

ІННОВАЦІЙНА ЕКОНОМІКА:

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

Міжуніверситетська колективна монографія

Випуск 3

За редакцією
д.е.н., доц. О. М. Коваленко
д.е.н., проф. Є. І. Масленнікова

Херсон
ОЛДІ-ПЛЮС
2018

УДК 330.341.1
М 315

Рекомендовано до друку Вченою радою Одеського національного університету імені І.І. Мечникова (протокол № 4 від 30 листопада 2018 р.)
Рекомендовано до друку Вченою радою Одеського національного політехнічного університету (протокол № 3 від 23 жовтня 2018 р.)

Рецензенти:

Мізюк Богдан Михайлович – доктор економічних наук, професор Львівського торговельно-економічного університету Центральної спілки споживчих товариств України, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи;

Левченко Олександр Миколайович – доктор економічних наук, професор Центральноукраїнського національного технічного університету, проректор з наукової роботи, академік Академії економічних наук України;

Окландер Тетяна Олегівна – доктор економічних наук, професор Одеської державної академії будівництва та архітектури, завідувач кафедри економіки та підприємництва

Інноваційна економіка: теоретичні та практичні аспекти : монографія
М 315 Вип. 3 / О.М. Коваленко, Є.І. Масленніков, Е.А. Кузнецов, Ю.М. Сафонов, С.В. Філіппова та ін. ; за ред. д.е.н., доц. О.М. Коваленко, д.е.н., проф. Є.І. Масленнікова. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2017. – 634 с.

ISBN 978-966-289-192-8

У міжуніверситетській колективній науковій монографії розглянуто: теоретико-методологічні та практичні аспекти інноваційної економіки в умовах трансформаційних змін. У монографії представлені результати наукових досліджень та наукові позиції дослідників різних університетів України. В монографії започатковано наукову дискусію для науковців та практиків в галузях економіки, управління та адміністрування, щодо розвитку інноваційної економіки.

Міжуніверситетська колективна наукова монографія буде корисною для докторантів, аспірантів, магістрів, науковців, керівників підприємств, які досліджують проблеми інноваційної економіки.

Монографія підготовлена в рамках НДР: «Макроекономічне планування та управління системою вищої освіти України: філософія і методологія» (державний реєстраційний номер 0117U002531, період виконання НДР 2017-2019 рр.); «Соціальна відповідальність бізнесу та інституціональні новації» (державний реєстраційний номер 0114U001555, період виконання 2014-2018 рр.).

УДК 330.341.1

ISBN 978-966-289-192-8

© О.М. Коваленко, Є.І. Масленніков, Е.А. Кузнецов,
Ю.М. Сафонов, С.В. Філіппова та ін., 2018

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	11
-----------------	----

I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

РОЗДІЛ 1 ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ	14
---	-----------

к.е.н., професор Аранчій В.І.
Полтавська державна аграрна академія
д.е.н., професор Маркіна І.А.
Полтавська державна аграрна академія

РОЗДІЛ 2 КОНЦЕПЦІЯ ДЕРЖАВНОГО КОНТРОЛІНГУ В СИСТЕМІ РЕГУЛЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	24
---	-----------

д.е.н., професор Сафонов Ю.М.
Державний вищий навчальний заклад «Київський національний
економічний університет імені Вадима Гетьмана»
д.е.н., доцент Григор'єв Г.С.
Національний університет «Києво-Могиланська академія»

РОЗДІЛ 3 СТРУКТУРНИЙ РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	34
---	-----------

д.е.н., доцент Стеблянко І.О.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

РОЗДІЛ 4 КОНТРОЛІНГ У НАЦІОНАЛЬНОМУ МАКРОЕКОНОМІЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	47
---	-----------

д.е.н., доцент Барна М.Ю.
Львівський торговельно-економічний університет

РОЗДІЛ 5 ІНТЕГРАЛЬНА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТУ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ КОНТЕКСТ	55
---	-----------

д.е.н., професор Кузнєцов Е.А.
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Полотнянко О.І.
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

РОЗДІЛ 6 ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ПРОГНОЗУВАННЯ, ПЛАНУВАННЯ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ЧИСЕЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	64
<i>д.е.н., доцент Ковтуненко К.В.</i> <i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
<i>к.е.н., доцент Танащук К.О.</i> <i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
<i>д.е.н., доцент Загребнюк В.І.</i> <i>Одеський національний морський університет</i>	
РОЗДІЛ 7 МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБЛЕННЯ ЦІНОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	76
<i>д.е.н., професор Масленніков Є.І.</i> <i>Одеський національний університет імені І.І. Мечникова</i>	
<i>Кашубський А.А.</i> <i>Одеський національний університет імені І.І. Мечникова</i>	
РОЗДІЛ 8 ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЙ МАРКЕТИНГУ ЗАЛЕЖНО ВІД ІННОВАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНОГО УКЛАДУ	84
<i>к.е.н., доцент Чукурна О.П.</i> <i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
РОЗДІЛ 9 ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ТУРИЗМІ	101
<i>старший викладач Швагірева В.С.</i> <i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
РОЗДІЛ 10 ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ	113
<i>к.е.н. Аверіхіна Т.В.</i> <i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
<i>Аверіхін М.М.</i>	
РОЗДІЛ 11 ХМАРНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ	124
<i>к.т.н., доцент Волощук Л.А.</i> <i>Одеський національний університет імені І.І. Мечникова</i>	

РОЗДІЛ 12 АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ ТА ПРАКТИЧНИХ АСПЕКТІВ РОЗВИТКУ РИНКУ ІРО	144
<i>к.е.н., доцент Кірсанова В.В.</i> <i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
<i>к.е.н. Ковальова О.М.</i> <i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
<i>к.е.н. Іоргачова М.І.</i> <i>Одеський національний економічний університет</i>	
РОЗДІЛ 13 ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	161
<i>к.е.н. Борщ В.І.</i> <i>Одеський національний університет імені І.І. Мечникова</i>	
РОЗДІЛ 14 ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ	176
<i>к.е.н. Домінська О.Я.</i> <i>Хмельницький кооперативний</i> <i>торговельно-економічний інститут</i>	

II. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ **ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ**

РОЗДІЛ 15 ФІНАНСОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ	188
<i>к.е.н., доцент Ломачинська І.А.</i> <i>Одеський національний університет імені І.І. Мечникова</i>	
РОЗДІЛ 16 ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОБ'ЄКТ ВИМІРУ ТА ОЦІНКИ	202
<i>д.е.н., доцент Коваленко О.М.</i> <i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
<i>к.т.н., доцент Моргунова Т.І.</i> <i>Херсонський факультет</i> <i>Одеського державного університету внутрішніх справ</i>	

РОЗДІЛ 17

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА . . . 216

д.е.н., доцент, Побережець О.В.

*Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Димитрієва М.І.*

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

РОЗДІЛ 18

**ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ
ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ 225

к.е.н., доцент Яценко М.С.

*Одеський національний політехнічний університет
асистент Беспала О.А.*

Одеський національний політехнічний університет

РОЗДІЛ 19

**ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 236**

к.е.н., доцент Продиус О.І.

Одеський національний політехнічний університет

РОЗДІЛ 20

**СУЧАСНІ ПРІОРИТЕТИ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ
Й ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ
ПІДПРИЄМСТВ 246**

к.е.н. Мамонтенко Н.С.

Одеський національний політехнічний університет

РОЗДІЛ 21

**МІСЦЕ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ У СИСТЕМІ
ІННОВАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА 255**

к.е.н., доцент Кравченко О.А.

Одеський національний політехнічний університет

РОЗДІЛ 22

**МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ВИТРАТ
НА МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ ТА РЕКЛАМНІ ЗАХОДИ 274**

д.е.н., професор Філіппова С.В.

*Одеський національний політехнічний університет
к.е.н., доцент Селіванова Н.М.*

*Одеський національний політехнічний університет
асистент Чан Тхань Тхуї*

Одеський національний політехнічний університет

РОЗДІЛ 23 ПОКАЗНИКИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	291
<i>к.е.н., доцент Станіславик О.В.</i> <i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
<i>к.т.н., доцент Моргунова Т.І.</i> <i>Херсонський факультет</i> <i>Одеського державного університету внутрішніх справ</i>	
РОЗДІЛ 24 ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В ОЦІНЮВАННІ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	301
<i>к.е.н. Собчишин В.М.</i> <i>Полтавська державна аграрна академія</i>	
РОЗДІЛ 25 ЗАСАДИ ТА МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	319
<i>к.е.н., доцент Продіус Ю.І.</i> <i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
<i>к.е.н., доцент Ізотов С.О.</i> <i>Одеський державний екологічний університет</i>	
РОЗДІЛ 26 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА	334
<i>к.е.н. Коломіна О.Б.</i> <i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
РОЗДІЛ 27 АНАЛІЗ РИНКУ СОЦІАЛЬНО-ЗНАЧУЩИХ ТОВАРІВ В МЕЖАХ ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ	354
<i>д.е.н., доцент Трохимець О.І.</i> <i>Класичний приватний університет</i>	
РОЗДІЛ 28 ОСНОВНІ ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ	373
<i>асистент Гутарева Ю.В.</i> <i>Одеський національний політехнічний університет</i>	

РОЗДІЛ 29

**СИСТЕМНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЕЛЕМЕНТІВ
МЕХАНІЗМУ ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ
В УКРАЇНІ** **388**
старший викладач Павлович О.Р.
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

РОЗДІЛ 30

**МЕТОДОЛОГІЧНА ПЛАТФОРМА СТРАТЕГУВАННЯ
АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В КООРДИНАТАХ
ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ** **398**
д.е.н. Карпенко Л.М.
*Одеський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління
при Президентові України*
к.е.н. Воронжак П.В.
Одеський національний політехнічний університет

РОЗДІЛ 31

**МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ
ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ
ПІДПРИЄМНИЦТВА В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ** **417**
к.е.н., доцент Мазур О.Є.
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

РОЗДІЛ 32

**ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ
МОНІТОРИНГУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА** **441**
к.е.н., доцент Свінарьова Г.Б.
Одеський національний політехнічний університет

РОЗДІЛ 33

**АНАЛІТИЧНА СИСТЕМА ОЦІНКИ
УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ
СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ** **454**
аспірант Жисентаєв А.В.
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
магістр Булгару А.М.
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

РОЗДІЛ 34 ТЕОРЕТИЧНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ ТУРИСТИЧНОЇ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	464
<i>д.е.н., професор Масленніков Є.І.</i> <i>Одеський національний економічний університет</i> <i>магістр Белякова В.В.</i> <i>Одеський національний університет імені І.І. Мечникова</i>	
РОЗДІЛ 35 СТАН ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ПЕРЕДУМОВИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ РЕІНЖИНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ	474
<i>к.е.н. Мироненко К.С.</i> <i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
РОЗДІЛ 36 ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ЯК ФАКТОР ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	483
<i>к.е.н., доцент Столбуненко Н.М.</i> <i>доцент кафедри менеджменту та інновацій,</i> <i>Одеський національний університет імені І.І. Мечникова</i> <i>магістр Крайнюк А.А.</i> <i>Одеський національний університет імені І.І. Мечникова</i>	
РОЗДІЛ 37 СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	496
<i>к.е.н. Гузь Д.О.</i> <i>Одеський національний університет імені І.І. Мечникова</i>	
РОЗДІЛ 38 ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	506
<i>к.е.н., доцент Столбуненко Н.М.</i> <i>Одеський національний університет імені І.І. Мечникова</i> <i>здобувач Березюк А.В.</i> <i>Одеський національний університет імені І.І. Мечникова</i>	
РОЗДІЛ 39 ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ В СЕРВІСНИХ І ПРОДУКТОВИХ ІТ-КОМПАНІЯХ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ	525
<i>старший викладач Платонова Є.В.</i> <i>Одеський національний університет імені І.І. Мечникова</i>	

РОЗДІЛ 40 РЕЗУЛЬТАТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ ТА ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ	540
<i>д.е.н., доцент Волощук Л.О.</i>	
<i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
<i>аспірантка Носовець О.І.</i>	
<i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
РОЗДІЛ 41 АНАЛІТИЧНИЙ ОБЛІК ДОХОДІВ ВІД НАДАННЯ РІЄЛТОРСЬКИХ ПОСЛУГ	573
<i>д.е.н., доцент Волощук Л.О.</i>	
<i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
<i>старший викладач Пар'єва О.О.</i>	
<i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
<i>старший викладач Пар'єва Н.О.</i>	
<i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
РОЗДІЛ 43 ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖЕВОЇ КОНЦЕПЦІЇ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ТЕОРІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ	586
<i>д.е.н., професор Горняк О.В.</i>	
<i>Одеський національний університет імені І.І. Мечникова</i>	
<i>аспірант Прокоф'єв О.А.</i>	
<i>Одеський національний університет імені І.І. Мечникова</i>	
РОЗДІЛ 44 ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПЕРСОНАЛУ З УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ	610
<i>д.е.н., професор Філіппова С.В.</i>	
<i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
<i>к.е.н., доцент Черкасова С.О.</i>	
<i>Одеський національний політехнічний університет</i>	
РОЗДІЛ 45 ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРИ ФОРМУВАННІ СТРУКТУРИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ДЛЯ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ	624
<i>к.е.н., доцент Гоголь М.М.</i>	
<i>Одеський національний університет імені І.І. Мечникова</i>	

ПЕРЕДМОВА

Інноваційну економіку іноді інакше називають інтелектуальною економікою. Ґрунтується вона на впровадженні в життя інновацій, безперервному технологічному удосконалюванні, а також на виробництві та експортуванні високотехнологічної продукції, у якій є висока додаткова вартість.

Основою такої економіки є новітні технології. Від інших видів економік її відрізняє те, що основну частину прибутку створює інтелект учених, новаторів, розвиток інформаційної сфери, а не просте матеріальне виробництво, характерне для індустріальної економіки або висока концентрація фінансів, властива для капіталу.

Протягом багатьох років перевага більшості високорозвинених країн миру ґрунтується саме на інноваційній економіці. Найбільш відомі з них – США, Японія, Німеччина, Сінгапур, Швеція, Ізраїль, Канада, Австралія. Для цих країн характерний високорозвинений венчурний бізнес, тобто ризикований технологічний або науково-технічний бізнес, який є важливою складовою такого роду економіки.

Інновації виникли поряд з людиною розумною, яка на перших етапах розвитку суспільства навчилася добувати вогонь, робити зброю, обробляти землю. Їхній розвиток супроводжує людство постійно, а останнім часом їх кількість стає просто безмежною. Перші наукові праці про інновації та розвиток суспільства були написані австрійським економістом Йозефом Шумпетером на початку ХХ ст. Він перший сформував визначення інновації, класифікував її, а також розділив ріст і розвиток економіки. У процесі розвитку капіталізму виник сектор інноваційної економіки, в яку входить фахова освіта, наука, креативні підприємці, зацікавлена держава. З кожним роком цей сектор стає все більш домінуючим.

Досвід економічного розвитку країн-лідерів свідчить, що каталізатором модернізації і структурної перебудови економіки країни є інновації, які сприяють посиленню конкурентоспроможності, прибутковості та інноваційного розвитку підприємств, допомагають завойовувати нові і утримувати існуючі ринки. На рівні національної економіки

країни активне впровадження інноваційних розробок забезпечує ефект, що визначає її прискорений економічний розвиток у цілому.

Інноваційні проблеми набувають особливого характеру в період ринкової трансформації, змінюється їх спрямованість, задачі та механізм усунення. Вирішення проблеми активізації інноваційної діяльності підприємств стає головною умовою забезпечення успішності реформ, що проводяться та інтеграції у світову економіку. Відповідно, зростає кількість досліджень та публікацій, присвячених різним аспектам інноваційного розвитку підприємств.

Основою масових інновацій і інноваційної економіки є накопичений високоякісний і прогресивний людський капітал. Сучасна інноваційна економіка вважається новою економічною формацією, що поміняє індустріальну економіку. Вона виникла в США наприкінці 50-х років ХХ ст. Характеризується такими основними принципами, індикаторами та ознаками: високим рівнем освіти, науки; високою економічною свободою; декількома технологічними укладами економіки; високою вартістю і якістю людського капіталу; високою конкурентоспроможністю економіки; якістю життя; високою часткою інноваційних підприємств (більш 60%) і інноваційної продукції; високим попитом на інновації; заміщенням капіталів; ініціацією нових і різноманітних ринків; розвинутою індустрією знань і їх високим експортом.

Базовими поняттями економіки, заснованої на інноваціях є: сама інновація, інноваційна діяльність і інфраструктура.

Інновація (англ. innovation – нововведення) – ідея, новітній продукт в галузі техніки, технології, організації праці, управління, а також у інших сферах наукової та соціальної діяльності, засноване на використанні досягнень науки і передового досвіду, є кінцевим результатом інноваційної діяльності.

Інновація – це результат системної діяльності, спрямованої на реалізацію досягнень науково-технічного прогресу та їх удосконалень, що забезпечує підвищення ефективності та отримання конкурентних переваг.

Інноваційна інфраструктура формує швидкість (темпи) розвитку економіки і підвищення добробуту населення. Розвинені країни миру підтверджують ту тезу, що в умовах наростаючої глобальної конкуренції на світових ринках виграють власники розвинутої інфраструк-

тури створення і реалізації різних інновацій, а також власники кращих механізмів інноваційної діяльності. Для ефективного функціонування такої економіки інноваційна інфраструктура обов'язково повинна бути функціонально повною.

