

- затраты на ИАД составляют несколько процентов от выручки торговой компании. Это представляется вполне обоснованным, поскольку положительный эффект от такой деятельности может в десятки раз превышать затраты на нее;

- положительный эффект от рассматриваемых факторов выходит на насыщение, что математически представляется функцией типа:

$$Y = A/(1 + \exp(-k*t)) \quad (1),$$

где А и k – некоторые коэффициенты, t – время;

- шаг времени моделирования выбран равным одной неделе. В таком случае при использовании в модели ста временных шагов получаем время моделирования около двух лет, что разумно для рассматриваемого типа проектов;

- во избежание написания большого количества нулей во всех переменных модели, в качестве единицы измерения выбрана одна тысяча грн., т.е. полученные на графиках (рис.3) финансовые значения необходимо умножить на тысячу.

Логика конструирования математических выражений для рассматриваемых факторов следующая – вначале идут затраты на проект, а затем начинается постепенно возрастающая отдача на проект, причем величина этой отдачи в единицу времени выходит спустя несколько лет на насыщение. В качестве наиболее мощного фактора повышения дохода торговой компании в данной модели выбрано послепродажное обслуживание. Очевидно, что в общем случае это не так, и реализация крупного перспективного проекта в другом направлении может дать более заметный эффект.

Как следует из приведенных на рис.1. графиков, такая компонента ИАД, как разработка и реализация проектов, способна обеспечить устойчивый рост финансового благосостояния торговой компании.

РЕЗЮМЕ

Рассмотрены вопросы моделирования информационно-аналитической деятельности торговой компании с учетом выбранной стратегии. На первом этапе построения моделей использованы стратегические карты, которые затем преобразуются в модели системной динамики. Построена стратегическая карта крупной торговой компании, и на основе этой карты разработана модель для учета влияния на количественном уровне такой компоненты информационно-аналитической деятельности, как разработка проектов. Показано, что при разумных допущениях вклад этой интеллектуальной компоненты в конечные результаты деятельности компании, может быть заметным и устойчивым на протяжении длительного времени.

Ключевые слова: Моделирование, информационно-аналитическая деятельность, стратегическая карта, система сбалансированных показателей, процессы управления клиентами, инновационные процессы, факторы обучения или человеческого капитала, организационное совершенствование.

РЕЗЮМЕ

Розглянуто питання моделювання інформаційно-аналітичної діяльності торгової компанії з урахуванням обраної стратегії. На першому етапі побудови моделей використані стратегічні карти, які потім перетворюються в моделі системної динаміки. Побудована стратегічна карта великої торговельної компанії, і на основі цієї карти розроблена модель для врахування впливу на кількісному рівні такої компоненти інформаційно-аналітичної діяльності, як розробка проектів. Показано, що при розумних припущеннях внесок цієї інтелектуальної компоненти в кінцеві результати діяльності компанії, може бути помітним і стійким протягом тривалого часу.

Ключові слова: Моделювання, інформаційно-аналітична діяльність, стратегічна карта, система збалансованих показників, процеси управління клієнтами, інноваційні процеси, фактори навчання або людського капіталу, організаційне вдосконалення.

SUMMARY

The problems of information-analytical modeling of the trading company are considered taking into account the chosen strategy. At the first stage of models construction a strategic maps are used which then converted to the system dynamics models. The strategic map of a big trading company is constructed and on the basis of this map the model has been developed to account the influence on the quantitative level of such component of information-analytical activities as project development. It is shown that under reasonable assumptions the contribution of the intellectual component in the final results of the company may be significant and sustained for a long time.

