

дображає бурхливий розвиток економіки країн Південно-Східного регіону, передусім Індії та Китаю.

Структурна конфігурація ринку консалтингових послуг відображає тенденції глобалізації бізнесу і промисловості. Найбільші гравці ринку управлінського консультування Accenture, A. T Kearney, Bain & Company, BDO International, Booz Allen Hamilton, The Boston Consulting Group та інші, лідери аудиторського сектору консультування Deloitte, Ernst&Young, PricewaterhouseCoopers, KPMG сьогодні мають офіси і ведуть активно бізнес у всіх ділових центрах Америки, Європи, Азії. Доходи таких компаній перевищують мільярди доларів, а показник доходу на одного консультанта сягає понад півмільйона доларів. Разом з тим спостерігається специфічна тенденція: на ринку управлінського консультування невеликі за розміром консалтингові компанії, конкурентною перевагою яких є відмінне знання особливостей умов функціонування певного бізнесу, відрізняються високою конкурентоздатністю своїх послуг як за якістю, так і за ціною. Фахівці прогнозують, що дана тенденція буде зберігатися внаслідок розширення кола споживачів консалтингових послуг, до яких приєднуються підприємства середнього і малого бізнесу. Можна констатувати наявність певної конкуренції між глобальними гравцями і місцевими консультантами на певних сегментах консалтингового ринку.

Зростання ролі управлінського консультування для отримання конкурентних переваг у сучасному бізнесі буде сприяти зростанню різноманітності консалтингових послуг, їхньої якості та залученню до глобального ринку нових гравців, як з боку клієнтських організацій, так і з боку консультантів.

Література

1. Kennedy Information's «Consulting Service Line Series» // Адреса документу в Інтернет- <http://www.consultingcentral.com/research/service-line?C=7TNEIvYZI9yVZGN3&G=sdNKvCyY8RhTMkLR>
2. Rigby Darrell, Bilodeau Barbara Management Tools and Trends 2007 // Документ у Інтернеті http://www.bain.com/management_tools/

УДК 334.735

К. Ю. Вергал, аспірант кафедри економічної кібернетики,
Полтавський університет споживчої кооперації України

ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Розглянуто питання побудови моделі стратегічного інноваційного розвитку організацій споживчої кооперації. Визначено базові принципи моделі з врахуванням особливостей функціонування підприємств споживчої кооперації.

This article deals with the problems of forming the model of strategic and innovative development. The base principles of this model were selected with provision for particularities of enterprises of consumer cooperation.

Підвищення ролі і значущості інноваційних перетворень у системі споживчої кооперації висуває на перше місце потребу в постійних нововведеннях і цілеспрямованому інноваційному розвитку [2].

Інноваційний розвиток організації споживчої кооперації передбачає комплекс різноманітних процесів, направлених на пошук і впровадження нових інноваційних можливостей для досягнення мети розвитку. При цьому важливо підкреслити те, що нововведення, що проводяться в системі споживчої кооперації, націлені на реалізацію соціальної місії, за допомогою підвищення економічної ефективності.

Здійснення довгострокових заходів інноваційного характеру в системі споживчої кооперації потребує розробки стратегії інноваційного розвитку, зміст якої полягає в своєчасній концентрації управлінських зусиль на освоєння і використання перспективних досягнень науково-технічного розвитку і своєчасному забезпеченні ресурсами динаміки інновацій на користь досягнення мети організації.

На думку А. Николаєва під інноваційним розвитком слід розуміти ряд реалізованих нововведень, які мають успіх лише тоді, коли охоплюють не якусь вузьку область, а включають також сфери, що впливають на загальний результат [1]. Тобто інноваційний розвиток — це комплексність дій по використанню нових способів і сфер реалізації інноваційного потенціалу.

Стратегія інноваційного розвитку підприємств споживчої кооперації можлива шляхом розробки системної моделі, орієнтованої, перш за все, на активізацію внутрішнього потенціалу з урахуванням особливостей функціонування організацій споживчої кооперації. Саме системний підхід, враховуючи багатогалузевий характер, але в той же час організаційну і функціональну ціліс-

ність, дозволить забезпечити отримання синергетичного ефекту за рахунок використання міжгалузевих взаємодій.