Монографія складається з двох частин та 41 розділу, кожен з яких є досить самостійним за змістом, але деталізує проблемні питання інноваційної економіки. Структура монографії, а саме, наявність двох частин: теоретичних та практичних аспектів інноваційної економіки сприяє зосередженню як на концептуальних питаннях формування та розвитку інноваційної складової, так і на проблемних питаннях забезпечення процесу реалізації та практичного застосування розроблених методів.

У монографії викладено результати досліджень та наукові погляди як вітчизняних так й зарубіжних авторів різних університетів щодо інноваційних аспектів економічного розвитку держави: підходи до управління інноваційно-інвестиційною діяльністю, формування інноваційного механізму, використання інноваційних економічних процесів. Авторами розглянуто широке коло проблем – від формування концептуальних засад управління потенціалом інноваційного розвитку держави до прикладних аспектів управління окремими підсистемами. Отримані результати істотно поглиблюють концептуальні засади формування ринково-орієнтованого механізму управління потенціалом інноваційного розвитку вітчизняних підприємств в контексті концепції стійкого розвитку.

Питання інноваційного розвитку національної економіки є актуальними для науковців різних поглядів, адже лише завдяки спільній роботі досягається ефект синергії – отримуються необхідні результати у вигляді ефективних заходів досягнення значного економічного та соціального зростання в державі.

Сподіваємося, що монографія сприятиме науковому вирішенню проблем розвитку інноваційної економіки, а також проблем формування ефективної національної інноваційно-інвестиційної системи в складних трансформаційних умовах.

I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

РОЗДІЛ 1

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

*к.е.н., професор,
ректор,
Полтавська державна аграрна академія
Аранчій В.І.*

*д.е.н., професор,
завідувач кафедри менеджменту,
Полтавська державна аграрна академія
Маркіна І.А.*

На сучасному етапі розвитку соціально-економічних відносин все більшого значення набуває необхідність згуртованої, цілеспрямованої діяльності трудового потенціалу. Соціальні взаємини стають все більш складними і, одночасно, більш важливими та відіграють одну з провідних ролей в економічній еволюції суспільства, здійснюючи істотний вплив на економічні процеси суб'єктів господарювання різних рівнів. В умовах сучасності, соціальний капітал використовують всі чинні форми організації (державні, громадські, приватні тощо), в яких виникають формальні і неформальні відносини між людьми (особисті, сімейні, суспільні, засновані на традиціях або регульовані законом).

Соціальний капітал – це свого роду інтеграційний елемент, який об'єднує суспільство в єдину систему, завдяки чому знижуються ризики виробництва та управління, оскільки відносини довіри, які існують між людьми, значно полегшують координацію їх зусиль і сприяють взаємовигідному співробітництву. І навпаки, в суспільстві

з дефіцитом соціального капіталу та його безпеки відсутність довіри між людьми призводить до загострення конфліктів (соціальних, між-національних, особистих) і, відповідно, перешкоджає ефективній співпраці, необхідній для швидкого економічного зростання, сталого суспільного розвитку.

Проте, в сучасних умовах господарювання соціальний капітал систем макро- і мікрорівнів потребує захисту, а тому питання забезпечення соціальної безпеки набуває актуальності нарівні з економічною та екологічною безпекою.

Семантика понять «безпека» та «соціальна безпека» дає певне уявлення про складові елементи даних категорій. Безпека в вузькому значенні трактується як «стан, при якому не загрожує небезпека» [9], «відсутність небезпеки, збереження, надійність» [4].

У широкому розумінні це стан захищеності життєво важливих інтересів особистості, суспільства і держави від внутрішніх і зовнішніх загроз політичного, соціального, військового, економічного, технічного та іншого характеру, що передбачає встановлення політичної, економічної та соціальної стабільності в державі, безумовне виконання законів і підтримання правопорядку, розвиток міжнародного співробітництва на основі партнерства [3]; захищеність життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства і держави, за якої забезпечуються сталий розвиток суспільства, своєчасне виявлення, запобігання і нейтралізація реальних та потенційних загроз національним інтересам у сферах [11].

Таким чином, безпеку можна визначити як характеристику стану стабільності і стійкості соціальної системи, що знаходиться в межах встановлених соціальних норм.

Процес вивчення промислової соціальної безпеки починається з кінця XIX століття, коли «вперше з'являється ідея звернутися до тих резервів, які приховуються в самій людині» [5, с. 98]. Істотний внесок у розвиток досліджень про трудові резерви стосовно елементів їх безпеки внесли вітчизняні та зарубіжні класики, зокрема Е. Мейо, У. Мур, Ф. Ротлісбергер, Ф. Герцберг, А. К. Гаст, А. Г. Здравомислов, В. А. Отрут, О. І. Шкаратан, Ж. Т. Тощенко та інші. Особливостям формування соціальної безпеки присвячені наопрцювання Пастернак-Таранушенко Г. А., Гошовської В. А., Круппельницької Т. П.,

Лібанової Е., Серебрянникова В.В., Сулейманової Г.В., Сухорукова А. І., Хомри О. У., Черникової С. А., Чмихало А. Ю. та інших.

Водночас, достатньої уваги не приділено інноваційним аспектам забезпечення соціальної безпеки.

Вивчаючи сферу безпеки, вчені приділяють значну увагу національній, економічній, екологічній безпеці, проте не досить часто зустрічаються праці, присвячені розгляду питань саме соціальної безпеки. Це пояснюється тим, що одні дослідники вважають, що тлумачення поняття «соціальна безпека» є широким і відображає у комплексі всі види безпеки – економічну, політичну, екологічну та рівнозначне поняттю «національна безпека». Інші, дотримуються точки зору, що виокремлення соціальної безпеки у вузькому розумінні є досить ускладненим, оскільки соціальні процеси майже неможливо відокремити від економічних, політичних та духовно-моральних.

Сьогодні соціальна безпека є невід’ємною складовою існування соціально-економічної системи і спрямована на мінімізацію соціальних ризиків. Соціальна безпека надає всім її суб’єктам, незалежно від професійного статусу, рівні можливості, а її головне завдання – зменшити соціальну напругу, зробити життя стабільним та збалансованим.

За кордоном поняття «соціальна безпека» асоціюється з поняттям «соціальне забезпечення». Відповідно до даного підходу вважається, що рішення проблем забезпечення соціальної безпеки, пов’язане з наданням матеріальної та іншої допомоги нужденним категоріям громадян, та становить основу забезпечення національної безпеки держави в цілому.

Термін «соціальне забезпечення» набув поширення у всесвітньому масштабі після прийняття в 1948 р. Організацією Об’єднаних Націй Загальної декларації прав людини. Історія поняття «соціальне забезпечення» починається з 1930-х рр. Вперше термін «соціальне забезпечення» з’являється в «Акті про соціальне забезпечення» (Social Security Act) в США в 1935 р. [1] і в «Акті про соціальне забезпечення» (Social Security Act) в Новій Зеландії в 1938 р. [2].

До теперішнього часу склалося декілька можливих підходів до визначення поняття «соціальне забезпечення»:

по-перше, це особлива форма розподільчих відносин;

по-друге, це функція держави щодо забезпечення і обслуговування непрацездатної частини населення;

по-третє, це правова категорія, що означає суб'єктивне право громадян на отримання допомоги з боку держави, окремих фізичних чи юридичних осіб;

по-четверте, це державна система і форма матеріального забезпечення громадян у разі втрати працездатності, при втраті годувальника, по старості та в інших випадках;

по-п'яте, галузь права.

Категорія «соціальна безпека» почала формуватися з кінця дев'яностих років двадцятого століття. В той час це поняття вмещало в собі цілий комплекс факторів, що визначають, крім економічних і політичних аспектів, усе безпосереднє середовище існування людини – біологічну, фізичну, психологічну, матеріальну сфери, і зрештою, значну частину того, що вмещає в себе поняття якості життя [10, с. 50].

Так, Г. Пастернак-Таранушенко трактує соціальну безпеку як різновид безпеки, що базується на психічному та психологічному стані населення країни [10, с. 52]. Тоді, як економічну безпеку вчений розглядає як стан держави, за яким вона забезпечена можливістю створення, розвитку умов для гідного життя її населення, перспективного розвитку в майбутньому та в зростанні добробуту населення [7]. Таким чином, економічна безпека не може існувати без соціального забезпечення, адже гідне життя визначається психологічним станом індивіда.

Соціальна природа феномена безпеки конкретизується рядом авторів у тлумаченні терміну «соціальна безпека»: захищеність життєво важливих цілей, ідеалів, цінностей, інтересів соціальних суб'єктів макро- і мікрорівнів, збереження і розвиток людського потенціалу, підтримання ефективності стимулювання діяльності людей, систем їх соціалізації та життєзабезпечення, підтримання моральності [13, 13, 18].

Сухоруков А. І. розглядає соціальну безпеку як складову національної безпеки і визначає її як стан захищеності життєво важливих інтересів особи, суспільства й держави від внутрішніх і зовнішніх загроз, а також від загрози соціальним інтересам. При чому автором узгоджується зв'язок соціальної безпеки і основної мети соціального захисту як підтримання стабільності у суспільстві тобто попередження соціальної напруженості [16, с. 52].

Гошовська В. А. наголошує на органічному зв'язку з одного боку соціального захисту, соціальної безпеки, з іншого – соціального розвитку і соціальних відносин; підкреслює що без розвинених соціальних відносин не може бути стабільної соціальної безпеки людини, суспільства, а соціальна безпека значною мірою зумовлює розвиненість, зрілість процесів соціального, суспільного розвитку [14, с. 71].

Нижник В.М. підкреслює, що соціальна безпека – це різновид безпеки, яка базується на психологічному стані населення раїни. Вона залежить від багатьох інших видів безпеки, зокрема, від економічної, політичної, цінової, інформаційної та чинників [8 с. 246].

З наведених вище визначень в якості базових соціальних показників безпеки виділяються ціннісні характеристики і поєднання інтересів соціальних суб'єктів. Тому, у найзагальнішому розумінні соціальну безпеку можна визначити як стан гарантованої правової та інституційної захищеності життєво важливих соціальних інтересів людини, суспільства і держави від зовнішніх та внутрішніх загроз. При цьому значення критеріїв соціальної захищеності повинні перебувати не нижче граничних значень, щоб не становити загрозу для національної безпеки країни. Дефіцит соціальної безпеки загрожує втратою соціальних норм, зростанням нетерпимості, екстремізму і насильства в суспільстві. Він не тільки несе серйозні негативні наслідки для здоров'я, добробуту та соціального самопочуття людей, але й знижує ефективність функціонування економічної системи в цілому.

Соціальна безпека зумовлена певною дієздатністю соціальної функції суспільства, постійно забезпечує відтворення дійсного життя всіх його суб'єктів, а також гармонізує їх соціальні відносини в єдиному і цілісному соціальному просторі. При цьому соціальні відносини розуміються як зв'язок між соціальними суб'єктами суспільства при виконанні ними ролі в розподілі життєвих потреб, при самореалізації кожним з них своїх цілей і соціального потенціалу [5].

З соціальною безпекою безпосередньо пов'язані такі поняття, як соціальна сфера та соціальний захист населення.

Соціальна сфера об'єднує в собі таку якість соціальних взаємин, при якій кожен член суспільства був би захищений від загрози соціальної, фізичної та економічної деградації через постійне зниження рівня життя, відсутність можливості з найбільшою користю для суспільства

і себе особисто реалізовувати власні компетентності в здійсненні громадянської, соціальної і трудової активності. Найважливіше завдання соціальної сфери полягає в підтримці на достатньо високому рівні і розвитку соціального потенціалу сім'ї, особистості і населення в цілому.

Під соціальним потенціалом розуміється накопичення суб'єктом необхідних ресурсів для відтворення та розвитку своїх життєвих сил і творчих можливостей. В даному випадку, соціальна політика представлена інструментом для збільшення і збереження соціального потенціалу суспільства, а соціальна безпека – засобом вимірювання та фіксування його критичних значень. Стан захищеності життєво важливих інтересів сім'ї, особистості і суспільства в цілому, від внутрішніх і зовнішніх загроз, що забезпечується сукупністю заходів правового, політичного, ідеологічного, економічного і організаційного характеру – це і є соціальна безпека. Говорячи іншими словами, «соціальна безпека» – це комплекс заходів, що захищає інтереси країни і народу в соціальній сфері, розвиток соціальної структури і взаємовідносин в суспільстві, системи життєзабезпечення і соціалізації людей [6].

Для розуміння сутності соціальної безпеки необхідно не тільки дослідити та осмислити цю категорію, але уявити і проаналізувати її структуру (рис. 1).

Відповідно до зазначеного рисунку доцільно відзначити, що:

по-перше кожному рівню (об'єкту / суб'єкту) безпеки властиві свої домінанти: для особистості – це її права і свободи, для суспільства – збереження і примноження благ (матеріальних і духовних), для держави – територіальна цілісність і суверенітет, а також внутрішня стабільність;

по-друге, об'єктом (суб'єктом) соціальної безпеки, перш за все, є особистість, її життєво важливі права і свободи, соціальні групи. Постійним об'єктом соціального безпеки в загальному вигляді є особистість, її життєво важливі права і свободи в соціальній сфері життєдіяльності суспільства: право на життя, на працю, її оплату; право на безкоштовне лікування та освіту; доступний відпочинок; гарантований соціальний захист з боку держави. Однак самі об'єкти та суб'єкти соціальної безпеки можуть змінюватись з мірою зміни умов розвитку суспільства. Тому можна говорити не тільки про загальні, але і про



Рис. 1. Модель структури соціальної безпеки

пріоритетні об'єкти соціальної безпеки, тобто такі соціальні групи, які в конкретних соціально-економічних умовах є найбільш обділеними і потребують соціального захисту і посилення ступеня безпеки.

по-третє, в основі соціальної безпеки лежить національна спадщина суспільства, яка утворює цінності для кожного об'єкта (суб'єкта) безпеки: матеріальні, духовні, культурні, історичні, національні, ідеологічні, цінності особистості тощо. Таким чином поєднуються життєво важливі потреби і інтереси всіх об'єктів (суб'єктів), а її забезпечення – це захист значущих для них безпеки цінностей, інтересів

і цілей. При цьому важлива роль в забезпеченні соціальної безпеки відводиться інститутам та організаціям, ресурсам, методам та принципам забезпечення безпеки, які застосовуються кожним її суб'єктом.

Разом з тим, на нашу думку, соціальна безпека повинна включати і духовну безпеку, що складається з соціальної ідентичності норм моралі, ціннісних орієнтацій, соціальної ідентичності освіти, ідеології, культури і мати суб'єкти її забезпечення, а саме:

на рівні держави – це правовий захист культурно-національної спадщини;

на рівні суспільства – це духовне оновлення: моральність, патріотизм;

на рівні особистості – це внутрішні морально-громадянські цінності.

Отже, здійснивши аналіз теоретичних позицій сутності категорії «соціальна безпека», доцільно відзначити:

по-перше, безпека в абсолютному вираженні – відсутність небезпек і загроз, що розглядається як гарант життєдіяльності особистості, суспільства, держави, яка дозволяє не тільки зберігати, але й примножувати матеріальні і духовні цінності;

по-друге, соціальна безпека є системною категорією, і тому вона має властивості системи, побудованої на принципах цілісності, стійкості і саморегуляції;

по-третє, соціальна безпека визначається як стан гарантованої правової та інституційної захищеності життєво важливих соціальних інтересів людини, суспільства і держави від зовнішніх та внутрішніх загроз

по-четверте, соціальна безпека орієнтована, перш за все, на особистість, а процес її формування тісно пов'язаний з інституційними процесами, що протікають в соціальній ідентичності норм моралі, цінностях, соціальної ідентичності освіти і сім'ї, ідеології, культури, історії, що забезпечує безпечний розвиток всіх соціальних структур;

по-п'яте, соціальна безпека повинна включати і духовну безпеку, що складається з соціальної ідентичності норм моралі, ціннісних орієнтацій, соціальної ідентичності освіти, ідеології, культури і мати суб'єкти її забезпечення.

Таким чином, інноваційні підходи до формування соціальної безпеки сприятимуть забезпеченню національної безпеки країни та її саморозвитку.