Keywords: modeling, information and analytical activities, strategy map, balanced scorecard, customer management processes, innovation, learning factors or human capital, organizational improvement.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Духонин Е.Ю., Исаев Д.В., Мостовой Е.Л. и др. Управление эффективностью бизнеса. Концепция Business Performance Management – М.: Альпина Бизнес Букс – 2005. – 269 с.
2. 45. Комов С. Аналитика и разведка в организации – чем работать? // Корпоративные системы – 2005. - № 5.
3. Данилин А.В., Слюсаренко А.И. Архитектура и стратегия. «Инь» и «янь» информационных технологий – М.: ИНТУИТ.РУ – 2005. – 504 с.
4. Скрипкин К.Г. Экономическая эффективность информационных систем – М.: ДМК Пресс – 2002. – 256 с.
5. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию – М.: Олимп-Бизнес – 2005. – 320 с.
6. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты – М.: Олимп-Бизнес – 2005. – 512 с.
7. Форрестер Дж. Основы кибернетики предприятия (индустриальная динамика) – М.: Прогресс – 1971. – 340 с.

УДК 330.1

СУЩНОСТЬ ЦЕНЫ ПРОДУКТА НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Кузнецова М.А., к.э.н., доцент каф. экономической теории, Одесская национальная академия связи им.А.С.Попова

Современное общество характеризуется процессом перехода к информационному. Данная трансформация сопровождается изменением содержания категорий товарных отношений и определяет тенденцию к изменению фундаментальных основ традиционных стоимостных связей. Наиболее наглядно данный процесс проявляется в сущностном изменении категории цены, рассматриваемой по отношению к результатам научной деятельности т.к. именно наука и ее продукт сегодня становятся основой экономического развития общества.

Относительно проблемы стоимости, цены и ценообразования существуют разработки многих отечественных и зарубежных авторов. Среди авторов в СНГ можно выделить Козлову К.К., Никитина С.М., Энтова Р.М., и др. К зарубежным экономистам, развивающим данные проблемы, можно отнести: Д. Бела, Дж. К. Гэлбрейта, П. Дракера, П. Дугласа, А. Маршалла, М. П. Хейне и др.

Проблема развития информационного общества сегодня является приоритетным направлением исследований многих как зарубежных, так и отечественных ученых-экономистов. Наибольший вклад в решение задач информационного общества внесли такие экономисты в СНГ как Гец В., Горбатенко В., Делягин М., Иноземцев В., Мелюхин И., Мочерный С., Назейкин А., Нижегородцев Р.М., Пусенкова И., Чухно А., Яковец Ю. и др.

К зарубежным экономистам, исследующим данный вопрос, на наш взгляд, можно отнести: Брайнта К., Иста Н., Гослара М., Кинга В., Клейтона А., Стиглера Дж., Скотта К. и др. Вопросы коммерциализации результатов научной деятельности, в том числе и проблемы определения цены, рассмотрены в работах Н. Арзамасцева, Е. Буряка, Э. Вольнец-Руссета, В. Зинова, А. Козырева, В. Мухопода.

Однако, в силу того, что на современном этапе информационное общество на мировом уровне находится лишь в состоянии своего становления, его дальнейшее развитие формирует ряд новых нерешенных задач, анализ которых еще не полностью представлен в научной литературе. Одной из таких задач, на наш взгляд, является необходимость анализа изменения содержания цены в современных условиях формирования информационного общества, отражающих особенности данных общественных трансформационных процессов.

Цель данной статьи состоит в том, чтобы на основе анализа классического понятия цены раскрыть особенности цены продукта научной деятельности в условиях становления информационного общества.

Цена является основным механизмом, который обеспечивает пропорциональность развития производства, а также единство материальных интересов производителей и потребителей. Это означает, что она выступает наиболее обобщающим показателем движения товарных отношений.

Человек, как часть природы, одновременно он является активным общественным субъектом. Изменяя природу, приспособлявая ее к своим нуждам, он действует как субъект. В этом проявляется его сущность как человека. Поэтому деятельность человека, направленная на смену природы, его связь с природой можно рассматривать как естественный процесс. Но на каждом этапе развития общества этот процесс не существует непосредственно, а может проявляться лишь в конкретных исторических формах через их специфику и вне этих форм быть выявленным не может.

