перехідної економіки. Важливе місце відводиться питанням оцінки інформаційної складової розвитку суб'єктів господарювання усіх форм власності.

Суб'єкти господарювання, здійснюючи свою виробничу діяльність постійно знаходяться під впливом внутрішнього і зовнішнього середовища. Всі чинники внутрішнього і зовнішнього середовища виявляються через передачу учасникам ринкових відносин певної інформації (сигналів).

Тому великий інтерес в умовах світової фінансової кризи представляє виділення з великої кількості різної інформації тієї, яка важлива для контролю за виробничою діяльністю підприємства.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Необхідність інформаційного забезпечення управління економічними процесами на підприємствах активно обговорюється і висвітлюється в літературі, зокрема, в роботах С.Г. Светунькова, Т.А. Бурцева, В.С. Сізова, О.А. Цень, І.І. Нагорної, За-вьялова П.С. та інших науковців [1-4].

Значення інформаційних досліджень посилюється також тим, що зростає роль чинника невизначеності в організації управління підприємством, який розглядається як нестабільність, мінливість економічної і соціальної поведінки суб'єктів виробничої системи. Проте на сьогодні недостатньо визначеним є вплив інформаційних факторів на подальший розвиток підприємств.

Метою роботи є аналіз теоретичних засад та практичних матеріалів, дослідження тенденцій розвитку підприємств Херсонської області, визначення інформаційної складової їх розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стрімке підвищення рівня конкуренції на внутрішньому і зовнішніх ринках, зростання вимогливості

споживачів призводить до того, що у найближчі десятиліття сподіватися на процвітання може лише те підприємство, яке володітиме конкурентними перевагами в усіх сферах, зокрема у сфері зниження витрат, покращання якості, забезпечення гнучкості, впровадження інновацій, розвитку знань та у сфері економії часу.

Одним з найважливіших завдань досліджень є визначення умов, при яких досягається оптимальне співвідношення між попитом і пропозицією на ринку. Вивчення умов ринку доповнюється дослідженням і оцінкою діяльності фірм, виступаючих на ринку, їх позицій і здійснюваних ними методів торгівлі.

Для досягнення довготривалого успіху робота по забезпеченню конкурентоспроможності підприємства має здійснюватися в усіх сферах та по всіх аспектах його діяльності. До основних факторів, які визначають рівень конкурентоспроможності підприємства можна віднести наявність якісної інформації про стан елементів.

Інформація - це засіб спілкування людей, через неї ми отримуємо відомості про навколишній світ і процеси, що відбуваються в ньому. Інформаційне забезпечення - це процес задоволення потреб конкретних користувачів в інформації, заснований на застосуванні спеціальних методів і засобів її отримання, обробки, накопичення і видачі в зручному для використання вигляді. Наявність необхідної виробничої інформації дозволяє керівництву підприємства отримувати конкурентні переваги, знижувати фінансовий ризик, визначати відносини споживачів, стежити за зовнішнім середовищем і багато іншого.

Не маючи засобів збору та оброблення інформаційна система не може ні побачити наявність самої проблеми, ні оцінити рівень конкурентоспроможності і тим самим не може зробити адекватних відповідних дій. Необхідно відзначити, що наявність помилкової інформації може створити ще гіршу ситуацію, оскільки необхідні ресурси можуть бути направлені в помилковому напрямі.

Основними принципами формування і використання інформації в процесі управління підприємством є:

- актуальність інформації - означає реальне віддзеркалення в кожен момент часу стану виробничого середовища. Необхідно щоденно проводити оновлення банку інформації, що зберігається;
- достовірність даних - ґрунтується на точному відтворенні об'єктивного стану і розвитку виробництва, ринку і зовнішнього макросередовища. Враховуючи умови конкурентної боротьби, при яких нерідко свідомо спотворюється реальна дійсність, цей принцип вимагає підвищеної надійності джерел даних. Важливим засобом боротьби проти дезінформації є множинність джерел і аналіз отриманих відомостей на несуперечність.
- релевантність даних - дозволяє отримувати інформацію в точній відповідності з сформульованими вимогами, уникаючи роботи з непотрібними даними;
- повнота відображення - необхідна для об'єктивного обліку всіх чинників,

що формують, або роблять вплив на стан і розвиток маркетингового середовища;

- цілеспрямованість даних - орієнтує їх на конкретні цілі і завдання в області виробництва і реалізації продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках;
- інформаційна єдність - вимагає розробки такої системи показників, при якій виключалася б можливість суперечності у виводах і неузгодженість первинних і похідних даних.