Література

1. Perrin G. A hundred years of social insurance // Labor and Sosiete – 1988. – № 9. – (October – Desember). – 399 p.
2. The Encyclopedia Americana Complete in fhirty volumes. – New York, 1973. – Vol. 25. – 102 p..
3. Венглюк І. В. Становлення соціально-економічної безпеки підприємства / І. В. Венглюк // Економічний вісник Донбасу, 2013. – № 3(33). – С. 226-230
4. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4-х т. / В.И. Даль. Москва : Рус. яз., 1978. – Т. 1 : А – З. – 699 с.
5. Зеркалов Д.В. Социальная безопасность: монография. – К.: Основа, 2012. – 530 с.
6. Ляш О.І. Системна парадигма соціальної безпеки на різних рівнях суспільної ієрархії / О.І. Ляш // Механізм регулювання економіки. – 2011. – № 2. – С. 23-32.
7. Лібанова Е. Ринок праці і соціальний захист: навч. посіб із соц. політики / Е. Лібанова, О. Палій. – К.: Основа, 2004. – 491 с.
8. Нижник В. М. Економічна дипломатія та економічна безпека України: [навч. посіб.] / В. М. Нижник. – Хмельницький: ХНУ, 2007. – 299 с.
9. Ожегов С. И. Словарь русского языка : 70 000 слов / С. И. Ожегов ; под ред. Н. Ю. Шведова. – 22-е изд., стереотип. – Москва : Рус. яз., 1990. – 921 с.
10. Пастернак-Таранушенко Г. А. Економічна безпека держави. Методологія забезпечення : монографія / Г. А. Пастернак-Таранушенко – К. : Київський ек-ний інститут менеджменту, 2003. – 320 с.
11. Про основи національної безпеки України : Закон України // Відомості Верховної Ради України. – № 39. – 2003. – Ст. 351.
12. Серебрянников В.В. Социальная безопасность России / В.В. Серебрянников, А.Т. Хлопьев. – М.: ИСПИ РАН, 1996. – 352 с.
13. Социальный аспект экономической безопасности предприятия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bizblogs.ru/biznes/sotsialnyu-aspekt-ekonomicheskoy-bezopasnosti-predpriyatiya/>
14. Соціальна держава: український вибір / за ред. В. А. Гошовської / вид. друге – К.: ЦПСД, 2007. – 337 с.
15. Сулейманова Г. В. Право социального обеспечения : [учеб.пособие] / Г. В. Сулейманова. – Ростов н/Д, 2004. – 403 с.
16. Сухоруков А. І. Методичні рекомендації щодо оцінки рівні економічної безпеки України / А. І. Сухоруков, С. Л. Воробйов, Т. П. Крупель-

- ницька. – К.: Національний інститут проблем міжнародної безпеки, 2003. – 63 с.
17. Хомра О. У. Соціальна безпека: виклики, загрози, критерії / О. У. Хомра, Т. Є. Русанова // Стратегічна панорама. – 2004. – №1. – С. 73-79.
 18. Черникова С. А. Современные проблемы социальной безопасности / С. А. Черникова, В. П. Черданцев, Г. А. Вшивкова Журнал: Фундаментальные исследования. – 2015. – № 11 (Ч.4). – С. 836-838.
 19. Чмыхало А. Ю. Социальная безопасность: [учеб. пособ.] / А. Ю. Чмыхало. – Томск: Изд-во ТПУ, 2007. – 168 с.

РОЗДІЛ 2

КОНЦЕПЦІЯ ДЕРЖАВНОГО КОНТРОЛІНГУ В СИСТЕМІ РЕГУЛЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

*д.е.н., професор,
професор кафедри макроекономіки і державного управління,
Державний вищий навчальний заклад «Київський національ-
ний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Сафонов Ю.М.*

*д.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії,
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Григор'єв Г.С.*

Суттєвим аспектом ефективності державного контролінгу в системі регулювання фінансово-економічних процесів національної економіки є перехід від застарілих методів роботи з фінансово-економічною інформацією і організації функціонування інфраструктури державного регулювання до інноваційних сучасних технологій, які застосовуються у міжнародному середовищі. В останні роки ці процеси вже здійснюються в різноманітних сегментах державного регулювання на макrorівні.

Суб'єкти державної влади (Державна статистична служба, Міністерство економічного розвитку і торгівлі, Державна аудиторська служба, Антимонопольний комітет, Фонд державного майна та інші) за своєю природою не володіють можливостями забезпечити якісне фінансово-економічне дослідження за визначеними проблемами в макроекономічних масштабах. Підтвердимо, що Державна статистична служба України систематизує макроекономічні показники національної економіки в цілому, але обмежена у визначенні тематики фінансово-економічних досліджень.

Необхідно зазначити, що у тому числі не здатні повноцінно виконати зазначену функцію також інформаційно-аналітичні структурні підрозділи суб'єктів державної влади (Міністерство економічного розвитку і торгівлі, Державна аудиторська служба, Антимонопольний комітет, Фонд державного майна та інші), тому що їх інформаційні ресурси достатньо обмежені сферою своїх повноважень і не містять матеріали загального аналізу структурних елементів національної економіки.

Тому система державного контролінгу у найбільшій мірі буде забезпечувати оперативну, тактичну та стратегічну інформаційно-аналітичну підтримку при вирішенні поточних та стратегічних питань державної фінансово-економічної й соціальної політики.

У разі створення системи державного контролінгу на макроекономічному рівні важливішим аспектом її функціонування має бути постійне удосконалення науково-методологічного та методичного забезпечення.

Науково-методологічне забезпечення державного контролінгу включає: затверджені принципи виконання відповідних операцій і процедур, які здійснюються в рамках державного контролінгу; наявність і використання затверджених на національному або міжнародному рівні класифікаторів, положень, нормативів, стандартів тощо; застосування стандартних фінансово-економічних індикаторів, які можуть бути доповнені інноваційною складовою; якісний інформаційно-аналітичний супровід; сучасна інструментальна підтримка; обліково-аналітичне забезпечення з урахуванням міжнародних стандартів; етичні аспекти.

Необхідно відмітити, що при конкретизації змісту визначених елементів науково-методологічного забезпечення державного контролінгу доцільно використовувати досвід, накопичений в рамках контролінгу суб'єктів господарювання.

Необхідно зазначити, що у складі системи державного регулювання національної економіки вже є деякі структури, які виконують окремі функції державного контролінгу: Головний департамент стратегічного планування та оперативного забезпечення та Головний контрольний департамент Адміністрації Президента України; Департамент економічної стратегії та макроекономічного прогнозування Міністерства

економічного розвитку і торгівлі; департамент моніторингу та перевірок закупівель Державної аудиторської служби та інші. Специфічною концепцією державного контролінгу може бути функція інформаційно-аналітичного і методологічного супроводження фінансово-економічних процесів державного регулювання національної економіки.

Необхідно відмітити, що система державного контролінгу інтегрує в собі весь взаємопов'язаний комплекс функцій теоретико-методологічного та організаційно-методичного забезпечення процесу державного регулювання у всіх сферах внутрішнього середовища і на всіх його рівнях. Таким чином, система державного контролінгу може бути ефективним сегментом державного регулювання по створенню елементів інфраструктури в державному механізмі інформаційно-комунікаційних технологій, макроекономічному плануванні тощо.

З метою ефективного впровадження системи державного контролінгу на національному рівні, пропонуються сформувати департамент державного контролінгу, як варіант: у Кабінеті Міністрів України, у Міністерстві економічного розвитку і торгівлі, у Державній аудиторській службі тощо. Також можливо сформувати сектор державного контролінгу у всіх органах державного регулювання на мікро- і макро-рівні з єдиним центром, де буде узагальнюватися аналітична інформація з метою її стратегічного використання у процесі державного регулювання національною економікою в умовах трансформації.

У сьогоденнішніх трансформаційних умовах та західного вектору розвитку країни, під впливом фактору глобалізації, основною метою системи державного контролінгу є забезпечення інформаційно-аналітичного супроводу прийняття оперативних, тактичних та стратегічних рішень на мікро- і макро-рівні. Основні завдання державного контролінгу в системі державного регулювання визначені на рис. 1

Основні принципи єдиного центру державного контролінгу в системі макроекономічного регулювання: визначений статус та його місце в системі державного регулювання; цілі, функції, права, обов'язки тощо; територіальна системність; узгодженість компетенцій; незалежність; обмежена дія, не караючий орган, а інформаційно-аналітичний, експертно-консультаційний; обачність і повне висвітлення виявлених факторів; підтримка системи управління будь якого рівня за рахунок координації, уніфікації методології, каналів зворотного зв'язку тощо;

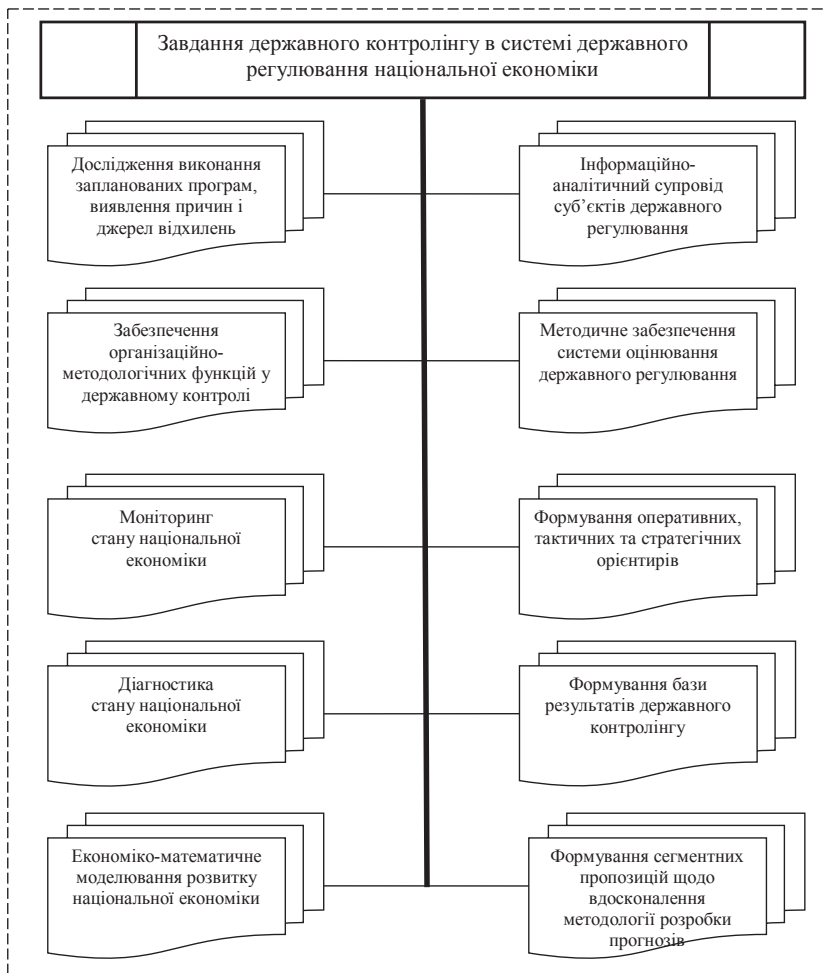


Рис. 1. Завдання державного контролінгу в системі державного регулювання національної економіки

гнучкість багаторівневої організаційної структури; якісне забезпечення трудовими ресурсами, їх мотивація, підготовка та перепідготовка; інші.

Грунтуючись на функціонально-спроможних аспектах державного контролінгу та з метою формування ефективної системи державного регулювання фінансово-економічних процесів національної економіки необхідно сформувати концепцію інституту державного контролінгу.

Формування системи державного контролінгу в макроекономічному середовищі полягає у визначенні комплексу принципів, норм, завдань і організаційно-функціональних форм контролінгу в сфері державного регулювання фінансово-економічних процесів національної економіки.

Система державного контролінгу – це функціонально-відокремлений напрямок фінансово-економічної діяльності органів державного регулювання, яке орієнтоване на інформаційно-аналітичне супроводження прийняття відповідних рішень, які забезпечать ефективне державне регулювання фінансово-економічних процесів національної економіки в умовах трансформації та глобалізації.

Основні ознаки системи державного контролінгу у макроструктурі: забезпечення діяльності органів державного регулювання національної економіки якісною аналітичною інформацією для формування оперативних, тактичних та стратегічних рішень; нормативно-правове регламентування державного контролінгу; інтегрування інформації за всіма сегментами національної економіки; застосування системного підходу; принцип емерджентності; забезпечує взаємоузгодження сегментних складових системи державного регулювання; визначає поточний стан фінансово-економічних процесів в національній економіці; узгоджує тактичну та стратегічну орієнтацію системи державного регулювання.

Структура системи державного контролінгу на макрорівні формується на основі рішення відповідних організаційних та інструментально-методичних питань: формування структурних компонентів системи державного контролінгу; визначення організаційно-функціональної складової кожного структурного компонента системи державного контролінгу; системна орієнтація та взаємодія структурних компонентів; персоніфікаційна відповідальність. Концепція державного контролінгу в системі регулювання фінансово-економічних процесів національної економіки з кількісною та якісною орієнтацією на різних ланках управління запропонована на рис. 2.



Рис. 2. Концепція державного контролінгу в системі регулювання національної економіки

Комплекс завдань, який вирішуються державним контролінгом, при всій їх різноманітності може бути сформований наступним чином: науково-методологічна підтримка системи державного регулювання; дослідження виконання запланованих програм, виявлення причин і джерел відхилень; забезпечення організаційно-методологічних функцій у державному контролі; моніторинг стану національної економіки; діагностика стану національної економіки; економіко-математичне моделювання розвитку національної економіки; інформаційно-аналітичний супровід суб'єктів державного регулювання; методичне забезпечення системи оцінювання державного регулювання; формування оперативних, тактичних та стратегічних орієнтирів; формування бази результатів державного контролінгу; формування сегментних пропозицій щодо вдосконалення методології розробки прогнозів; координаційний супровід управлінської діяльності органів державного регулювання.

Функціональна складова державного контролінгу в регулюванні національної економіки: інформаційно-аналітична; контрольна; сервісна; планова; прогнозна; коригувальна; комунікаційна; управлінська.

Необхідно відмітити, що перераховані функції державного контролінгу в регулюванні національної економіки у практичній площині вирішуються на рівні окремих суб'єктів державного регулювання, але виникають деякі неузгоджені питання, наприклад, у кожному визначеному випадку зазначені функції реалізуються поза зв'язком з їх реалізацією в інших структурних сегментах системи державного регулювання національної економіки, тобто не узгоджується методологічна підтримка.

Також треба відмітити, що істотно розрізняється перелік здійснюваних функцій в однотипних сферах супроводу і підтримки процесу державного регулювання національної економіки.

Концептуальна підтримка зазначеного контролінгу в системі державного регулювання фінансово-економічних процесів національної економіки передбачає застосування та дотримання наступних принципів: цілеспрямованості; незалежності; системності; якості; гнучкості; адаптивності; комплексності; науково-теоретичної та практичної обґрунтованості; емерджентності; координованості дій та зворотного зв'язку; адекватності завданням державного регулювання національної економіки в трансформаційних умовах; ефективності; персоналіфікаційна відповідальність.

Застосування сформованих принципів контролінгу в системі державного регулювання фінансово-економічних процесів національної економіки дозволить нашій країні піднятися до визнаного міжнародними інституціями рівня організації та функціонування суб'єктів державного регулювання та забезпечить підвищення ефективності їх діяльності в умовах глобалізаційних змін.

В сьогоденних умовах функціонування національної економіки державний контролінг може покрити існуючий дефіцит ряду функцій підтримки системи державного регулювання макроекономічного середовища: координацію, системність, уніфікацію методології, зворотній зв'язок, формування єдиного інформаційно-аналітичного глобального простору, комунікаційну складову тощо. Система державного контролінгу повинна мати багаторівневу структуру, яка забезпечить оперативне, тактичне та стратегічне коректування сегментних складових національної економіки.

Елементами методологічного забезпечення діяльності в сфері державного контролінгу регулювання національної економіки виступають: правила здійснення відповідних операцій і процедур; класифікатори, стандарти, положення, нормативи тощо; національні рахунки або затверджені фінансово-економічні індикатори; вимоги до якості вхідної та вихідної аналітичної інформації; інструментальна підтримка; сучасні методи економіко-математичного моделювання та аналізу інформації; система звітності.

Важливим аспектом функціонування державного контролінгу є його ресурсне забезпечення: матеріально-технічне, кадрове та фінансове, що є завданням органів державної влади.

Основні етапи формування системи державного контролінгу на макрорівні є: формування структурної одиниці; розробка проектної документації; реалізація плану ресурсного забезпечення системи контролінгу; організація функціонування системи державного контролінгу.

Принципове значення в формуванні концепції державного контролінгу в системі регулювання фінансово-економічних процесів національної економіки є критерії ефективності державного контролінгу.

Оцінка ефективності державного контролінгу повинна здійснюватися на постійній основі та у розрізі всіх його функцій. Оцінка

ефективності здійснюється із застосуванням науково обґрунтованих сучасних методів.

В процесі впровадження здійснюється попередня оцінка очікуваної економічної та соціальної ефективності функціонування державного контролінгу. В процесі функціонування проводиться регулярний самоконтроль результативності та ефективності діяльності за відповідним сегментами.

Необхідно відмітити, що функціонування державного контролінгу у макроекономічному середовищі виправдано тільки при його ефективності, тому необхідно розробити методика оцінки ефективності контролінгу, включаючи відповідні параметри, індикатори, способи їх розрахунку. Показники ефективності державного контролінгу слід диференціювати за його функціональною складовою.

Запропонована концепція державного контролінгу в системі регулювання фінансово-економічних процесів національної економіки містить положення щодо основних аспектів створення і функціонування державного контролінгу в нашій країні та є науково-методологічною підтримкою системи державного регулювання.