Например, отношения между экономически обособленными производителями, в которых проявляется общественный характер их деятельности, приобретают форму общественного отношения продуктов труда этих производителей как вещей, т.е. зримо, на поверхности в общественное отношение вступают не люди, а вещи. При этом человек лишается всех своих общественных связей, он обезличен и более не может действовать как субъект. Отчужденные экономические отношения, фиксированные в экономических формах стоимости, цены и капитала, превращаются в самостоятельные силы. Объектом их влияния является человек, который уже не способен управлять ни своим трудом, ни своей жизнью. Все его общественные потенции отчуждаются и возвращаются к нему уже как чужая, управляющая им сила. Овеществленный труд в виде суммы средств производства приобретает форму абстрактного богатства и в этой форме властвует над живым трудом. Система всеобщего овеществления человеческих отношений реализуется в виде эксплуатации чужого труда, власти вещей над человеком, мертвого труда над живым.

Рассмотрим классическую трактовку цены, представленную трудовой теорией стоимости. В товарных отношениях общественная форма деятельности человека проявляется на рынке как приравнивание и обмен товаров в форме абстрактного труда. Абстрактный труд формирует стоимость, а стоимость представляет основу меновой стоимости, основу цены, как ее денежное выражение. Цена так же отражает изменение спроса и предложения товаров на рынке.

Важно, на наш взгляд, обратить внимание на то, что меновая стоимость формируется как стоимостью, так и потребительной стоимостью. В основу меновых пропорций положена стоимость как общественно необходимый абстрактный труд, израсходованный на производство товара. Но проявляется стоимость не в стоимости другого товара, т.е. не в труде, который израсходован на его производство, а в потребительной стоимости другого товара. Таким образом, меновая стоимость будет изменяться, если будет изменяться производительная сила труда в целом в обществе. Если производство товара будет требовать меньшего рабочего времени, т.е. производительная сила труда будет возрастать, то стоимость, выступая как ее основа, будет уменьшаться, и наоборот. Стоимость проявляется лишь в потребительной стоимости товара-эквивалента на рынке. Поэтому колебания спроса то ли на сам товар, то ли на товар-эквивалент будут отражаться на меновой пропорции, т.е. на цене. Кроме того, цена находится под влиянием конкурентных сил между представителями рынка - продавцами и покупателями, интересы которых противоположны. Интересы производителей как продавцов и покупателей как потребителей на рынке представлены как материальные интересы, и они должны, с одной стороны, проявиться как противоположные, а с другой - как единые. Цена как меновая стоимость или денежная форма стоимости складывается на рынке как очерченное стойкое правило для поведения продавцов и покупателей товара. Цена должна определяться стоимостью. Кроме того, она свободно складывается на рынке под влиянием спроса покупателей и предложения производителей. Отражая противоположные материальные интересы производителей и покупателей, цена формируется стихийно. Но если с помощью цены не будет обеспечено единство материальных интересов производителей и покупателей, то не будет осуществляться обмен товарами и их дальнейшее производство. Поскольку органическая система движется и развивается за счет собственных внутренних сил, то она сама и производит правило или закон собственного самодвижения. "Вообще при капиталистическом производстве любой общий закон осуществляется весьма запутанным и приблизительным способом, лишь как господствующая тенденция, как какая-то средняя постоянных колебаний, которая никогда твердо не устанавливается" [1, стр. 169]. Правилем для цены выступает не совпадение цены со стоимостью, а ее непрерывное отклонение от последней, т.е. речь идет о непрерывном колебании цены вокруг стоимости.

Итак, цена с качественной стороны есть форма проявления стоимости товара, а с количественной - денежное представление определенной величины стоимости. Здесь мы отвлеклись от количественных отклонений цены от стоимости и ограничились лишь констатацией закона этого отклонения.

Закон отклонения цен от стоимостей приобрел свое отражение в III томе "Капитала" К. Маркса.

Изменение соотношения спроса и предложения на товары, прежде всего, отражается на изменении цены и ее отклонении от стоимости. Поэтому, мы считаем целесообразным более детально рассмотреть эту проблему. Учитывая процесс производства в целом в масштабе общества, предложение - это определенная масса потребительских стоимостей, имеющих определенную рыночную стоимость, "которую можно подать в виде рыночной стоимости отдельного товара или товарной меры, которая служит за единицу" [2, стр. 204]. Спрос - это общественная потребность, представленная в деньгах, относящаяся к качеству и количеству произведенных потребительских стоимостей. Так же спрос можно рассматривать как часть реализованной цены товаров, созданных в отраслях-покупателях. Поэтому спрос определяется как общественная потребность, ограниченная соответствующими расходами труда по отраслям.