Все більше число керівників фірм починають розуміти о доцільності усунення недоліків інформаційного забезпечення і приймають заходи по вдосконаленню своїх систем виробничої інформації.

До складу добре спланованої системи виробничої інформації входять чотири допоміжні системи:

- система внутрішньої звітності, що відображає показники поточного збуту, суми витрат, обсяги матеріальних запасів, рух грошової готівки, дані про дебіторську і кредиторську заборгованість;
- система збору зовнішньої поточної виробничої інформації, що поставляє керівникам підприємств повсякденну інформацію про події, що відбуваються в комерційному середовищі;
- система виробничих досліджень, покликана забезпечити збір інформації, актуальної з погляду конкретної виробничої проблеми, що стоїть перед керівництвом підприємства;
- система аналізу виробничої інформації, що використовує сучасні методики статистичної обробки даних і моделі, що полегшують діячам ринку процес ухвалення оптимальних виробничих рішень [3].

Ефективний взаємозв'язок стадій будь-якого керованого процесу залежить головним чином від двох факторів: часу та характеру передачі інформації. Для ефективної праці інформаційний процес повинен бути інтенсифікованим таким чином, щоб, отримуючи інформацію, працівники мали змогу передбачати напрямок розвитку подій і до моменту надходження наступної частки інформації мати прогноз на наступний відрізок часу. Прогноз буде більш точним, якщо проміжок часу між черговим надходженням інформації буде якомога більш коротким, і обсяг інформації більш незначним.

Знайти своє конкурентне місце, зміцнити та поліпшити його на будь-якому рівні можна тільки визначивши систему факторів, які впливають на його зміну. Одні й ті самі фактори можуть входити до систем різного рівня, однак вага їх у цих системах буде різною. Значення та вага цих факторів і є тією необхідною інформацією, яку треба знайти, оцінити, проаналізувати, інтерпретувати, зробити висновки, щоб прийняти управлінські рішення, які покращать конкурентоспроможність суб'єкта господарювання.

Менеджери підприємства повинні мати чітке уявлення про мікро- та макросередовище фірми, щоб правильно визначити стратегічні перспективи, сфор-

мулювати цілі та завдання стратегії розвитку, відповідні до існуючих умов, такі, що забезпечуватимуть конкурентні переваги.

Підприємство повинно володіти якомога повнішою інформацією про стан і динаміку зовнішнього та внутрішнього навколишнього бізнес-середовища.

Слід зазначити, що нині спостерігається тенденція включати в пояснення стійких конкурентних переваг посилення на так звані невидимі або невідчутні активи, які є реальним джерелом конкурентоспроможності і ключовим фактором адаптації підприємства до зовнішніх умов з трьох причин:

- труднощі нагромадження;
- можливість багаторазового та паралельного використання;
- здатність одночасно виступати в ролі витрат і результатів господарської діяльності.

Невидимі активи містять компоненти, що ускладнюють їх імітацію або трансферт. Імітаційні перешкоди і невідчутні активи дуже схожі, оскільки найважливішим компонентом і тих і тих є знання. Якщо знання розглядати як стратегічний ресурс фірми, який є оригінальним, таким, що важко імітується і замінюється, то управління ними висувається на центральне місце у конкурентній боротьбі.

Усе більше компаній вимушені рахуватись із суспільними правами, цінностями, пріоритетами, враховувати і відстежувати зміни у законодавстві та відповідних нормах під час аналізу ситуації навколо фірми. Тим більше, що суспільство завдяки засобам масової інформації є обізнаним зі своїми правами і з усіма змінами, що відбуваються, з можливістю спільного тиску на фірми. Отже, завдання фірми — створити свою стратегію розвитку зі збереженням конкурентних позицій, що відповідає соціальним вимогам.