Особливі відмінності державного контролінгу від контролінгу суб'єктів господарювання, які повинні враховуватися при формуванні запропонованої концепції, обумовлені наступними аспектами: макроекономічна складова; переважання неринкових механізмів управління і регулювання; масштаби об'єктів; відомча автономність сегментів системи державного управління; обмеженість оперативної та тактичної модифікації методів регулювання; застосування національних рахунків; значний вплив політичної складової; міжнародні відносини та їх вплив; агресивна політика зовнішнього середовища; децентралізоване розмежування повноважень між рівнями державного регулювання; інші.

Основною відмінністю мети та завдань контролінгу на макрорівні є їх більш широке коло, значна різноманітність, достатньо поглиблена диференціація завдань тощо. Необхідно зазначити, що система державного контролінгу необхідна не тільки для підтримки і обґрунтування відповідних рішень на макрорівні, а й для розробки державної політики, державних цільових програм у сфері фінансово-економічного та соціального розвитку з урахуванням факторів глобалізації.

Таким чином, система державного контролінгу, як метод державного регулювання фінансово-економічних процесів національної економіки може бути достатньо ефективним в трансформаційних умовах та агресивної політики зовнішнього оточення.

Таким чином, державний контролінг є інноваційним аспектом для державного регулювання фінансово-економічними процесами національної економіки, особливо в частині національних рахунків, тому що він дає можливість володіти макроекономічною ситуацією в будь-який момент часу і приймати ефективні стратегічні рішення в системі оперативного, тактичного та стратегічного державного регулювання макросистемой відповідного сегменту, дозволяє попередити або ідентифікувати на початковому етапі можливі ризики пов'язані з національною економікою і своєчасно вживати заходів щодо їх усунення або недопущення.

РОЗДІЛ 3

СТРУКТУРНИЙ РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

*д.е.н., доцент,
завідувач кафедри економіки та управління
національним господарством,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Стеблянко І.О.*

В сучасних умовах господарювання інноваційно-інвестиційній діяльності належить провідна роль в економічному процесі. Підґрунтям інвестиційної привабливості національної економіки в цілому лежить її інвестиційний потенціал. Збільшення обсягів залучення інвестицій, покращення їх структури та якісних характеристик позитивно впливають на відновлення процесів економічного зростання національної економіки.

Інноваційний розвиток національної економічної системи та високий рівень її конкурентоспроможності, ефективність капіталовкладень нерозривно пов'язані із здійсненням прогресивних структурних зрушень [1, с. 91]. Проте для дослідження структурних трансформацій, в тому числі за участю іноземних інвестицій важливо оцінити наслідки змін в структурі залучення іноземних капіталів у контексті їх впливу на ефективність економіки країни (регіонів, окремих секторів і галузей), адаптивність економічної структури. Такий аналіз послужить основою для визначення критеріїв і перспектив пріоритетного інвестування прогресивних структурних зрушень у вітчизняній економічній системі.

Аналіз залучення іноземних інвестицій слід проводити з позиції впливу на зміну галузевої, регіональної, технологічної структури, структури власності, конкуренції, виробничих фондів, розподілу національного доходу (структура споживання й нагромадження), макрое-

кономічних пропорцій (структура споживання, заощадження й інвестицій), зовнішньої торгівлі (структура експорту та імпорту) і тощо.

Також важливо визначити межу або критерії переходу зміни в структурі економіки в структурне зрушення (кількісних змін в якості). Адже кількісна зміна пропорцій між окремими елементами в структурі приводить до зміни якості взаємозв'язків між ними. При цьому критеріями структурних зрушень поряд з іншими будуть:

- у галузевій структурі економіки – виникнення галузевих диспропорцій і деформацій міжгалузевих взаємозв'язків (наприклад, з погляду цінних перекосів);

- у міжрегіональній структурі – зміна взаємозв'язків між дотаційними регіонами й регіонами-донорами в результаті нерівномірної динаміки регіонального продукту в структурі ВВП;

- у технологічній структурі – зміна взаємозв'язків між технологічними укладами у результаті росту її передової частки (впровадження комп'ютерної техніки, засобів зв'язку й комунікацій, глобальних і локальних мереж);

- у структурі власності – підвищення частки приватної власності в результаті приватизації як фактор становлення ринкових взаємозв'язків;

- у структурі конкуренції – збільшенні частки одного виробника веде до монополізації ринкових зв'язків тощо.

Ключовими показниками стану інвестиційної діяльності є величина інвестиційної складової ВВП, обсяги капітальних інвестицій, обсяги потоків інвестицій в країну та з неї, галузева структура інвестування, структура капітальних інвестицій за джерелами фінансування та за видами активів [2, с. 160].

Стабілізація національної економіки та відновлення процесів економічного зростання потребує збільшення обсягів залучення інвестицій, покращення їх структури та якісних характеристик. Враховуючи брак внутрішніх інвестиційних ресурсів, для забезпечення структурної перебудови економіки України виключно важливого значення набуває активізація інвестиційної діяльності іноземних інвесторів [3, с. 284]. Украй необхідними є заходи, спрямовані на покращення інвестиційного клімату в країні; збалансування структурного розподілу потоків прямих іноземних інвестицій (ПІІ) в національну економіку [4, с. 63].

Оскільки інвестиційній діяльності належить провідна роль в економічному процесі, дослідженню її проблем приділяється увага багатьох учених. Родіонова Т. А. відносить Україну до групи країн із ринком, що формується (англ. *emerging markets*) [5, с. 85]. Це сприяє істотному розширенню її присутності на міжнародних ринках капіталу як імпортера і експортера інвестиційних ресурсів. Підгородецька С. М., Зелик Г. Г. акцентують увагу на основних причинах непривабливості інвестиційного клімату в національній економіці: повільні темпи реформування, її заполітизованість, нестабільність законодавства та політичної обстановки, невиконання урядом узятих на себе зобов'язань [6, с. 341]. Для збільшення потоків та поліпшення структури ПІІ в економіку України Ромусік Я. В. пропонує заходи [7, с. 6], пов'язані з формування єдиного реєстру інвестиційних проектів для здійснення аналізу динаміки реальних інвестицій, поліпшення міжнародної інвестиційної позиції та міжнародного кредитного рейтингу країни для мінімізації відсотків і максимізації термінів залучення позикових коштів; спрощення процедури реєстрації прав власності нерезидентами; активізацію співпраці між Україною та міжнародними організаціями, які оцінюють рівень інвестиційної привабливості країни, що має сприяти об'єктивному висвітленню його реального стану. Ткаченко Ю. В. визначено вагомість механізму валютного регулювання як основного чиннику, що впливає на обсяг прямих іноземних інвестицій; та виявлено ряд недоліків його функціонування в Україні [8, с. 31].

Проблеми формування і оцінки інвестиційної привабливості суб'єктів ринкової економіки (підприємства, галузі, регіону), а також визначення факторів, які визначають її структуру досліджуються у працях Булеєва І. П., Брюховецької Н. Ю., Богущької О. А. [9], Дацій Н. В. [10], Скриньковського Р. М. [11], Хорішко К. С. [12; 13]. Високо оцінюючи науковий доробок указаних авторів слід визнати недостатню увагу до проблем покращення інвестиційної привабливості економіки як передумови залучення іноземних інвестицій.

Широкомасштабна фінансова інтеграція наприкінці ХІХ ст., особливістю якої став глобальний інвестиційний бум, привела до зростання фінансових потоків [14, с. 114]. Прямі іноземні інвестиції створюють інструмент, за допомогою якого формуються стійкі та довготривалі зв'язки між країнами. Процес іноземного інвестування відображає

вкладення капіталу в закордонні підприємства з метою реалізації довготривалого інтересу прямого інвестора в підприємстві-реципієнті, яке базується в країні, відмінній від країни інвестора. Під інвестиційною привабливістю економічних суб'єктів розуміють їх здатність приймати капітал у певних масштабах і формах, ефективно освоювати його, а також гарантувати повернення інвестованого капіталу, з достатнім рівнем прибутку за припустимим рівнем ризику [15, с. 73]. Оцінка інвестиційної привабливості складних економічних систем дозволяє сформулювати об'єктивний погляд на глибинні процеси, що відбуваються між їх елементами [16, с. 42]. Вона є ключовим інструментом реалізації функцій управлінської діяльності через визначення основних векторів макроекономічного регулювання для забезпечення інтенсифікації процесу. Оскільки розвиток національної економіки визначено керівною ідеєю оцінки інвестиційної привабливості, слід зупинитися на виявленні основних домінант та чинників, що обумовлюють цей процес.

Підґрунтям інвестиційної привабливості національної економіки в цілому лежить її інвестиційний потенціал, ступінь реалізації якого оцінюється різними іноземними рейтингами і на основі якого визначається прогнозний обсяг прямих іноземних інвестицій у країну. Сьогодні значна кількість великих економічних видань та консалтингових компаній регулярно відслідковують інформацію про стан національних та регіональних інвестиційних комплексів на основі публічних джерел та рейтингів інвестиційної привабливості країн та регіонів, які регулярно презентують Світовий Банк, BERI, Standard & Poor's, Moody's Investors Service і Fitch Ratings [17; 18]. У рейтингу інвестиційної привабливості International Business Compass у 2014 році Україна займала 109 місце, у 2015 році вона піднялася на 20 позицій і перебувала на 89 місці, але у 2016 році знизилася в рейтингу на 41 позицію, зайнявши 130 місце [19]. Таким чином, Україна залишається країною із невисоким інвестиційним потенціалом і високим інвестиційним ризиком, яка посідає в рейтингах останні місця.

У рейтингу Світового банку «DoingBusiness», що складається за показниками, наведеними у таблиці 1 Україна займає 87 місце серед 189 країн світу (у 2015 році – 112 місце). У рейтингу Doing Business 2017 за результатами 2016 року Україна покращила свої позиції за такими показниками, як: створення підприємств – з 24-го до 20-го

місяця; підключення до електромереж – із 140-го до 130-го місяця; захист міноритарних інвесторів – із 101-го до 70-го місяця; забезпечення виконання контрактів – з 93 до 81 місяця.

Таблиця 1. Показники рейтингу
Світового банку «Doing Business» для України*

Doing Business	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Прогноз 2017
Позиція у загальному рейтингу	142 ▲	145 ▼	152 ▼	137 ▲	112 ▲	87 ▲	83 ▲
Реєстрація підприємства	134 ▼	118 ▲	112 ▲	50 ▲	47 ▲	70 ▼	30 ▲
Отримання дозволу на будівництво	181 ▼	179 ▲	180 ▼	183 ▼	41 ▲	139 ▼	140 ▼
Підключення до електромереж	–	–	169	166 ▲	172 ▼	138 ▲	
Винайм робочої сили	83 ▲	–	–	–	–	–	
Реєстрація власності	141 ▼	164 ▼	166 ▼	149 ▲	97 ▲	64 ▲	61 ▲
Кредитування	30 ▼	32 ▼	24 ▲	23 ▲	13 ▲	17 ▼	19 ▼
Захист інвесторів	109 ▲	109 —	111 ▼	117 ▼	128 ▼	87 ▲	88 ▼
Оподаткування	181 ▼	181 —	181 —	165 ▲	164 ▲	106 ▲	107 ▼
Міжнародна торгівля	139 ▼	139 —	140 ▼	145 ▼	148 ▼	109 ▲	109 —
Забезпечення виконання контрактів	43 ▲	43 —	44 ▼	42 ▲	45 ▼	98 ▼	98 —
Відновлення платоспроможності	145 ▼	150 ▼	156 ▼	157 ▼	162 ▼	141 ▲	141 —

* побудовано автором за даними [20]

Зазначимо, що за даними доповіді «DoingBusiness 2016» відзначається, що ключовою реформою, яка сприяла підвищенню рейтингу України, є спрощення реєстрації бізнесу. У сфері реєстрації підприємств Україна посіла 30-е місце та покращила свої позиції на 40 пунктів порівняно з 2015 роком. В Україні скорочено час на реєстрацію підприємства платником податків та скасовано збір за державну реєстрацію бізнесу.

В умовах забезпечення сталої конкурентоспроможності українських підприємств на глобальних конкурентних ринках першочерговим

є інноваційно-інвестиційний процес, пов'язаний із розробкою, створенням та впровадженням інноваційного продукту за допомогою залучення інвестиційних коштів [21, с. 150]. При цьому слід зазначити, що саме інновації розглядаються як один із факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємства, забезпечуючи швидкість виведення якісно оновленого продукту на конкурентні ринки з оптимально-мінімальними витратами інвестиційних ресурсів.

Вихід українських підприємств на глобальні конкурентні ринки, а також завоювання та збереження сталої конкурентної позиції на них можливе лише за умови забезпечення їх конкурентоспроможності, яка ґрунтується на випуску конкурентоспроможної продукції. У свою чергу, конкурентоспроможність продукції досягається за рахунок мінімізації часу виходу товару на ринок і витрат, пов'язаних з виробництвом і реалізацією продукції, за умови одночасного підвищення її якості.

Структурний розвиток національної економіки має орієнтуватися на побудову високоефективної конкурентоспроможної динамічної соціально-орієнтованої економічної системи за рахунок розширення застосування інноваційних технологій та інвестиційної складової [22, с. 202].

На інвестиційну привабливість національної економіки впливають зовнішні (екзогенні) і внутрішні (ендогенні) фактори [23, с. 425]. За період тривалого спаду та стагнації виробництва в Україні сформувалася ендегенно неефективна структура економіки із напівсировинною орієнтацією розвитку, яка характеризується занепадом високотехнологічних виробництв, зростанням залежності від зарубіжних ринків, високою чутливістю до зовнішніх шоків. Найбільш значущим екзогенним чинником, який впливає на інвестиційну привабливість національної економіки, є: технологічний прогрес і поширення високих технологічних укладів. Важливим елементом структурної політики є інноваційно-інвестиційна складова, оскільки вона є запорукою економічного зростання.

Ефективний механізм організації інвестиційного процесу надає можливість досягнення поставлених цілей та вирішити основні завдання економічного розвитку, сприяє результативному виконанню конкретних функцій управління інвестиційною діяльністю, повна і послідовна практична реалізація яких є надійною запорукою активної

інвестиційної політики [24, с. 19]. Основними стадіями інвестиційного процесу є наступні: державне регулювання, мотивація інвестиційної діяльності, прогнозування, програмування, планування інвестицій, обґрунтування їх доцільності і страхування, проектування і ціноутворення, фінансування інвестиційного процесу, забезпечення інвестицій матеріально-технічними ресурсами, освоєння інвестицій, підготовка до виробництва продукції, попередня здача і приймання в експлуатацію, кінцева здача об'єкта в експлуатацію [25, с. 119].

Для визначення пріоритетів галузевого структурного розвитку необхідно виходити з розподілу інвестиційних ресурсів відповідно до «золотого правила» трисекторної економіки [26, с. 66]. До первинного сектора відносять сільське і лісове господарства, рибальство, добувні галузі промисловості, які дають людині «первинну» (створену природою) продукцію. До вторинного сектора включають індустріальні галузі – обробну промисловість і будівництво, які переробляють, облагороджують первинну продукцію і доводять її до споживача у вигляді кінцевих матеріальних благ. Третинним сектором називають галузі сфери послуг. За такою структурою економіки країни світу відносять до одного з трьох типів: країни доіндустріальної стадії розвитку (у них дуже висока частка галузей первинного сектора), індустріальної стадії (вторинного сектора) і постіндустріальної стадії розвитку (велика перевага галузей третинного сектора). Україна має показники держави, що має індустріальний тип розвитку інвестиційного процесу: частка вторинного сектора в обсягах інвестицій становить 58%, відносно високою є також частка первинного сектора (16%). Натомість, відсоток інвестицій у третинний сектор в економіці України значно нижчий, ніж у провідних постіндустріальних країнах світу (США, Японія, країни Західної Європи).

У контексті викладеного вище, пріоритетами макроекономічної політики структурних перетворень в Україні в окремих секторах доцільно визнати:

у первинному – здійснення капітальних вкладень у галузі сільського господарства та добувної промисловості, які забезпечуватимуть продовольчу і енергетичну безпеку країни;

у вторинному – інвестування у види економічної діяльності, що: по-перше, здатні забезпечити модернізацію житлової, транспортної

та соціальної інфраструктури (енергетичне машинобудування, виробництво складної будівельної і дорожньої техніки, судно-, авіа- та вагонобудування, виробництво устаткування для утилізації побутових відходів та очищення комунальних стоків); по-друге, сприятимуть розвитку внутрішнього ринку на основі імпортозаміщення ліків та товарів широкого вжитку (фармацевтичної, легкої, харчової промисловості та галузі переробки сільськогосподарської сировини);

у третинному – інвестиційна підтримка високотехнологічних галузей, що здатні активізувати інноваційний розвиток економіки у цілому, та забезпечити прогресивним енергоефективним технологічним обладнанням провідні сектори економіки (біотехнологічну, аерокосмічну, електронну, комп'ютерну галузі).

Для вирішення інвестиційних диспропорцій структурного розвитку національної економіки необхідно забезпечити інтеграцію усіх регіонів країни і відновити цілісність країни; вирішити проблеми депресивних територій; сприяти формуванню самодостатніх потужних регіонів, з притаманною їм специфікою; створити умови для ефективного функціонування економічного комплексу кожного регіону.