«Поскольку общество стремится удовлетворять свои нужды и производить с этой целью определенный вид товаров, оно должно их оплачивать» [2, стр. 204]. Это означает, что, с одной стороны, общество тратит на производство товаров определенное количество труда и тем самым оплачивает эти товары. С учетом этого данные затраты труда, связанные с так называемой оплатой предметов, направленных на удовлетворение нужд общества, не зависят от специфики общества. Так было в течение всего исторического развития общества. Когда человек отделяет от природы ее часть и тем самым удовлетворяет свои жизненные нужды, он вместе с тем оплачивает их своим трудом. Такая форма как общая не может характеризовать специфику товарных отношений, тем не менее, выступает как основа, органически связанная с ней. С другой стороны, общество оплачивает труд товаропроизводителей в денежном эквиваленте, т.е., учитывая специфику товарных отношений, возвращает производителям лишь те расходы, которые общество признало необходимыми в данный момент, при данном уровне развития производительных сил. Это не означает, что общество дважды оплачивает труд, направленный на удовлетворение общественных нужд, поскольку товаропроизводители, которые выступают на рынке как владельцы товаров и стремятся получить вместо них эквивалент собственных расходов, сами являются членами этого общества. Итак, специфическая форма, которая состоит в признании обществом труда в денежном эквиваленте, не является отделенной от общей формы, она слита с последней, неразрывна с ней. Специфическая форма есть лишь рамки, через которые может быть выявлена общая форма и вне которых она не существует.

Если объектом рассмотрения будет общественное производство и общественное потребление, то в условиях товарных отношений разделение труда и его возмещение будут осуществляться действием закона стоимости. Тем не менее, в этом случае отклонения рыночной цены товара от рыночной стоимости будет более устойчивым и длительным. "Предположение, что товары разных сфер производства продаются по их стоимости, означает, безусловно, лишь то, что их стоимость является центром тяготения, вокруг которого движутся их цены и по которому уравниваются их постоянные колебания вверх и вниз" [1, стр. 185]. Фактическая оплата товаров в денежном

эквиваленте отражает реальное количество рабочего времени, которое может израсходовать общество в данный момент, и определяет степень отклонения цены от стоимости. Если в качестве оплаты за определенный товар будет представлен другой товар, в котором содержится больше общественного труда, чем в первом, то это будет свидетельствовать о неэффективном разделении общественного труда. Тем не менее, это будет справедливо при условии, не учитывающем наличие монополий на тот или иной товар. В этом случае возникают экономические стимулы, способные оказывать содействие перераспределению общественного труда, для того, чтобы его затраты отвечали реальным общественным нуждам и диспропорции в народном хозяйстве были устранены, т.е. создаются условия для разветвления конкуренции и перемещения капитала из одной сферы производства в другую. Это движение регулируется действием закона стоимости, который на общехозяйственном уровне отражается в процессе формирования средней нормы прибыли. Она является результатом конкуренции капиталов, функционирующих в разных областях народного хозяйства. Средняя норма прибыли отражает закон стоимости на более развитом уровне и обнаруживает механизм непрерывного отклонения цены от стоимости под влиянием взаимодействия спроса, востребованного на товары со стороны общества в целом, и общественного предложения. Тем не менее, само это взаимодействие не только определяет отклонение стоимости и цены, но также оказывает определенное влияние на стоимость. Итак, рыночную стоимость можно рассматривать как форму, через которую проявляется стоимость, т.е. собственно стоимость - это наиболее глубинное, абстрактное понятие, которое положено в основу рыночной стоимости и проявляется в рыночной цене товара.