Моделювання стратегічного інноваційного розвитку підприємств споживчої кооперації з урахуванням специфіки функціонування кооперативних господарств необхідно проводити з урахуванням наступних принципів.

1. Самоорганізація. Інноваційна модель ґрунтується на взаємодії, взаємозв'язаних підсистем з урахуванням складної багатогалузевої структури споживчої кооперації, заснованої на функціонуванні підсистем виробництва, фінансів, маркетингу, менеджменту, де функціональний розвиток підприємств споживчої кооперації — це більш ніж просто сума окремих її елементів. Кожен елемент моделі даної системи може існувати і застосовуватися тільки у взаємозв'язку з іншими.

2. Замкнутість у рамках системи. Організація споживчої кооперації представляє собою торговельно-промисловий цикл, який забезпечує кругообіг товарних і інформаційних потоків.

3. Соціально-економічна цілеспрямованість інновацій. Впровадження інновацій не є самоціллю. Оскільки споживча кооперація соціально-економічна система, то суть моделі визначається комбінуванням соціальних і економічних аспектів інноваційного розвитку. Отже, і цілі нововведень носитимуть соціально орієнтований характер. При цьому соціальні аспекти будуть первинними по відношенню до економічних. Саме вони визначатимуть основу стратегії і напряму інноваційного розвитку, а економічна складова впливатиме на варіативність і масштаби інноваційних перетворень.

4. Важливість збереження соціальної орієнтації кооперативної діяльності при систематичному впровадженні інновацій необхідно враховувати в розподілі соціально-економічних результатів інноваційного розвитку, які повною мірою повинні бути розподілені відповідно до цілей соціальної місії.

5. Варіативність. В процесі моделювання інноваційної діяльності залишається ідея пріоритету, враховується можливість побудови індивідуальних стратегій інноваційного розвитку залежно від коливань зовнішнього і внутрішнього середовища.

Модель стратегії інноваційного розвитку, побудована з урахуванням даних принципів, дозволить організаціям споживчої кооперації орієнтуватися в ринкових умовах, визначати напрями діяльності в інноваційній сфері з урахуванням максимального використання інноваційного потенціалу, координувати і перенаправляти результати на соціальну місію.

Література

1. *Николаев А.* Инновационное развитие и инновационная культура // Проблемы теории и практики управления. — 2001. — № 5. — С. 57—63.
2. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004—2015) // Вісті. Діловий випуск. — 2004. — № 15.

УДК 65.014.1:016.1

В. А. Власенко, аспірант,
Полтавський університет споживчої кооперації України

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ У РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Дослідження присвячено розгляду споживчої кооперації України як цілісної соціально-економічної системи. Автором було розглянуто перспективні напрями розвитку даної системи в умовах ринкової економіки.

This research is aimed to consider the Consumer Cooperation in Ukraine as social and economic system. The author has analyzed the new line of this system development under the condition of the market economy.

Структурні перетворення економіки в умовах переходу до системи ринкових відносин висувають на перший план перспективи розвитку нових і вдосконалення існуючих галузей народного господарства. Одним із найбільш актуальних питань на сьогоднішній день є дослідження системи споживчої кооперації України зі всіма її структурними ланками, галузями, виробничими комплексами, організаціями, підприємствами, об'єднаннями та функціональними підрозділами.

Споживча кооперація, виступаючи одним із найкрупніших міжгалузевих комплексів нашої країни, може слугувати наглядною моделлю протікання важливих народногосподарських процесів.

Цілісність господарського комплексу споживчої кооперації обумовлена націленістю основних її галузей на єдиний результат — задоволення потреб сільських жителів у товарах і послугах, однотипністю господарських зв'язків та економічних відносин. Споживча кооперація функціонує і розвивається як соціально-економічна система, а тому зі всіх складових кооперативного се-