На сьогоднішній день в Україні відсутня стабільна економічна та політична ситуація. Тому зараз буде дуже важко втілити у життя адміністративно – територіальну реформу щодо укрупнення регіонів. Це буде дуже важко розробити та втілити у життя владним структурам та забезпечити сприйняття цієї реформи народом України [27, с. 223]. Тому необхідно докласти максимальних зусиль у розвитку відсталіх регіонів. Для того, щоб Україна найближчим часом вступила в Європейський Союз потрібно, перш за все спрямувати регіональну політику на вирівнювання конкурентоспроможності, розвитку відсталіх та слабких регіонів, встановити найвищі дотації вирівнювання щодо відсталіх регіонів. Докласти максимальних зусиль щодо розвитку територій шляхом оновлення та вдосконалення стратегій соціально-економічного розвитку, оперативних програм.

Питання розробки та практичної імплікації транзитивними соціумами ефективною державною політики інноваційного чинника в умовах макроекономічної нестабільності набуває особливого значення [28, с. 23]. На державному рівні має бути створена поетапна стратегія та впроваджені гнучкі інструменти стабілізації сталого розвитку

економіки, розроблені національні та регіональні цільові наукові програми, які забезпечать відновлення активного науково-технічного розвитку та підтримку підприємництва в промисловій сфері у введенні конкурентоспроможної боротьби у глобальному просторі. Розробка стратегічних державних програм інноваційного розвитку, які забезпечать її фінансування та реалізацію, стає важливим елементом механізму забезпечення інноваційно спрямованої економічної політики держави. Активізація пріоритетних напрямків міжнародної співпраці України в інноваційній сфері підвищить імідж нашої держави в глобальному вимірі. На сучасному етапі включення України до міжнародного науково-технічного співробітництва є дуже низьким, а масштаби співпраці не відповідають повною мірою науково-технічному і економічному потенціалу нашої країни. Провідною формою реалізації національного науково-технічного потенціалу, що доводить необхідність переведення співпраці з міжнародною спільнотою, зокрема з ЄС, на шлях взаємовигідного обміну у сфері інноваційного розвитку є особисті контакти державних інституцій, на яких тримається міжнародне співробітництво. Тому пріоритетним напрямком з боку держави є матеріальне стимулювання творчої праці науковців та розробки спільної державної стратегії в сфері плідного міжнародного співробітництва та конкурентоспроможного кооперування.

Надаючи оцінку структуризації прямого іноземного інвестування в національну економіку, слід визнати його переважно низько-технологічну, сировинну спеціалізацію, а також посередницький характер, як на фінансовому, так і на товарному ринках, брак інвестиційної підтримки наукомістких виробництв. Під динамізацією процесу прямого іноземного інвестування розуміємо вплив на підсилення темпів зростання його обсягів та поліпшення структури, який має бути досягнутий шляхом покращення інституціонального середовища інвестиційного ринку, створення прозорих правил його функціонування, стимулювання вкладень іноземних інвесторів в сектори національної економіки з підвищеним рівнем технологічності, спрямування їх коштів у довгострокові проекти, які мають стимулювати зростання продуктивності праці та зайнятості населення.

У результаті формалізації механізму залучення прямих іноземних інвестицій у розвиток національної економіки зроблено висновок про

його низько-технологічну, сировинну спеціалізацію, а також посередницький характер, як на фінансовому, так і на товарному ринках, брак інвестиційної підтримки наукомістких виробництв. Під динамізацією процесу прямого іноземного інвестування розуміємо вплив на підсилення темпів зростання його обсягів та поліпшення структури, який має бути досягнутий шляхом покращення інституціонального середовища інвестиційного ринку, створення прозорих правил його функціонування, стимулювання вкладень іноземних інвесторів в сектори національної економіки з підвищеним рівнем технологічності, спрямування їх коштів у довгострокові проекти, які мають стимулювати зростання продуктивності праці та зайнятості населення.

Інноваційно-інвестиційні механізми структурного розвитку національної економіки, спрямовані на суттєве зростання частки сільського господарства у контексті забезпечення продовольчої безпеки і зміцнення експортного потенціалу країни, а також капітальних вкладень у нематеріальні активи, в інформацію та телекомунікації, що посилює інноваційну спрямованість інвестиційного процесу. Вони спрямовані на подолання вад існуючого стану і динаміки інвестиційного забезпечення структурного розвитку національної економіки: низький рівень капітальних вкладень у нематеріальні активи, скорочення частини добувної промисловості в умовах гостроти проблеми енергетичної безпеки країни; зменшення ролі банківського сектора і іноземних інвесторів у фінансуванні реального сектора економіки; диспропорції розподілу капітальних вкладень за регіонами.

Література

1. Антонов В. Б. Оцінка ефективності структурних трансформацій залучення прямих іноземних інвестицій в Україні / В. Б. Антонов // Регіональна економіка. – 2010. – № 3. – С. 85-94.
2. Воронкова О. М. Аналітична оцінка реального стану інвестиційної діяльності в Україні: внутрішній і зовнішній аспект / О. М. Воронкова // Економічний вісник університету. – 2015. – Вип. 25(1). – С. 154-162.
3. Косенко А. В. Інвестиційна складова у формуванні раціональної структури суспільного відтворення / А. В. Косенко // Теорія та практика державного управління. – 2012. – Вип. 2. – С. 282-289.

4. Ромусік Я. В. Інвестиційне забезпечення збалансованості структурних пропорцій економіки України / Я. В. Ромусік // Економіка промисловості. – 2012. – № 1-2. – С. 59-65.
5. Родіонова Т. А. Структура іноземних зобов'язань та репатріація інвестиційних доходів в країнах з ринком, що формується / Т. А. Родіонова // Вісник Міжнародного слов'янського університету. Сер. : Економічні науки. – 2012. – Т. 15, № 2. – С. 79-87.
6. Підгородецька С. М. Проблеми інвестування структурної перебудови економіки України / С. М. Підгородецька, Г. Г. Зелик // Університетські наукові записки. – 2008. – № 2. – С. 339-343.
7. Ромусік Я. В. Прямі іноземні інвестиції: світові тенденції та структурний розподіл в економіці України / Я. В. Ромусік // Економіка промисловості. – 2012. – № 3-4. – С. 3-8.
8. Ткаченко Ю. В. Удосконалення механізму валютного регулювання України в контексті формування інвестиційної привабливості національної економіки / Ю. В. Ткаченко // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 8. – С. 30-33.
9. Булеєв І. П. Формування структури промисловості індустріального міста за критеріями підвищення якості життя населення та інвестиційної привабливості / І. П. Булеєв, Н. Ю. Брюховецька, О. А. Богущка // Прометей. – 2013. – № 1. – С. 45-49.
10. Дацій Н. В. Роль держави у підвищенні інвестиційної привабливості галузей національної економіки / Н. В. Дацій // Економіка та держава. – 2010. – № 8. – С. 103-105.
11. Скриньковський Р. М. Освітньо-фаховий потенціал персоналу в структурі факторів впливу на інвестиційну привабливість підприємства / Р. М. Скриньковський // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 9. – С. 24-27.
12. Хорішко К. С. Структура підсистеми управління інвестиційною привабливістю підприємства / К. С. Хорішко // Агросвіт. – 2014. – № 8. – С. 72-75.
13. Хорішко К. С. Удосконалення управлінського інструментарію в напрямі підвищення процесів ефективного формування інвестиційної привабливості господарських структур / К. С. Хорішко // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 21. – С. 17-20.
14. Маслій В. Методика аналізу структури прямих іноземних інвестицій за видами економічної діяльності / В. Маслій // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. – 2013. – Вип. 18. – С. 106-115.

15. Гунько В. І. Особливості інвестиційної привабливості національної економіки України / В. І. Гунько // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2013. – № 3. – С. 71-74.
16. Гришаєва Ю. Г. Концепція оцінювання інвестиційної привабливості в контексті управління національною економікою / Ю. Г. Гришаєва // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2012. – № 4. – С. 38-42.
17. Ткаченко Ю. В. Методичні підходи до оцінки інвестиційної привабливості національної економіки [Електронний ресурс] / Ю. В. Ткаченко // Ефективна економіка. – 2013. – № 9. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_9_56
18. Огородник В. О. Аналіз стану інвестиційних процесів та оцінка інвестиційної привабливості національної економіки України / В. О. Огородник // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. – 2015. – Вип. 1. – С. 138-154.
19. BDO International Business Compass 2016 [Online]. – Retrieved from: <http://www.bdo.ua/getattachment/ed2bb569-3171-4c47-81af-d19bbb93749b/attachment.aspx>
20. Офіційний сайт Світового банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.doingbusiness.org>.
21. Уткіна Ю. М. Інноваційно-інвестиційні підходи до забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств на глобальних конкурентних ринках / Ю. М. Уткіна, К. Ю. Сюсько // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2015. – Вип. 52. – С. 149-157.
22. Проданова Л. В. Диспропорції структури та політика структурних перетворень національної економіки / Л. В. Проданова // Економічні науки. Сер. : Економічна теорія та економічна історія. – 2013. – Вип. 10. – С. 194-205.
23. Баранов К. В. Екзогенні чинники конкурентоспроможності національної економіки / К. В. Баранов // Університетські наукові записки. – 2011. – № 1. – С. 422-427.
24. Рожко О. Д. Теоретико-методичні основи інвестиційного процесу: структура та ресурсне забезпечення / О. Д. Рожко, Ю. О. Пітенко // Економіка. Фінанси. Право. – 2013. – № 3. – С. 17-20.
25. Стеблянюк І.О. Структурний розвиток інноваційно-інвестиційного процесу в Україні / Т. Д. Косова, І. О. Стеблянюк // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2015. – № 4 (221). – С. 118 – 121.

26. Стеблянко І.О. Інвестиційне забезпечення структурного розвитку національної економіки / І. О. Стеблянко// Схід. – 2016. – № 5. – С. 26-32.
27. Марцин В. С. Економічний механізм відносин у структурі інституційного інвестування / В. С. Марцин // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 2. – С. 19-28.
28. Бутко М. Методологія оцінки ролі експортного потенціалу в економічному розвитку регіону / М. Бутко, М. Козік // Економіст. – 2015. – № 10. – С. 8-11.

РОЗДІЛ 4

КОНТРОЛІНГ У НАЦІОНАЛЬНОМУ МАКРОЕКОНОМІЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

*д.е.н., доцент,
перший проректор,
Львівський торговельно-економічний університет
Барна М.Ю.*

Інноваційні аспекти контролінгу у національному макроекономічному середовищі полягають у застосуванні принципу системного підходу та синергії, за якими модернізація методологічної основи протікає як єдиний процес і цілеспрямовано поширюється на всі сегменти та функції регулювання економічних процесів національної економіки.

Належний рівень науково-методологічного забезпечення є загальною умовою якісного економічного дослідження та є орієнтиром для удосконалення системи регулювання національного макроекономічного середовища країни. В трансформаційних умовах, в системі регулювання існує явна проблема дефіциту результатів якісного економічного дослідження, яке забезпечує вирішення відповідних економічних завдань, тому що кожен суб'єкт макроекономічного середовища здійснює сегментне дослідження без застосування принципу емерджентності.

Зміни які відбуваються у національному макроекономічному середовищу вимагають від дослідників пошуку такої моделі регулювання або управління, яка б відповідала сучасним вимогам. Одним із шляхів ефективного регулювання або управління національною економікою є застосування системи контролінгу. Контролінг, на нашу думку, це відповідна підсистема управління у макроекономічному середовищі, яка дає змогу виявити відхилення від прийнятих і затверджених процедур, положень, правил та надати оцінку причин цих відхилень, конкретизувати їх за ступенем участі в них суб'єктів національної економіки.

Ретроспективне дослідження історії становлення та видозміни концептуальних засад контролінгу продемонстрував, що цей процес у національному макроекономічному середовищі є досить тривалим у часі.

Спричинило появу концепції контролінгу промислове зростання США в кінці XIX – початок XX століття. Система контролінгу у ці часи розглядалася як частина фінансового менеджменту, яка орієнтована була на фінансові проблеми суб'єктів господарювання.

Достатньо успішне практичне застосування контролінгу суб'єктами макроекономічного середовища США з середини 1950-х років викликало увагу на території Європейських країн. Найбільшої популярності він набув у Німеччині. На першому етапі застосування теоретично його помилково ототожнювали з контролем, а повноваження контролера перебільшувалися і вважалися загрозою для топ-менеджерів. Первинний досвід застосування контролінгу мав також організаційні та науково-концептуальні наслідки.

Організаційні наслідки – масштабніші ніж у США – це створення наукових і освітніх установ, зокрема інституту контролерів для навчання у сфері планування та обліку і Ради контролерів (1975 рік), проведення на постійній основі у Академії контролерів семінарів по вивченню контролінгу (з 1971 року) [1].

Також науково-концептуальні наслідки можна вважати більш впливовими на території Німеччині у 70-х роках, де контролінг почав розвиватись як теоретична концепція замість його однобічного висвітлення практиками, де можна виділити щодо витрат *kostenmanagement* (менеджмент витрат), *kostencontrolling* (контролювання витрат) та *kostenrechnung* (облік витрат).

У національному макроекономічному середовищі на початку 2000-х років масово з'явилися переклади наукові праці американських, німецьких та інших авторів щодо концепції контролінгу.

Саме на іноземних підходах почало будуватися розуміння контролінгу в Україні. Однак, оскільки в світі вже склалися певні школи контролінгу, остільки українські наукові кола також розділилися у визначенні змістовності контролінгу та його завдань. Можна відзначити, що первинне розуміння суті контролінгу було занадто спрощеним, а його завданнями визнавалися лише облік і аналіз інформації. Такий підхід

не дозволяв контролінгу продемонструвати власну ефективність у повній мірі, тому його розповсюдження гальмувалося [2].

Значимість системи контролінгу у західних країнах пов'язана з історичними особливостями розвитку макроекономічного середовища та її складових.

Наукова дискусія щодо визначення ролі контролінгу у макроекономічному середовищі досі триває. Потрібно встановити, що він уявляє собою змістовно: чи є процесом, механізмом або технологією регулювання або управління розвитком у національному макроекономічному середовищі.

У наукових працях М. С. Пушкар та Р. М. Пушкар контролінг визначається як відповідна інформаційна підсистема суб'єкта господарювання для стратегічного управління на основі синтезу знань з основ менеджменту, маркетингу, логістики, оперативного, бухгалтерського та внутрігосподарського обліку, статистики, аналізу, контролю і ревізії [1]. Автори розглядають контролінг з позиції відокремленої підсистеми управління суб'єктом. Застосування контролінгу орієнтовано на стратегічні та тактичні цілі управління суб'єктом.

Контролінг – це один із сучасних напрямів інформаційно-економічного розвитку у національному макроекономічному середовищі. Система контролінгу формує концепцію інформації для забезпечення процесу регулювання та управління, яку можливо визначити як обліково-аналітичну систему, що реалізує синтез елементів обліку, аналізу, контролю, планування, прогнозування, яка забезпечує як оперативне так і стратегічне регулювання або управління у національному макроекономічному просторі.

Система контролінгу у національній економіці здійснює провідну роль для забезпечення ефективної її функціонування та запобіганню банкрутства. Основою цієї системи є надійна, оперативно-аналітична інформація заданих і фактичних значень контрольованих показників фінансової стійкості національної економіки.

Контролінгу необхідний щоденний моніторинг. За допомогою даного моніторингу можливо оперативно відслідковувати динаміку фінансової стійкості національної економіки.

У міру розвитку системи регулювання або управління національної економіки, контроль і управління поступаються місцем самоконтролю

і самоврядуванню в управлінні фінансовою стійкістю національної економіки. При цьому дотримується цикл підтримки управлінських рішень: завдання – виконання завдання – облік – контроль – оцінка – регулювання на кожному з трьох рівнів – оперативному, тактичному та стратегічному. З аналітичної точки зору основою фінансової стійкості національної економіки є система підтримки прийняття рішень на основі постійного моніторингу фінансових показників за допомогою відповідних інструментів.

Мета розробки таких аналітичних систем у складі управління фінансовою стійкістю – це надання дохідливої, зрозумілої, доречної, достовірної інформації для підтримки оперативних можливостей управлінському персоналу при прийнятті обґрунтованих рішень, спрямованих на забезпечення спроможності національної економіки. Концептуальне рішення питання моніторингу фінансових показників базується на забезпеченні доступу до всієї інформації та формуванням адаптивної системи моделей фінансової стійкості національної економіки.

У національному макроекономічному середовищі необхідно забезпечити: постійний доступ до даних операційної, фінансової та інвестиційної діяльності суб'єктів; щоденний доступ до даних внутрішньої та зовнішньої інформації, що використовується при моніторингу фінансової стійкості; управління даними та інформацією в різномірних комплексах, що дозволяє забезпечити їх відкритість; зберігання даних та інформації в уніфікованих форматах, придатних для дослідження фінансової стійкості, її синтезу та подання, включаючи моделі «що ..., якщо»; оцінка і синтез оперативної, фінансової, управлінської, стратегічної інформації, система моделювання станів, процесів і умов, необхідних для забезпечення стратегічного напрямку курсу фінансової стійкості національної економіки; подання інформації в вигляді аналітичних таблиць, діаграм, графіків зручних для вироблення рішень в області забезпечення спроможності національної економіки.