На наш взгляд, крайне важно очертить Марксовое положение о том, что цена и стоимость не совпадают, цена колеблется вокруг стоимости. "...Цена отличается от стоимости не только как номинальное от реального, не только благодаря наименованию в золоте и серебре, а благодаря тому, что стоимость выступает как закон тех движений, которые осуществляет цена. Но они всегда отличны и некогда не совпадают или совпадают лишь случайно и в виде исключения. Цена товара стоит всегда выше или ниже стоимости товара, и сама стоимость товара существует лишь в отклонениях товарных цен вверх и вниз" [3, стр. 81].

Диалектика исследования состоит в том, что цена несет в себе как объективную основу, так и отражение субъективных факторов. «... В формировании конкретной величины цены всякий раз совместно участвуют как ее объективная основа, находящаяся на стороне цены производства, так и ее субъективная оценка, предполагающая формирование цены реализации. Эта диалектика объективного и субъективного начал, рассматриваемая во взаимосвязанном, целостном единстве, позволяет осуществить разработку общих теоретических подходов к проблеме стоимости, включающих достижения различных течений современной экономической мысли, и тем самым углубить представления о характере причинности, свойственные современному состоянию экономической науки» [4, стр.99].

Последние десятилетия XX века характеризуются трансформацией экономических отношений в направлении формирования информационного общества. Наиболее эффективные преобразования, дальнейшее развитие, как конкретной страны, так и всего мирового хозяйства в целом возможны лишь посредством использования знаний, которая в современных условиях наиболее наглядно проявляется как одна из важнейших сторон социального развития. Сегодня основным ресурсом каких-либо трансформаций становится информация. Переработанная определенным образом, осмысленная и переданная, информация становится действующим фактором жизнедеятельности. В связи с этим качественно меняется роль знаний и характер обучения в обществе.

Знания являются важнейшим инструментом, средством и предметом труда, а наука становится главной производительной силой. Исходя из этого, одной из основных задач современности является формирование такого комплекса знаний, усвоенных и закрепленных в человеческом интеллекте, умениях, навыках, которые становятся основой развития личности как субъекта прогрессивных преобразований. Обобщая точки зрения ученых, можно утверждать, что сложилось конкретное деление знаний на знания общего характера, то есть составляющие основу интеллекта, и специфические, то есть сугубо профессионального характера.

Сегодня знания являются не только важнейшим ресурсом, но и решающим фактором производства, поскольку общественное развитие все больше зависит не от материальных факторов производства, а от способности индивида получать и использовать новые знания. «...Высшим по значению двигателем общественно-цивилизационного прогресса является развитие технологий и наук» [5, с.30]. По своим качествам и свойствам знания отличаются от традиционных факторов производства. В них противоречиво объединяются настоящая неограниченность с редкостью, объективный характер с субъективизмом, неистощимость со способностью к тиражированию. Знаниям присуще свойство редкости, невозможности изъятия из потребления, морального старения, невоспроизводимости. Так, редкость, безусловно, присуща всем материальным благам. Однако, она несет совсем иную нагрузку в соединении с информацией и знаниями. Современные технические средства дают возможность увеличивать объемы тиражирования, передачи информации при условии, что затраты на такую деятельность могут приближаться к нулю. При этом способность к практической неограниченности тиражирования информации и знаний не противоречит их редкости, так как последняя проявляется в других формах. Невозможность изъятия знаний из потребления дает основания отнести их к общественным благам, а их получение - к всеобщей деятельности. Индивидуальное использование информации и знаний не ограничивает возможности доступа к данной информации других людей. Одновременно, потребление и использование знаний способствует появлению новой информации, новых знаний. Потребление знаний индивидуумом не означает их исчезновения, наоборот – это их распространение, тогда как потребление материальных благ ведет к постепенному их истощению. Знаниям также присуща способность морального устаревания, то есть уменьшения их общественной ценности. Вместе с тем, такое свойство знаний не является абсолютным, так как часто возникает необходимость использовать, опираться на знания, полученные давно и определенный период неиспользуемые. Устаревание знаний может проявиться в относительной утрате их ценности сравнительно с ценностью новых, но полное их обесценивание невозможно, поскольку в исторически-информационном аспекте их ценность остается.