Більшість ресурсів не є специфічними - капітал, устаткування, матеріальні цінності не можуть бути використані для того, щоб відрізнити один бізнес від іншого по своїй глибинній суті. Найголовніший ресурс, що відрізняє бізнес і що дає вирішальні конкурентні переваги, — це використовувані в ньому специфічні виробничі і управлінські знання.

У сучасних умовах, що характеризуються високими темпами змін бізнес-середовища, найважливішим з ресурсів, необхідних підприємствам для успішної конкуренції, служать знання в значущих для даного бізнесу областях. Конкурентні переваги підприємств лежать набагато глибше, ніж характеристики виробленої ним продукції, або процесів бізнесу. Ядром конкурентних переваг служить система ключових областей компетентності, які дане підприємство зуміло створити - система навиків і технологій, що знаходяться у його розпорядженні. Ключові області компетентності це такі області, які:

- вносять непропорційно великий внесок до процесу створення цінності для споживача;
- служать диференціюючими ознаками, тобто властиві лише даній фірмі;
- легко застосовні для створення нових товарів і послуг.

Важлива властивість ключових областей компетентності — їх неминуче застарювання. Це означає, що процеси бізнесу, що протікають на підприємстві, треба організувати так, щоб вони змогли забезпечити безперервне відтворення ключових областей компетентності.

Отже, для того, щоб успішно конкурувати на світовому ринку, будь-який суб'єкт господарювання повинен створювати і безперервно відтворювати систему ключових областей компетентності.

Раніше конкурентна перевага забезпечувалася наявністю у підприємства і відсутністю у конкурентів деяких знань. З часом конкуренти придбали такі ж знання. Однією із можливих варіантів конкурентної боротьби в даному випадку є на основі організаційної саморефлексії поставити пізнавальну діяльність в компанії як добре керований процес бізнесу. Завдання цього процесу — дізнатися про реалії, що формуються на ринку, швидше за своїх конкурентів. Здатність пізнавати швидше за своїх конкурентів є однією із основних стійких конкурентних переваг. Здатність ефективно здійснювати пізнавальну діяльність усередині організації - ключова область компетентності, владіння якої гарантує фірмі благополуччя в довгостроковому періоді.

Конкурентний механізм реагування підтримує прагнення забезпечення ефективного функціонування за рахунок використання переваг над конкурентами. Це примушує забезпечувати в сфері виробничих процесів швидкий перехід на нові види продукції, організовувати багатонаменклатурне виробництво.

При виготовленні продукції, при відсутності необхідної виробничої інформації часто доводиться зустрічатися з наступними твердженнями і думками конструкторів і технологів:

- кожна складова даної продукції вже розглядалася групою висококваліфікованих фахівців;
- не економічно робити деякі операції при випуску продукції в кількості, меншій визначеної;
- кращі фахівці галузі аналізували існуючу технічну підготовку виробництва продукції і прийшли до висновку, що варіанти виробництва продукції є кращими і найбільш економічними;
- деталі даної продукції слід виготовити ручним способом, оскільки підприємство не в змозі придбати складні інструменти і технологічне оснащення для їх виготовлення;
- вивчені всі можливі способи виготовлення даної продукції або її частини і є тільки один спосіб її виготовлення.

Приведені твердження фахівців після проведення детального аналізу в основному спростовуються.