Для забезпечення стратегічного курсу фінансової стійкості його інформаційно-аналітична підтримка базується на фактографічному, статистичному, плановому, прогнозному аналізі фінансових показників національної економіки. Це передбачає використання на постійній основі методів планування, прогнозування, аналізу коригування діяльності сегментних складових національної економіки, а також відомос-

тей про стан ринків і умови конкуренції на основі щоденного моніторингу аналітичних показників фінансової стійкості.

Однією з основних відмінностей запропонованої інформаційно-аналітичної системи фінансової стійкості контролінгу є не обсяг оброблюваних аналітичних показників, а їх щоденний моніторинг. Це досягається забезпеченням необхідності підтримувати обробку довільних, заздалегідь нерегламентованих запитів з різних джерел інформації. Реалізація поставлених завдань немислима без використання автоматизованих інформаційних систем.

Інформаційне, програмне та технічне забезпечення автоматизованої інформаційно-аналітичної системи повинно забезпечити оперативний доступ і систематизацію як внутрішніх, так і зовнішніх джерел інформації, формувати єдиний інформаційний простір фінансової стійкості національної економіки.

При розробці системи регулювання або управління фінансовою стійкістю для побудови в ній інтегрованої автоматизованої інформаційно-аналітичної системи слід вважати чинники необхідні для управління фінансовою стійкістю: фактор часу, фактор забезпеченості активами, фактор потенційного розвитку, фактор наступності.

З урахуванням стратегічної важливості фінансової стійкості її інформаційне забезпечення на першому етапі створення автоматизованої інформаційно-аналітичної системи має дати результат через максимально короткий строк після прийняття відповідних рішень при розробці системи і початку її фінансування. Розробка системи повинна проходити також у короткі терміни. Фактор часу повинен прийняти увагу і в процесі експлуатації. Вкладення у фінансування системи контролінгу фінансової стійкості повинні досягати: цілі розробки і впровадження системи максимальну вигоду від розробки; оптимальність в порівнянні з іншими варіантами реалізації. Для обґрунтування проекту контролінгу в системі управління фінансовою стійкістю національної економіки необхідно розробити бізнес-план. Необхідно враховувати специфічні галузеві особливості національної економіки в області формування автоматизованої інформаційно-аналітичної системи.

Підприємницька діяльність в Україні схильна стрибкоподібним змінам, під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів, у політиці, законодавстві, макроекономічних рішеннях. Дані фактори зумовлюють

необхідність оперативної модифікації, розширення функціональних можливостей в системі управління фінансовою стійкістю за рахунок перекладання рішень на нові обчислювальні платформи, нові технологічні та програмні засоби.

В інформаційному-аналітичному забезпеченні фінансової стійкості національної економіки повинні використовуватися існуючі програмні засоби з урахуванням їх подальшого вдосконалення. Це пояснюється поступовістю переходу на нові технології, звичками і наявністю в кожному з попередніх рішень позитивних компонентів. Крім того, спадкоємність повинна дотримуватися в аналітичних програмах антикризового управління для безперервного моніторингу фінансової стійкості.

Подання аналітичної інформації із зовнішніх джерел з метою доповнення даних внутрішнього моніторингу дозволить принципово розширити клас прийнятих рішень в області стратегічного курсу фінансової стійкості.

Інформаційно-аналітична система фінансової стійкості вимагає системної орієнтації розробників на всіх стадіях життєвого циклу цієї системи. Системний підхід в області системи управління фінансовою стійкістю повинен передбачати визначення: концепції автоматизованої інформаційно-аналітичної системи, технологічної платформи моделі системи підприємницької діяльності – процесів і вироблення бізнес-правил, правил роботи системи, заходів щодо впровадження якісно нових елементів в роботі суб'єктів національної економіки в цілому за допомогою комплексної комп'ютеризації.

Послідовне використання системного підходу в цій галузі передбачає: прийняття рішень з розробки архітектури системи контролінгу фінансової стійкості національної економіки, що вимагають знань як у предметній області так і в області створення комп'ютерних систем; вибір технологічної платформи, системотехнічних засобів і технологій проектування; паралельну розробку відповідної документації; розробку плану впровадження, супроводу та розвитку.

Контролінг спроможності національної економіки на основі моніторингу її відповідних фінансових показників включає: планування оперативне, тактичне та стратегічне планування; управління ресурсами, управління довгостроковими та поточними зобов'язаннями, управління забезпеченнями, управління власним капіталом; оцінка

інвестиційних або інноваційних проєктів та складання бізнес-планів; оцінка і розподіл інвестиційних ресурсів за проєктами та структурними сегментами; вироблення оптимальних стратегій прибутковості і ліквідності антикризового управління ризиками фінансової стійкості; оцінка діяльності суб'єктів національної економіки за параметрами фінансової стійкості в розрізі центрів відповідальності; оцінка і прогноз поточної ліквідності; внутрішній контроль фінансової стійкості національної економіки.

Контролінг спроможності національної економіки припускає координування вище перерахованих завдань і спирається на систему забезпечення фінансової стійкості в складі її комплексної програми. Регулювання або управління фінансовою стійкістю вимагає наявності об'єктивної щоденної аналітичної інформації. Однак, існуюча система збору та обробки оперативної, бухгалтерської, управлінської, стратегічної, статистичної інформації не забезпечує достатньо повної і достовірної оцінки фінансово-економічного стану національної економіки. У цьому зв'язку пропонується створення системи моніторингу показників фінансової стійкості на основі складання періодичних аналітичних реєстрів національної економіки. Експрес-оцінка таких аналітичних реєстрів в рамках системи регулювання або управління фінансовою стійкістю дозволить скорегувати її стратегічний курс з урахуванням планових або прогнозних розрахунків.

Таким чином, система контролінгу у національному макроекономічному середовищі у найбільшій мірі буде забезпечувати оперативну, тактичну та стратегічну інформаційно-аналітичну підтримку при вирішенні поточних та стратегічних питань інституційної політики.

Література

1. Пушкар М.С. Контролінг – інформаційна підсистема стратегічного менеджменту : [Моногр.] / М.С. Пушкар, Р.М. Пушкар. – Тернопіль: КартБланш, 2004. – 370 с.
2. Селіванова Н.М. Управління розвитком інноваційно-активного промислового підприємства на засадах контролінгу: нові реалії та завдання : [моногр.] / Н.М. Селіванова, С.В. Філіппова. – Одеса: вид-во «ВМВ», 2014. – 181 с.

3. Масленніков Є.І. Концептуальна модель контролінгу в системі управління фінансовою стійкістю промислового підприємства / Є.І. Масленніков // Економіка. Фінанси. Право. – 2014. – № 11/1. – С. 42-45.
4. Інноваційна економіка: теоретичні та практичні аспекти : монографія. Вип. 2 / за ред. д.е.н., доц. Ковтуненко К.В., д.е.н., доц. Є.І. Масленнікова. – Херсон: Грінь Д.С., 2017. – 906 с.

РОЗДІЛ 5

ІНТЕГРАЛЬНА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТУ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ КОНТЕКСТ

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту та інновацій,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Кузнєцов Е.А.*

*здобувач,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Полотнянко О.І.*

Розглядаючи різні проблеми становлення та розвитку професійної системи менеджменту, необхідно звернути особливу увагу на категорію «результативність». Результативність менеджменту є базовою в системі розгляду сучасної управлінської діяльності. Без результативності дій менеджмент, як такий, не потрібен і його негайно треба замінити, або знайти можливості для необхідного підвищення професійної компетенції діючого управлінського персоналу, якщо він до необхідного професійного розвитку показує здібності і бажання. Сучасна професійна та інтелектуальна складність управлінської діяльності потребує визначення в системі діяльності управлінських кадрів реальних факторів і показників саме управлінської результативності. Це не означає, що, наприклад, показники економічної результативності певної організації не мають значення, але це обов'язково означає, що в оцінці діяльності управлінського персоналу саме фактори і показники управлінської результативності мають першочергове значення для оцінки роботи менеджменту. Важливим етапом у формуванні умов для досягнення інноваційної якості професійної системи менеджменту є формування інтегральної результативності менеджменту. Розглянемо

цей процес більш детально, але спочатку проведемо певний аналіз категорій «ефективність» і «результативність»

В управлінській діяльності досить часто використовується категорія «ефективність», яка розглядається як комплексний показник бізнес-процесу, який характеризується такими властивостями, як результативність, адекватна ресурсна наповненість і оперативність. При цьому під результативністю розуміють здатність процесу давати потрібний результат. В більшості випадків «результативність» та «ефективність» розглядаються як взаємодоповнюючі категорії, причому якщо результативність – уміння вибрати основну мету, то ефективність – вміння правильно використовувати ресурси для досягнення мети. Так, П. Друкер називає такі відмітні ознаки досліджуваних термінів: «результативність» (effectiveness) означає «робити правильні речі» (doingtherightthings), а «ефективність» (efficiency) – «робити речі правильно» (doingthingsright). І те, і інше однаково важливо. Однак, на думку П. Друкера, спочатку необхідно визначитися з вибором стратегії, з цільовою спрямованістю діяльності, а потім – досягти поставлених цілей з мінімально можливими витратами, тобто початково вірна стратегія при ефективному використанні ресурсів повинна неодмінно привести до наміченого результату [6, с. 40; 3, с. 15-43]. Крім того, низькі витрати не є тривалою конкурентною перевагою організації, а створюють лише ситуаційні можливості, які вказують лише на уявність високої ефективності.

Таким чином, категорії «ефективність» і «результативність» не є тотожними явищами, проте вони взаємозалежні і взаємодоповнюючі. Необхідно розмежовувати ці категорії і розуміти, що результативність дає можливість чітко встановити головні і другорядні цілі, а також визначити стратегію функціонування організації або підприємства на основі аналізу показників ефективності, а ефективність характеризує взаємозв'язок між витраченими ресурсами і досягнутими результатами. Тому для системи менеджменту результативність є, все-таки, більш вагомим показником. Але, зрозуміло, що без процесу накопичення управлінської та економічної ефективності досягнення результативності є неможливим.

Незважаючи на це, в науковій літературі продовжує існувати практика підміни або ж сінонімізації понять «ефективність» і «результативність», що істотно відбивається на правильності розуміння сут-

ності і сприйняття цих понять. Основним принципом господарської діяльності є принцип ефективності, який лежить в основі раціональних дій не тільки в окремій організації, а й абсолютно у всіх сферах економіки. Принцип ефективності полягає в мінімізації витрат і максимізації вигоди. Тому в центрі дослідження ринкової економіки ставиться проблема ефективності, а саме, як в умовах обмежених ресурсів домогтися максимальної віддачі від зроблених витрат. Згідно з ДСТУ ISO 9000-2011 під результативністю (effectiveness) розуміється ступінь реалізації запланованої діяльності та досягнення запланованих результатів. У свою чергу, ефективність (efficiency) – зв'язок між досягнутим результатом і використаними ресурсами. В системі управлінської діяльності часто можна бачити, як слово «ефективність» використовується не за призначенням. Для професійного менеджменту важливо чітко розуміти характерні ознаки поняття «ефективність» і відрізнити його від поняття «результативність», з яким його часто плутають. Визначення даних категорій дає сучасна енциклопедія інновацій: ефективність (від латин. effectivus – діяльний, творчий) – це «властивість певного процесу, яка зумовлена його якістю та кількістю засобів, що беруть участь у процесі, а також конкретною ситуацією, уможливує виконання певної задачі; характеризується певним співвідношенням між отримуваним сумарним ефектом та сумарними витратами на створення і використання засобів, що беруть участь у процесі, його організації та здійсненні. А далі ефективність розглядається як «відносний ефект, результативність процесу, операцій проекту, що визначається як відношення результату до затрат, які зумовили його одержання» [7, с. 155]. У Великому економічному словнику результативність управління визначається наступним чином: – це «ступінь досягнення мети управління, очікуваного стану об'єкту управління. І далі – результативність управління визначається значеннями вихідних показників об'єкту управління»[1, с. 841]. Тобто, може трапитися так, що результативність підвищується, а ефективність падає, а може бути і навпаки – ефективність підвищується, а результату може не бути взагалі. Тут необхідно зауважити, що визначення ефективності досить наполегливо визначають через результативність. У зв'язку з цим, дані категорії часто використовуються як синоніми, але вони не є тотожними, особливо з позицій розуміння професійного менеджменту.

Досить показовим є приклад, пов'язаний з такою колективною грою, як футбол. Якщо зафіксувати дві головні фази цієї гри – фазу атаки і фазу захисту, то виявляється можна чітко вияснити що є ефективністю і результативністю окремих гравців і команд в цілому. Так, для фази атаки ефективністю є професійна майстерність гравців, їх уміння будувати різні схеми атак, проводити якісні і вчасні передачі, володіння інтелектом системної організації атаки, факторна захисна дієздатність суперника тощо. А результативністю буде тільки забитий у ворота іншої команди гол. Якщо взяти фазу захисту, то ефективність буде визначатися також професійними якостями кожного гравця і команди в цілому, але вже по відношенню до системи захисту. А результативність буде в тому випадку, коли інша команда гол не зможе забити. Усі напрацювання під час тренування команди і окремих гравців формують процес ефективності майбутньої гри, а кількість забитих у ворота суперника голів буде визначати рубіжні точки досягнутого потенціалу ефективності, які і визначають результативність гри. Не будемо брати до уваги проміжні умови, коли матчі утримуються на результат, тобто нічия, або навіть програш з певним співвідношенням забитий та пропущених голів. Тут більше ефективності, а результативність з'являється тільки при певних умовах.

Даний приклад є досить показовим для професійної системи менеджменту, а точніше, для управлінської команди. Зрозуміло, що управлінська праця має більш тривалий період створення ефективних форм і моделей професійних знань і практичної компетенції – усього того, що створює ефективність управлінської команди. Результат також може мати тривалий період для практичної реалізації, але без нього досягнення ефективності є марною тратою часу, якщо не були поставлені інші, на нашу думку, хибні цілі в розумінні «наука для науки», «знання для знання», «процес ради процесу». Якщо професійна система менеджменту тільки здобуває потенціал ефективності і не досягла точок результативності, фактично такий менеджмент не потрібен організації і він не зможе забезпечити конкурентоздатність і просто життєздатність організації в жорстких умовах ринку.

Таким чином, щоб вимірювати результативність, потрібно мати чітко визначені цілі і плани, тобто, необхідна розроблена стратегія діяльності. Без цього ми не будемо мати точки відліку для оцінки

результативності. Для вимірювання ефективності будь-якого процесу потрібно вміти визначати витрати на виконання цього процесу. Якщо це вдається зробити, то керівництво організації завжди може визначити чого ми конкретно досягли в тому чи іншому напрямку роботи і якою ціною отримані ці результати. Показники результативності та ефективності необхідно вимірювати для всіх процесів. Це необхідна умова побудови повноцінної системи менеджменту, який має бути результативним та ефективним. І саму систему менеджменту організації, в першу чергу, потрібно оцінювати за цими показниками.

Таким чином, розгляд категорій «ефективність» і «результативність» дозволяє зробити висновок про те, що зазначені категорії не є тотожними явищами, проте вони взаємозалежні і взаємодоповнюючі. Необхідно розмежовувати ці категорії і розуміти, що результативність дає можливість чітко встановити головні і другорядні цілі, а також визначити стратегію функціонування організації або підприємства на основі аналізу показників ефективності, а ефективність характеризує взаємозв'язок між витраченими ресурсами і досягнутими результатами. Категорії «ефективність» і «результативність» є невід'ємними характеристиками повсякденній діяльності будь-яких суб'єктів життєдіяльності. При цьому їх часто визначають як відношення значень отриманих результатів до вироблених затратам. Необхідно зауважити, що діяльність суб'єктів може бути спрямована як на отримання прибутку, так і на вирішення завдань, не пов'язаних з її отриманням.

Під інтегральною результативністю менеджменту розуміється система факторних оцінок ефективності менеджменту, яка дає дифузійну результативність. Це значним чином збільшує сукупну результативність дій менеджменту і створює можливості для системного розкриття професійного потенціалу управлінських кадрів. Взагалі інтегральний підхід (інтегральна теорія) –це підхід до людини, суспільства і науки, який зачіпає всі сфери людської діяльності та здійснюється в рамках систематичної холистичної філософії [5, с. 5-11]. Поняття «інтегральний» означає, що в окремо взятій сфері прагнуть синтезувати в єдину складну модель методи і теорії, які довели свою коректність в певних контекстах, відмовившись при цьому і від грубого редукціонізму, і від так званого «тонкого» редукціонізму (іншими словами, від не виправданого поширення методу, дієвого в одному специфічному контексті, на всі інші).