Знания являются органической составляющей процесса общественного производства. Труд индивидуума, владеющего информацией и знаниями, перестает быть просто рациональной деятельностью. Это творческий процесс, который затруднительно оценить конкретными показателями, так как чем больше объема знаний требует производственный процесс, чем больше знаний используется, тем больше в нем творчества, тем больше накапливается новых знаний. Индивидуум как носитель информации, владелец знаний становится уникальным ресурсом производства и общества. Невоспроизводимый личностный фактор – людей с высокими интеллектуальными, коммуникативными и практическими навыками – обуславливает сложность определения ценности их потенциала.

Таким образом, распространение знаний вместе со спецификой развития их особенностей определяет тенденцию к изменению фундаментальных основ традиционных стоимостных отношений. Это проявляется в сложности определения затрат на производство арсенала информации и знаний, которые становятся главными элементами производственного процесса. Данная тенденция отражает общую направленность постепенной утраты процессом общественного воспроизводства своей аутентичной, т.е. чисто экономической формы.

Известно, что цена как форма стоимости товара формируется на рынке в результате стихийного и массового приравнивания разных трудовых затрат, нормирования общественно необходимых затрат, которые лежат в основе стоимости товара. Кроме того, как было отмечено, под влиянием соотношения рыночного спроса и рыночного предложения цена колеблется, отклоняется от стоимости товара в ту или другую сторону. Это касается товаров массового производства и рыночного спроса в условиях свободной конкуренции. Тот факт, что цена товара выражает не только объективную закономерность действия закона стоимости, но и субъективный выбор потребителя и производителя сглаживается массовостью производства однотипных товаров. Эта сторона экономических отношений получает свое значительно более четкое проявление в условиях становления информационного общества, в продукте научной деятельности.

На рынке продуктов научной деятельности складывается другая ситуация. Здесь представлены единичные товары, стихийный характер обмена, как правило, отсутствует, имеет место монопольное владение товаром или монополия потребителя этого товара. В этих условиях результат научной деятельности не может иметь стоимости, он не может быть подведен под общую рубрику абстрактного труда. Кроме того, необходимо иметь в виду то главное обстоятельство, что данный продукт является результатом научного труда, который носит специфический индивидуальный и творческий характер и не может быть сведен к простому труду, который лежит в основе стоимости. В классическом смысле научная деятельность не производит стоимости.

Потеря стоимости научной деятельности сопровождается существенными изменениями в ее потреблении. Потребительная стоимость продукта научной деятельности, влияющая на рыночный спрос (и на цену товара) также носит относительный характер. Сам по себе данный продукт, кроме опытной партии или исследовательского образца, не имеет прямой потребительной стоимости. Но использованный или приспособленный к нуждам производства, он, как правило, приводит к созданию новых потребительных стоимостей. Таким образом, потребительная стоимость научного продукта более опосредствована по сравнению с обычным товаром и проявляется в другом товаре. Интеллектуальный продукт может перейти из сферы науки в сферу производства и получить потребительную стоимость, лишь перевоплотившись в новую продукцию, новые средства труда, новую технологию.

Каким же образом определяется цена такого продукта?

Главным и даже исключительным ориентиром определения цены на результаты научной деятельности выступает специфический эффект, который дает научный труд и ее продукт. Этот эффект образовывается в его непосредственном использовании, т.е. в производстве покупателя. Капитализированный эффект научного продукта, выраженный в деньгах, составляет основное содержание его рыночной цены.

Обобщая представленный в статье материал можно сделать следующие выводы:

1. Известно, что современное общество можно охарактеризовать как процесс становления информационного, отличительной особенностью которого является широкое использование информационных технологий, применяемых во всех сферах деятельности людей, превращение знаний в основной фактор экономического развития общества, возростание общей гуманизации общественной жизни.

2. В этих условиях экономическая сущность цены продукта научной деятельности подвергается все более глубокой трансформации. Сохраняя рыночную цену в качестве внешней формы обмена, данный продукт, постепенно теряет свою стоимость и потребительную стоимость в их классическом выражении.