Як показує практика, деякі функції виробів можуть виконуватися з меншими витратами. Подібна робота часто не проводиться або припиняється у випадках, коли встановлюється, що матеріал або технологічний процес виготовлення, сприяючий виконанню функції продукції з найменшими витратами, відсу-

тній у момент його проектування. Проте в переважній більшості випадків він існує і міг би бути включений в проєкт. Такі явища виникають по багатьом причинам, але в більшості випадках із-за особливостей психології людини та відсутності необхідної інформації. Найбільші перешкоди, що часто зустрічаються, об'єднаємо в певний набір тестів, які потрібно вирішити по ходу аналізу. Найбільш загальні з них наступні:

- немає кращого матеріалу для виготовлення - це випробувано на практиці, і не потрібно вносити зміни;
- зміни були внесені кілька років тому і внаслідок чого був отриманий негативний результат;
- треба зберігати взаємозамінюваність деталей. Не потрібно використовувати автоматизований верстат для виготовлення будь-якої деталі, яку він може обробити;
- є певна кількість устаткування і є можливість для його повного завантаження;
- відсутнє інше джерело постачання. Не маємо коштів для оплати інструменту;
- знаємо про це більше, ніж хто-небудь інший;
- матеріали з такими властивостями не існують. Продукцію такої якості (розмірів) неможливо виготовити;
- ці витрати, пов'язані із зміною креслень, дуже великі.

Вирішувати перераховані питання слід на основі отримання і використання найбільш достовірної інформації.

З загальної точки зору для отримання належної інформації потрібно ретельно визначити бази для спостереження, які зумовлюються насущними потребами, тобто в свою чергу зумовлюються поставленими цілями.

Цілі зв'язані одна з одною в ієрархічну структуру. Кожна ціль зумовлюється ціллю вищого порядку, залишаючись при цьому автономною, по характеру своїх потреб і баз спостереження. Кожній меті відповідають різні потреби в інформації, а, отже і різні бази спостереження. Це ствердження є достовірним для усіх організацій і, зокрема, для підприємств, де потрібно розрізняти стратегічний рівень і тактичний рівень. Правильне визначення цілей на кожному рівні дозволить достовірно визначити потребу в інформації і, одночасно, бази для спостереження.

Для максимізації корисного ефекту, мінімізації розміру можливих витрат керівництву підприємств потрібно завжди мати достовірну інформацію о змінах на ринках виробничих ресурсів та збуту продукції. Для цього, на нашу думку, потрібно детально проаналізувати потребу у створенні інформаційної служби.

До обов'язків зазначеної служби буде відноситися не лише аналіз доцільності закупівлі обладнання, сировини, залучення спеціалізованих кадрів, а й дослідження тенденцій та можливих змін на ринках виробничих ресурсів та збуту продукції підприємства (аналіз нормативної бази, дій конкурентів, сегме-

нту потенційних покупців).

Зазначена служба повинна координувати свої дії з іншими службами підприємства - збуту, планування та безпосередньо підпорядкована комерційному або генеральному директору. Розмір оплати праці повинен бути фіксованим — на рівні посадового окладу працівників служби збуту, планування. Проте, для стимулювання працівників зазначеної служби будуть враховуватися бонуси (певний відсоток коштів, які підприємство зекономило, або помножило завдяки завчасного реагування на зміни в навколишньому бізнес-середовищі).

Кількість працівників служби буде залежати від головних чинників доцільності створення зазначеної служби на підприємстві - кількості працівників підприємства, питомої ваги фонду оплати праці в виробничій собівартості, відсотку зносу обладнання та ін. Виробничих факторів, проте не менше ніж 2 осіб.

При встановленні взаємодії зі службами підприємства бонуси будуть розподілятися також і серед інших структурних підрозділів підприємства.

В умовах глобальної фінансової кризи створення зазначеної служби є необхідною умовою для підтримки конкурентних позицій підприємства та забезпечення подальшого його розвитку. Працівники зазначеної служби будуть залучатися до атестаційної комісії.

Оцінка діяльності служби проводитиметься безпосередньо керівництвом підприємства на підставі проведеного аналізу річної (піврічної, квартальної) діяльності підприємства із відповідними плановими показниками.

На теперішній час кожен з нас розуміє доцільність такої служби — відсутність інформації о наблизенні світової фінансової кризи призвела до банкрутства багатьох суб'єктів господарювання малого, середнього та навіть великого розміру, особливо в галузі промисловості. Це пов'язане насамперед з тим, що підприємства продовжували функціонувати у звичайному ритмі роботи (брати кредити в іноземній валюті), не реагуючи завчасно на зменшення ємності ринку збуту.