Дане поняття стосується також і інтегрування окремих сфер людської діяльності в метасфері. Інтегральна – значить об'єднує кілька споріднених і супутніх знань, які дозволяють побачити картинку не плоско, не в ізометрії(в певному обсязі, але статично), а у форматі 4D та на платформі інтегрального мислення [5, с. 9]. Крім того, інтегральність відрізняється від всього іншого тим, що не дає йти в радикалізм спеціалізації, без підтягування інших напрямків, в осмисленні чогось, що завжди представляє багатовимірність, а не примітивну пряму лінію. Так, наприклад, в радикальності спеціалізації, психолог досліджує одне, лікар інше, а картинки в цілому про людину – немає, і кожен фахівець за ціле не відповідає, і ніхто не об'єднує їх зусилля. Інтегральність визначає, що один фахівець, одночасно, володіє знаннями лікаря, психолога, культуролога, астролога, історика, сексолога і може бути коректором зусиль вузьких фахівців. Але до чого тут може бути результативність менеджменту?

Для того, щоб бути успішною організацією протягом довгого часу, щоб вижити і досягти своїх цілей, організація повинна бути як ефективною, так і результативною, тобто результативність є наслідком того, що «робляться потрібні і правильні речі» (з точки зору економіки і суспільства в цілому), а ефективність – наслідок того, що правильно створюються ці самі речі (організація, її менеджмент функціонують оптимально).Результативність менеджменту – це рівень реалізації цілей і стратегій, досягнення певних якісних і кількісних, а також економічних результатів організації. Тому, і це є важливим, результативність є комплексною категорією, яка включає в себе такі показники: дієвість, економічність, ефективність, якість, продуктивність, якість трудового життя, впровадження інновації, якість менеджменту, системність професіоналізації менеджерів. Розглянемо ці категорії з позицій системи менеджменту більш детально.

Дієвість – ступінь досягнення організацією поставлених перед нею цілей, тобто ступінь завершення «необхідної» роботи. Реалізація функції планування тісно пов'язана з дієвістю, оскільки в процесі планування визначаються і задаються цілі організації. Для того, щоб виміряти дієвість, необхідно порівняти те, що планували зробити, з тим, що фактично досягли. Отже, дієвість має відношення до продукції або досягнення цілей. Вона є одні з критеріїв результативності організаційної системи, оскільки фокусує увагу на обсязі продукції, що випус-

кається. Можна розраховувати індекси дієвості, що показують ступінь досягнення цілей в одному періоді порівняно з іншим періодом. Крім того, дієвість повинна проявлятися в усій функціональній специфіці професійної системи менеджменту [4, с. 30].

Економічність – це ступінь використання організацією необхідних ресурсів – виражається співвідношенням ресурсів, що підлягають до споживання і ресурсів, фактично спожитих. Економічність визначається шляхом простого зіставлення ресурсів, які передбачалося використовувати для досягнення певних цілей і виконання робіт, з ресурсами, які фактично були спожиті. Менеджмент повинен забезпечити розширене відтворення усіх видів ресурсів для знаходження найкращих умов розвитку управлінського процесу і досягнення поставлених цілей.

Ефективність – співвідношення результатів і витрат діяльності організації. Чим вище результат (дохід, прибуток), тим краще працює та чи інша організаційна система та з'являються інноваційні можливості для діяльності менеджменту. Крім того, виникають певні можливості щодо появи чистого прибутку і механізму її розширеного відтворення.

Якість – це сукупність властивостей або характеристик продукції або послуг, які надають їм здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби споживачів. Також формується система якості виробництва, персоналу, менеджменту. Особливо важливим є можливість забезпечити позитивний імідж організації, створити якісні умови соціально-економічного розвитку організації.

Продуктивність – це кількість продукції, виробленої в одиницю часу. Продуктивність відображає комплексну результативність використання ресурсів (праці, капіталу, технології, інформації).

Якість трудового життя – це характер реакції учасників на соціально-економічні аспекти розвитку організації (психологічні, культурні, історичні, релігійні, соціальні та економічні умови праці). З'являється досить велика можливість для задоволення важливих особистих потреб через діяльність в організації. Впровадження інноваційних технологій – це процес, який має в основі прикладну творчість, за допомогою якого організація отримує нові, досконаліші товари і послуги. Також формуються система технологічної креативності.

Впровадження інновацій – це системне забезпечення технологічного процесу організації новими технологіями та новими товарами

і послугами. Впровадження інновацій на основі реалізації повного інноваційного циклу, результативність якого забезпечує інвестор і управлінський супровід (менеджмент). Пріоритетними напрямом розвитку є технологічна інновація і управлінська інновація та їх певна взаємодія [4, с. 136, 140].

Якість менеджменту – це відповідність системі вимог, функціонування керуючої підсистеми, спрямоване на найкращу результативність діяльності керованої підсистеми. Іншими словами, інтегральний розвиток процесу суб'єктно-об'єктної взаємодії (це виключно люди) в системі компонентів управлінського процесу, що є основною ціннісною категорією професійної системи менеджменту.

Системність професіоналізації менеджменту – це механізм розвитку професійних знань, навичок, компетенцій, культури, духовності і моральності управлінського персоналу організації на протязі усієї професійної кар'єри. Тут важливо враховувати, також, нові позиції щодо професійної адаптації управлінських кадрів результати вертикальної і горизонтальної ротації.

Результативність багатовимірної системи і являє собою інтегральну оцінку діяльності будь-якої організації. Забезпечення високих показників по одному або навіть багатьох з дев'яти критеріїв не забезпечують належного успіху і виживання. Необхідна інтегральність критеріїв результативності менеджменту, їх системний розвиток і мотивоване збільшення їх кількості. Складне завдання, яке поступово зі збільшенням професійності та інтелектуальності управлінської праці, позитивний результат може стати системною реальністю. Системність – значить послідовність, стрункість, логічність, гармонійність, якщо це має відношення до приватної особи, то це особливості мислення дітей, що народилися в 21 столітті. Можливо, що і менеджмент народжується в XXI столітті також. І він народжується в новому системному просторі, який має назву інтегральності. Світ давним-давно загруз в спеціалізації. Орієнтуватися у всьому цьому розмаїтті стає все складніше. Чим більше спеціалізації, тим менше цілісна картина виходить. Менеджери, як сліпі мудреці, дивляться на частини організації, але при цьому не можуть скласти «цільну картинку». Такий стан речей приводить до появи такого поняття, як «інтегральний менеджмент». Для інтегрального менеджменту характерно забезпечення узгодженості реалізації

окремих напрямків менеджменту в компанії. При цьому інтегральний менеджер повинен володіти широким спектром знань і володіти різноманітними методами менеджменту. Інтегральний менеджмент – це комплекс знань і методів з різних напрямків менеджменту, який дозволяє «бачити» організацію цілком, погоджувати рух окремих її елементів. Основні відмінності: інтегральний менеджмент – сприймає організацію цілком, «вид зверху», при цьому погоджує рух і взаємини окремих елементів системи. В цьому випадку організація уникає ситуації, коли її тягнуть «лебідь, рак і щука», і виступає єдиною системою як у взаєминах із зовнішнім середовищем, так і у взаємодіях всередині компанії. А основою інтегрального менеджменту є його інтегральна результативність. Ефективність в менеджменті з'являється в результаті системного професійного навчання, а результативність в менеджменті показує ступінь практичної достовірності цього навчання і реальні здібності управлінських кадрів впроваджувати набуті професійні знання в практику управлінської діяльності.

Література

1. Большой экономический словарь / Под ред А.Н. Азрилияна. – 4-е изд. доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 1999. – 1248 с.
2. Друкер, Питер, Ф. Энциклопедия менеджмента.: Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2006. – 432 с.
3. Друкер, П. Эффективный руководитель / Питер Друкер; пер. с англ. О. Чернявской. – 4-е изд. – М.: Ианн, Иванов и Фербер; Эксмо, 2014. – 240 с.
4. Кузнецов Е.А. Методологія професіоналізації управлінської діяльності в Україні. Монографія / Е.А. Кузнецов. – Херсон: ОЛДІ ПЛЮС, 2017. – 382 с.
5. Уилбер, К. Теория всего. Интегральный подход к бизнесу, политике, науке и духовности / К. Уилбер; [пер. с англ. Е.А. Пустошкина]. – М.: ПОСТУМ, 2018. – 288 с.
6. Эдерсхейм Э. Лучшие идеи Питера Друкера / Пер. с англ. под ред. А.А. Чернова. – СПб.: Питер, 2008. – 384 с.
7. Енциклопедія інновацій / під ред. Романа Дяківа. – К.: Міжнародна економічна фундація, 2012. – 600 с.

РОЗДІЛ 6

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ПРОГНОЗУВАННЯ, ПЛАНУВАННЯ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ЧИСЕЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

*д.е.н., доцент,
завідувач кафедрою менеджменту
зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності,
Одеський національний політехнічний університет
Ковтуненко К.В.*

*к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності,
Одеський національний політехнічний університет
Танащук К.О.*

*д.е.н., доцент,
завідувач кафедри технічної кібернетики,
Одеський національний морський університет
Загребнюк В.І.*

Одним з вирішальних факторів впливу на розвиток інноваційної діяльності є персонал. Управління персоналом в інноваційній діяльності має ґрунтуватися на реалізації таких процесів як: прогнозування, планування та визначення реальної потреби у фахівцях.

Прогнозування персоналу – це спрямована діяльність організації по забезпеченню пропорційного й динамічного розвитку кадрового забезпечення, розрахунку його професійно-кваліфікаційної структури, визначенню загальної й додаткової потреби в персоналі. Прогнозування персоналу в інноваційній діяльності має враховувати значну кількість історичних (статистичних) даних, динаміку ринку,

зміни технологій та виробничих процесів, інші показники. Виходячи з цих даних встановлюється потреба в кваліфікованих фахівцях – визначається їх необхідна чисельність, враховуючи виробничі плани організації, та визначається час, коли вони будуть потрібні, на підставі чого складається план задоволення кадрових потреб [10-15]. Прогнозування персоналу інноваційної діяльності повинне дати відповіді на наступні питання [12]:

- скільки фахівців, якого рівня кваліфікації, коли й де будуть потрібні;
- коли настане необхідність залучити або скоротити зайвий персонал, з огляду на соціальні аспекти (прогнозування залучення або скорочення штатів);
- коли виникне необхідність використання фахівців відповідно до їх здібностей;
- яким чином можна цілеспрямовано сприяти підвищенню кваліфікації кадрів і пристосовувати їхні знання до мінливих вимог (прогнозування кадрового розвитку);
- які витрати потрібні на кадрові заходи.

Прогнозування персоналу в інноваційній діяльності охоплює прогнозування перспективних потреб у персоналі (по окремих його категоріях), аналіз системи управління персоналом та розробку програм і заходів щодо його розвитку.

Цілями прогнозування персоналу в інноваційній діяльності є:

- залучити й утримати працівників потрібної якості та у потрібній кількості;
- щонайкраще використати потенціал свого персоналу;
- передбачити проблеми, що виникають через можливий надлишок або недостачу персоналу.

За аналогією з базисним процесом планування можна виділити наступні часові рамки кадрового планування [12-15]: короткострокове (1-2 року), середньострокове (2-5 років), довгострокове (більше 5 років).

Процес прогнозування персоналу складається таких основних етапів [12-14]:

1. Формулювання цілей організації та оцінка їх впливу на структуру та персонал організації.

2. Визначення майбутніх потреб (необхідних кваліфікацій майбутнього персоналу і загальної кількості фахівців, які потрібні для досягнення поставлених цілей).

3. Визначення додаткової потреби в персоналі при обліку наявних кадрів організації.

4. Розробка конкретного плану дій щодо ліквідації потреб у персоналі.

Після формулювання цілей розвитку організації, потрібно зробити саму постановку кадрової проблеми. Параметри заданої організаційної програми й організаційна структура організації визначають необхідну кількість персоналу його якість – рівень знань, досвід, навички, потреба уперсоналі загалом, та за окремими посадами і спеціальностями. Щоб не визначати потребу конкретно по кожній вузькій спеціалізації, активно використовується угруповання за різними параметрами. Головне – не розглядати кваліфікації й здібності фахівців, які вже працюють в організації, а визначати кваліфікації й здібності, які потрібні для досягнення поставленої мети.

Базисом прогнозування або визначення чисельності необхідного персоналу є аналіз кадрових ресурсів організації, який проводиться шляхом оцінки:

– стану наявних ресурсів – їхня кількість, плінність, якість, результативність праці, заслуги, компетентність, оптимальність їхнього завантаження тощо.

– зовнішніх джерел, до них відносяться працівники інших організацій, випускники навчальних закладів, учні [18].

– потенціалу зазначених джерел (якісні резерви розвитку персоналу).

Відповідно до еволюції кадрової політики, що відбувається у всьому світі та полягає в зміні її функцій – від функції постачання готової робочої сили до функції всілякого розвитку і максимального використання вже зайнятих працівників – відбувається перехід від оцінки зовнішніх джерел поповнення персоналу до більше ретельного аналізу стану і потенціалу внутрішніх кадрових ресурсів організації. При цьому сама оцінка носить усе більше активний характер: від обліку кількісних і якісних параметрів до дослідження потенціалу.

Особливе значення набуває персонал організації в умовах інноваційного процесу, оскільки кадри становлять найважливіший елемент науково-технічного потенціалу організації. Отже, наступним кроком є – оцінка відповідності вимог і ресурсів, виявлення розривів потреб у персоналі, як у кількісному, так і у якісному відношенні.

Прогнозування потреб в персоналі може бути виконане з використанням ряду методів – окремо й у комплексі [12-17]. Незалежно від методу, прогнози є певними наближеннями й не повинні розглядатися як абсолютно вірний результат.

Основним елементом прогнозування персоналу в інноваційній діяльності є виявлення потреб у кадрах. Поряд з питаннями заміщення та вибуття персоналу (визначення середнього рівня плинності кадрів, кількості працівників, що вийшли на пенсію й у довготермінові відпустки), існують специфічні процедури визначення потреб, що відбувають розвиток виробництва та зміну технологій.

Існує декілька класичних методів визначення майбутніх потреб у персоналі. Основні з них такі:

Статистичні методи. Математична статистика традиційно притаманна класичній економіці. Для прогнозування потреб в персоналі використовують регресійний та кореляційний аналіз. В загальному випадку регресійна модель повинна відображати взаємозв'язки між різноманітними характеристиками організації або галузі, не пояснюючи сенсу цих зв'язків.

Для побудови регресійної моделі використовуються достовірні вихідні (експериментальні) данні про діяльність організації на протязі певного періоду часу, як правило, це 5-10 років [14, 19]. Коефіцієнти регресії визначаються за допомогою процедури ідентифікації на підґрунті історичних даних. При цьому мінімізується сума квадратів відхилень теоретичних даних від експериментальних. Тобто регресійні коефіцієнти вибираються таким чином, щоб мінімізувати функціонал

$$F = \sum_N w_i \left[x_e^i - x_t^i(a_1, a_1, \dots, a_n) \right]^2, \quad (1)$$

де i – номер періоду спостережень,

x_e – вихідні значення змінних,

x_i – теоретичні значення змінних,
 a_1, a_2, \dots – коефіцієнти регресії, які необхідно визначити,
 w_i – «вага» i -го спостереження,
 N – кількість спостережень.

Кореляційний аналіз дозволяє встановити міру взаємозалежності між параметрами, що є визначальними для організації, наприклад, міру впливу обсягів виробництва (або послуг) на чисельність персоналу. Після визначення коефіцієнтів регресії проводять екстраполяцію в майбутнє одержаних співвідношень між обсягом виробництва і чисельністю зайнятих. Таким чином, цей метод лише «продовжує» в часі існуючі тенденції й нормативи.

Для успішного застосування екстраполяції необхідно щоб основна діяльність організації і продуктивність праці персоналу залишилися майже незмінними в часі. Крім того, необхідне корегування обсягів виробництва, яке враховує ємність ринку: якщо ринок заповнений, прийом на роботу додаткових працівників може привести до загального зниження продуктивності праці.

Балансовий метод. Даний метод відрізняється від екстраполяції тим, що планування персоналу здійснюється для декількох зв'язаних між собою видів діяльності організації. Особливо ефективний цей метод для розрахунку чисельності обслуговуючого персоналу. Баланс між видами діяльності може бути розрахований як по продукції, так і по персоналу. У великих організаціях використання такого методу може дати досить надійні результати. При цьому основний недолік екстраполяції зберігається: ті тенденції й співвідношення, які поширюються на майбутній період діяльності організації, повинні вже існувати. Таким чином, даний метод знов-таки надійний тільки при незмінних умовах роботи й видах діяльності, а тому його застосування для визначення майбутніх потреб у персоналі не може дати прийнятних результатів, особливо за умови, коли навіть поступово змінюються технології та способи організації праці.

Експертне опитування. Залучення експертів використовується для визначення потреб у кудрах, насамперед, при переході на нову продукцію або послуги. У якості експертів, на висновки яких можна покласти, повинні виступати менеджери з персоналу, фахівці різних функціональних профілів і керівники первинних колективів.

Менеджери-експерти надають оцінки майбутніх потреб щодо укомплектування персоналом. Ці оцінки можуть бути зроблені верхньою управлінською ланкою й передаватися «униз», або ж керівниками більше низького рівня й передаватися «нагору» для подальшого корегування. Найбільший успіх методики експертного опитування досягається при комбінації цих двох варіантів.