3. Общественный характер труда получает непосредственно общественное содержание. Тем самым стоимость общественного продукта постепенно исчезает, а потребительная стоимость приобретает сугубо индивидуальное значение. Цена продукта научной деятельности как категория фиксирует противоречивость в развитии новых и сохранении старых отношений.

4. Субъективный элемент, присущий потребительной стоимости классического товара в незначительной степени, в продукте научной деятельности превращается в его ведущее начало.

5. Сущность цены продукта научной деятельности становится важнейшей конкретной переходной формой становления информационного общества.

РЕЗЮМЕ

Представлен анализ классического понятия цены и исследованы особенности и изменения в сущности цены продукта научной деятельности в условиях становления информационного общества.

Ключевые слова: цена, стоимость, потребительная стоимость, абстрактный труд, знания, информационное общество.

РЕЗЮМЕ

Представлено аналіз класичного поняття ціни й досліджені особливості й зміни в сутності ціни продукту наукової діяльності в умовах становлення інформаційного суспільства.

Ключові слова: ціна, вартість, споживча вартість, абстрактна праця, знання, інформаційне суспільство.

SUMMARY

Presents an analysis of the classical concept of price and features and changes in the price of the product entity in the scientific activities of the information society.

Keywords: price, value, use value, abstract work, knowledge, the information society.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. Маркс К. Полное собрание сочинений /Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. – М.: Политиздат, 1962. – Т. 25. Ч. 1. – 551 с.
2. Маркс К. Полное собрание сочинений /Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. - М.: Политиздат, 1962. – Т. 25. Ч. 2. – 551 с.
3. Маркс К. Полное собрание сочинений /Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. – М.: Политиздат, 1968. – Т. 46. Ч. 1. – 559 с.
4. Нижегородцев Р.М. Информационная экономика. Книга 1. Информационная Вселенная: Информационные основы экономического роста/Роберт Михайлович Нижегородцев. - Москва — Кострома, 2002. — 163 с.
5. Корсаков К. Науки-лидеры // Персонал. – 2002. - № 3. – С.29 – 37.

УДК 330.34:332.122(477)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК СТРАТЕГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ

Кухарская Н.А., к.э.н., доцент, старший научный сотрудник Института проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, г. Одесса

В современных условиях, на фоне усиливающегося процесса интеграции экономики Украины в мировое хозяйство, основной задачей является эффективная интеграция экономики каждого отдельно взятого региона Украины и, на этой основе, осуществление экономического развития и роста всей страны.

Процесс экономического роста порождает географические и социальные дисбалансы. Поэтому важнейшим инструментом обеспечения экономического роста и является продуманная региональная политика, основополагающими составляющими которой выступают обеспечение эффективной внешнеэкономической деятельности регионов Украины, повышение их инвестиционной привлекательности путем привлечения прямых иностранных инвестиций, а также активизация инновационного процесса на региональном уровне для решения социально-экономических проблем регионов и повышения уровня и качества жизни населения.

С момента провозглашения независимости Украина выбрала экспортоориентированную модель развития, поскольку прогнозируемые размеры внутреннего рынка не обеспечивали использования имеющихся мощностей и повышения уровня занятости. В настоящее время украинская экономика демонстрирует всё большую зависимость от внешних факторов развития. Проблема, все же, не столько в количественном измерении, сколько в качестве экономических связей. Украина сегодня присутствует на внешних рынках преимущественно в секторах низко- и среднетехнологичных. Поэтому её экономика зависима от конъюнктурных колебаний и жесткой ценовой борьбы на внешних рынках, прежде всего металлургическом, химическом и сельскохозяйственном рынках.

Проблемные вопросы регулирования развития внешнеэкономической деятельности многие годы рассматривались и продолжают освещаться в научных работах украинских ученых-экономистов, таких как Буркинский Б.В., Вахненко Т., Гальчинский А.С., Гец В.М., Дергачев В.А., Долишний М.И., Жалило Я.И., Коломиец И.Ф., Крючкова И.В., Кузьмин О.Е., Макогон Ю.В., Новицкий В.Е., Пила В.И., Сиденко В.Р., Сторонянская И.З., Чмырь Е.С., Чумаченко Н.Г. и др.