Стрімке зростання курсу іноземної валюти, відсутність необхідного обсягу валюти в пунктах продажу при низькій рентабельності підприємств та частки позикового капіталу майже 50% від загального розміру пасивів, частки необоротних активів понад 75% від загального розміру активів призвело до унеможливлення погашення «тіла» кредиту та його відсотків.

В даному випадку спостерігаємо скорочення робочих місць, стрімке зростання заборгованості з виплати заробітної плати. Так, відповідно до інформації Головного управління статистики у Херсонській області навантаження незайнятого населення, яке в березні 2009 року перебувало на обліку державної служби зайнятості, становило 7 осіб на 1 вільне робоче місце (станом на 01 квітня 2008 року - 3 особи на 1 вільне робоче місце). Станом на 01 квітня 2009 року обсяг невиплаченої заробітної плати становив 23,1 млн грн, що на 9,9 млн грн або на 75,3% більше у порівнянні з розміром заборгованості станом на 01 квітня 2008 року [5].

Наявність інформації о наближенні світової фінансової кризи у керівників підприємств дозволила би знизити розміри майбутніх фінансових втрат і зберегти конкурентні позиції власної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках збуту.

Так, наприклад, для покращення рівня конкурентоспроможності підприємств легкої промисловості регіону потрібно постійно впроваджувати нове інноваційне обладнання, яке б дозволило знизити частку витрат на оплату праці, знизити відсоток браку та обсяг відходів виробництва. Проте, у зв'язку з відсутністю достатнього рівня обігових коштів, підприємствам галузі в більшості випадках потрібно залучати додаткові позикові кошти. При цьому постійно потрібно аналізувати потребу в даному обладнанні, відповідність ціни обладнання його якісним характеристикам, розмір витрат на транспортування, монтаж, пусканалагоджувальні роботи, проведення навчання персоналу та інші витрати пов'язані із впровадженням нового обладнання.

При проведенні аналізу наявності інформаційних складових на підприємствах легкої промисловості Херсонської області було встановлено, що, в умовах світової фінансової кризи, при глобальному зростанні рівня цін на сировину, обладнання та ін. виробничі ресурси, ті підприємства, в яких приділялася більша увага вивченню внутрішнього та зовнішнього бізнес-середовища, зуміли мінімізувати темпи росту собівартості продукції. Так, на ЗАТ «Красень» у 2008 році собівартість виготовленої продукції у середньому зросла на 2,8%, в той час як середньорічна заробітна плата зросла на 58,2%.

Висновки та перспективи подальших наукових розробок в цьому напрямленні. З усього вищевикладеного ще раз підтверджується доцільність створення інформаційної служби для мінімізації можливих витрат внаслідок змін зовнішнього та внутрішнього бізнес-середовища.

Література

1. Бурцева Т. А. Управление маркетингом: Учебное пособие. / Т. А. Бурцева, В. С. Сизов, О. А. Цень. – М., 2005 - 271 с.
2. Завьялов П. С. Конкурентоспособность в экономической политике зарубежных стран / П. С. Завьялов // Маркетинг. – 2000. – № 4. – С. 18-25
3. Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью [Электронный ресурс] / Под ред. проф. С. Г. Светулькова // Энциклопедия маркетинга: - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>.
4. Нагорная И.И. Информационное и техническое обеспечение управления экономическими процессами на предприятии / А.Ф. Коваль, И.И. Нагорная // Вестник ХГТУ. – 2003. - №2(18). – С. 121-127
5. Про соціально-економічне становище Херсонської області за січень-березень 2009 року / Головне управління статистики у Херсонській області. – Херсон, 2006. – 74 с.

Abstracts

Makarenko S.N.

Informative constituent of development of enterprises of light industry of region

Certainly basic terms for providing of long duration success of subjects of menage all of patterns of ownership. Investigational difficulties which arise up in the process of production, in default of necessary reliable information. Grounded experience of creation of informative service is for the lead through of permanent researches of tendencies and possible changes in the internal and external business environment of enterprise.