Керівники з'ясовують, чи будуть їм потрібні додаткові працівники для виконання нових завдань і, якщо – так, то в якій кількості. Таке опитування має на меті не стільки абстрактну побудову структури майбутньої зайнятості, скільки конкретний розподіл завдань між колективами з відповідною їхньою комплектацією. Менеджер може встановити, які працівники впораються з новими завданнями, які – ні, тим самим будуть проаналізовані не тільки кількісні, але й якісні характеристики персоналу.

За методом Делфі, що є одним з варіантів експертного опитування, кожний з експертів робить незалежну оцінку того, якою буде майбутня потреба в персоналі, керуючись всіма основними допущеннями. Для обробки результатів та подальшої процедури створюється спеціальна робоча група. Представники цієї групи надають прогноз та припущення кожного експерта іншим і дозволяють експертам переглядати їхні позиції, якщо це потрібно. Цей процес триває доти, поки не буде отримане узгоджене рішення.

Після проведення експертного опитування результати необхідно піддати математичній обробці. Це виконується переважно за допомогою методів математичної статистики, що дозволяє у принципі встановити необхідну чисельність персоналу.

Метод експертного оцінювання вільний від головного недоліку статистичних методів – припущення, що основна діяльність організації й продуктивність праці персоналу залишаються в майбутньому незмінними. Але цей метод потребує значних витрат, як фінансових, так і витрат робочого часу керівників, які виступають у якості експертів. Крім того, необхідно створити (і оплачувати) спеціальну робочу групу, яка буде підбирати експертів, складати перелік питань для опитування та обробляти одержані результати.

Модельовання. Даний метод є одним із самих складних та застосовується для визначення потреб у персоналі в змінних умовах. Модель може

бути створена як на основі вимог технологій: масштабів робіт, відповідності між кількістю працівників і видом послуг, кількістю й специфікою потоків інформації тощо, так і на основі соціотехнічного підходу, що враховує потреби виробничої й соціальної підсистем організації: підвищення продуктивності праці, розвиток персоналу, ротація кадрів тощо.

Описаним вище основним методам кадрового прогнозування, які пропонуються в класичній економічній теорії, притаманний ряд суттєвих недоліків:

- для статистичних та балансових методів – це неможливість адекватно враховувати технологічні зміни у виробництві та насиченість ринку;

- для методики експертного опитування – суттєві затрати коштів та робочого часу керівників;

- методи моделювання майбутніх потреб в персоналі суттєво залежать від вибору параметрів, що враховані у моделі, та потребують залучення висококваліфікованих фахівців, які будуть виконувати моделювання.

Крім того, використання описаних вище методів кадрового прогнозування потребують постійного обліку наявних кадрів для всієї організації в цілому.

У класичній економічній теорії методи планування чисельності персоналу ґрунтуються на аналізі виробничих трудових витрат. Для того, щоб організувати планування персоналу, працівники кадрових служб повинні здійснювати моніторинг динаміки персоналу за рядом показників [1-8]. Розглянемо основні з цих показників:

1. Структура персоналу по категоріях зайнятих у розрізі наступних співвідношень, що характеризують пропорції між різними категоріями працівників:

- кількість працівників виробничого персоналу на одного працівника не виробничого персоналу;

- кількість працівників виробничого персоналу на одного працівника адміністративного персоналу;

- відношення кількості адміністративних працівників до загальної чисельності персоналу.

Ці показники необхідно розглядати або в ретроспективі, або в порівнянні з показниками конкурентів, або середніми по галузі. В резуль-

таті такого порівняння встановлюється відповідність між категоріями працівників та виробничими процесами на організації.

2. *Вікова структура персоналу.* Традиційним показником статистики людських ресурсів є середній вік співробітників організації. Необхідно відслідковувати динаміку вікової структури по категоріях співробітників, окремим підрозділам, спеціальностям. Знання цієї динаміки дозволяє більш ефективно управляти процесами планування потреб організації в кадрах, підготовці резерву, професійного навчання тощо.

3. *Освітня структура.* Аналогічно віковій структурі організації аналізують склад фахівців за рівнем отриманої освіти для визначення кваліфікаційного рівня персоналу. Цей показник безпосередньо зв'язаний з визначенням якості персоналу організації.

4. *Стаж роботи.* Важливим показником стабільності кадрів й відданості співробітників є показник тривалості роботи на організації (стаж). Стабільність та динаміку персоналу характеризує також наступний показник.

5. *Плинність кадрів.* Існує декілька методів розрахунку плинності, найпоширеніший – відношення числа співробітників, що покинули організацію, за винятком звільнених по скороченню штату, до середнього числа працюючих протягом року. Чим вище показник плинності, тим нижче стабільність персоналу організації. Для керівництва організації важливий не стільки сам показник плинності кадрів, але й причини, за яких люди залишають організацію.

6. *Витрати на одного співробітника.* Цей показник дає уявлення про середні витрати на одного фахівця на рік. Цей показник необхідно розраховувати для різних категорій працюючих.

7. *Витрати на одну продуктивну годину.* Цей показник дає уявлення про те, у скільки в середньому обходиться одна година продуктивної праці з позиції витрат на персонал. Він розраховується як загальні витрати на персонал, розділені на загальне число продуктивних годин за певний період. Показник витрат на одну годину продуктивної праці широко використовується не тільки для аналізу ефективності використання персоналу, але й при плануванні, наприклад, визначенні витрат на випуск нового виду продукції або надання нового виду послуг.

Одним з базових питань у механізмі формування персоналу організації є визначення загальної чисельності. Точність цих розрахунків впливає на визначення складу виконавців за функціями, пропорцій між окремими функціональними підгрупами, рівномірне й повне завантаження всіх робітників, оцінку продуктивності праці по кожній функціональній групі тощо [6-8].

Загальна потреба організації в кадрах A визначається як сума [9, 10]:

$$A = Ч + ДП, \quad (2)$$

де $Ч$ – базова потреба в кадрах, що обумовлена обсягом виробництва;

$ДП$ – додаткова потреба в кадрах.

Базова потреба організації в кадрах $Ч$ визначається за формулою:

$$Ч = ОП / В, \quad (3)$$

де $ОП$ – обсяг виробництва;

$В$ – виробіток на одного працюючого.

Додаткова потреба в кадрах $ДП$ – це різниця між загальною потребою й наявністю персоналу на початок розрахункового періоду.

При розрахунку додаткової потреби враховуються наступні показники:

1) розвиток організації – науково обгрунтоване визначення приросту посад у зв'язку зі збільшенням виробництва:

$$ДП = A_{nl} - A_0, \quad (4)$$

де A_{nl} і A_0 – загальна потреба у фахівцях у планований і базовий періоди;

2) часткова заміна працівників без відповідної освіти, що тимчасово займають посади фахівців:

$$ДП = A_{nl} K_e, \quad (5)$$

де K_e – коефіцієнт вибуття фахівців; практика показує, що це 2-4% від загальної чисельності за рік;

3) заміщення природного вибуття працівників, що займають посади фахівців і керівників (оцінка демографічних показників кадрового складу, облік смертності тощо);

4) вакантні посади, виходячи із затверджених штатів, очікуваного вибуття працівників.

При визначенні потреби у фахівцях на перспективу й відсутності детальних планів розвитку галузі й виробництва, застосовують метод розрахунку, виходячи з коефіцієнта насиченості фахівцями, що визначається відношенням числа фахівців до обсягу виробництва. З урахуванням цього показника потреба у фахівцях A буде обчислюватись в такий спосіб:

$$A = \mathcal{C}_p K_n, \quad (6)$$

де \mathcal{C}_p – середньоспівкова чисельність працюючих;

K_n – нормативний коефіцієнт насиченості фахівцями.

Більш точно завдання визначення потреби в персоналі вирішуються із застосуванням методів лінійного програмування [9], що дозволяють знайти як загальну чисельність фахівців, так і їх розподіл по професіях. Ця задача вирішується за критеріями мінімізації реального фонду робочого часу й дозволяє визначити оптимальну чисельність робітників кожної професії з урахуванням певних обмежень. Цільова функція моделі оцінки має вигляд:

$$L(x) = \sum_{i=1}^m B_i X_i \rightarrow \min, \quad (7)$$

У моделі прийняті наступні позначення:

X_i – загальна чисельність кваліфікованих робітників i -ї професії;

B_i – реальний фонд робочого часу одного середньооблікового робітника i -ї професії в аналізованому періоді; Z_i – середнє число годин роботи одного робітника i -ї професії в аналізованому періоді; M_i – необхідний час для виконання всіх робіт з i -ї професії за період; N_i – загальна трудомісткість всіх робіт з i -ї професії; Q_i – фактичний обсяг робіт по i -ї професії в грошовому (натуральному) вираженні; P_i – план оргтехзаходів, на яких ґрунтується план підвищення продуктивності праці i -ї професії; K_i – коефіцієнт виконання норм виробітку по i -ї професії; A_i – фактичний виробіток в грошовому (натуральному) вираженні одного робітника i -ї професії; C_i – середньооблікова заробітна плата робітника i -ї професії; S_i – фонд заробітної плати для завершення всіх робіт з i -ї професії.

При застосуванні моделі слід враховувати певні обмеження.

– $\sum_{i=1}^m B_i X_i \geq N_i$ – середнє число годин роботи працівників по кожній професії не менше, ніж необхідний час для виконання всіх робіт з даної професії, передбачених на даний період.

– $\sum_{i=1}^m Z_i X_i \geq M_i$ – введення цих обмежень в модель пояснюється тим, що загальна трудомісткість передбаченого обсягу робіт не повинна перевищувати сумарного реального фонду робочого часу всіх робітників.

– $X_i \geq \frac{Q_i P_i K_i}{A_i}$ – зміст цього обмеження полягає в тому, що виробничу програму необхідно виконувати з урахуванням коефіцієнтів норм виробітку й оргтехплану підвищення продуктивності праці.

– $\sum_{i=1}^m B_i C_i X_i \leq S_i$ – це обмеження забезпечує не перевищення фактично нарахованої заробітної плати по всіх професіях над фондом заробітної плати, скоректованим на виконання плану у відсотках.

Вимога не негативних змінних $X_i > 0$.

Модель дозволяє знайти оптимальну чисельність робітників, необхідну для виконання планових завдань, як для організації в цілому, так і для кожного підрозділу, як для працівників-відрядників, так і для робітників за терміновими угодами. Але для практичного розрахунку цільової функції необхідно попередньо визначити всі вищенаведені величини. Це можливо тільки за наявності перспективного плану розвитку як всієї організації в цілому, так і її окремих підрозділів, який зокрема включав би план заходів з підвищення продуктивності праці за всіма професіями, що необхідно для визначення величин P_i . Інші величини наведеної моделі лінійного програмування потребують відповідних нормативів затрат часу для виконання робіт, загальної трудомісткості робіт тощо. Визначення таких нормативів є окремою складною задачею, що потребує детального аналізу всіх характеристик виробничого процесу.

Існуючи традиційні методи визначення витрат робочого часу взагалі не враховують цього фактору, що ставить під сумнів надійність

будь-яких нормативів чисельності персоналу, які визначаються за традиційною методикою. Звідси випливає, що і викладені вище методи розрахунку та прогнозування чисельності персоналу потребують перегляду та заміни на більш адекватні сучасним ринковим умовам.

Література

1. Ашманов С.А. Введение в математическую экономику. – М. Наука, 1984.
2. Веснин В.Р. Практический менеджмент персонала: Пособие по кадровой работе. – М., 1998.
3. Генкин Б.М. Основы управления персоналом. – М., 1996.
4. Громова Н.Н. Кадровое прогнозирование. – М., 1992.
5. Журлов А.Н., Ковбасюк М.Р. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов предприятия. – Киев, 1998.
6. Зимин А.Р. Предприятие и организация его служб. – Уфа, 1997.
7. Зудина Л.Н. Организация управленческого труда. – М., 1997.
8. Козлов А.А. К вопросу управления персоналом в условиях переходной экономики // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001, №1.
9. Морозова Т.Г. Пикулькина А.В. Прогнозирование и планирование в условиях рынка – М.: ЮНИТИ, 1999.
10. Петроченко П.Ф. Влияние технического прогресса на содержание и организацию труда. – М., 1985.
11. Пугачев В.П. Планирование персонала: теоретические и методические основы // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18, Социол. и политология. – 1999. – № 2. – С. 154-175.
12. Пушкарев Н.Ф. Кадровый менеджмент: зарубежный и отечественный опыт. – М., 1996.
13. Рофе А.И. Научная организация труда. – М., 1998.
14. Савина Е.П. Искусство планировать развитие персонала // Справ. по упр. персоналом. – 2004. – № 1. – С. 62-69.
15. Сидунова Г.И. Кадровая политика региона. – М., 2002.
16. Тимофеева Е.Л. Внешние источники подбора персонала // Справ. кадровика. – 2002. – № 11. – С. 113-116.
17. Травин В.В. Дятлов В.А. Менеджмент персонала предприятия – М., 1998.
18. Файхутдинов Р.А. Производственный менеджмент. – М., 1997.
19. Шкатулла В.И. Настольная книга менеджера по кадрам. – М., 1998.

РОЗДІЛ 7

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБЛЕННЯ ЦІНОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*д.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту та інновацій,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Масленніков Є.І.*

*магістр,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Кашубський А.А.*

Під впливом глобалізаційних процесів національні суб'єкти господарювання не завжди дотримуються світових тенденцій у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Більшість суб'єктів готельно-ресторанної діяльності, навіть тих, що були створені після набуття Україною незалежності, використовують застарілі методи управління та ведення бізнесу в цілому. Одною із таких поточних проблем є питання розроблення цінової стратегії на підприємствах готельно-ресторанної справи.

Дослідження методичних основ цінової стратегії підприємства потребує теоретико-методичного обґрунтування понятійно-категорійного апарату, який підтримує розробку цінової стратегії.

До цінової стратегії відносять послідовність певних рішень менеджменту підприємства щодо ціноутворення для досягнення цілей в конкретних ринкових ситуаціях на протязі конкретного періоду [11, с. 115].

У сучасній практиці існують досить широка класифікація цінових стратегій [11, с. 115-139], в тому числі базових стратегій ціноутворення. До базових відносять стратегію цінової політики, в якій визначається первинний рівень ціни товару або послуги (рис. 1).

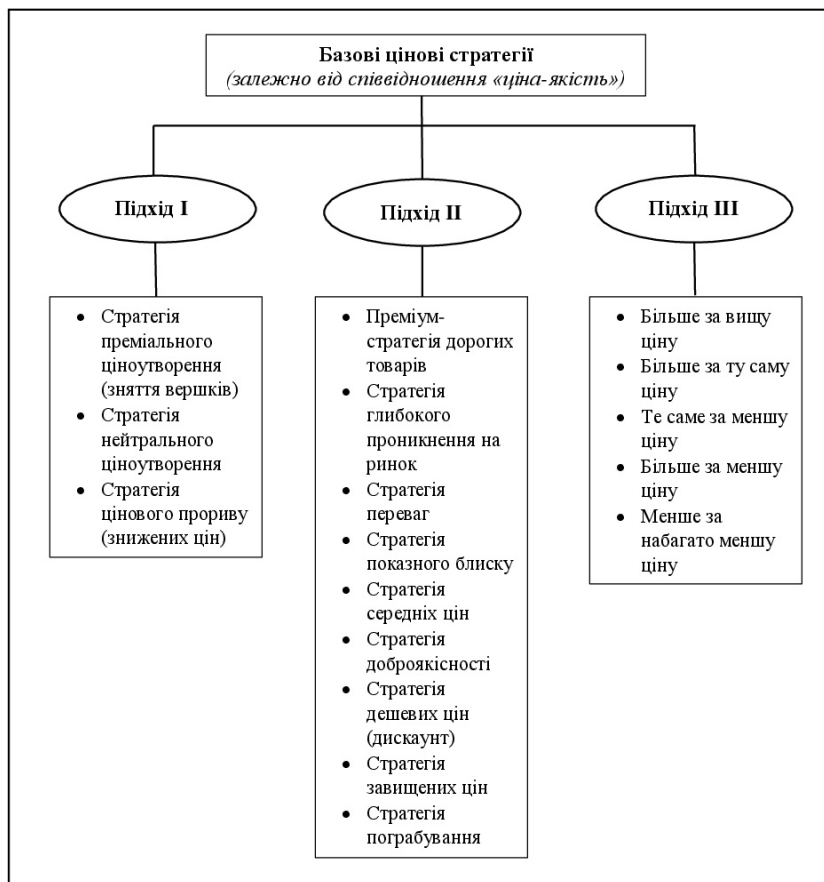


Рис. 1. Базові цінові стратегії

Окрім базових цінових стратегій, існують стратегії кращої адаптації ціни – стратегії, в яких враховуються особливості ринкового середовища (рис. 2, 3).

Але все ж таки під час розроблення цінової стратегії більша увага приділяється базовій стратегії ціноутворення, тому що в цій стратегії співвідносяться дві важливі властивості товару: ціна та якість.

Тому найпоширенішими підходами вважаються наступні:

- на основі співвідношення «сприйняття ціни покупцями – економічна цінність товари»;
- на основі співвідношення «ціна – якість»;
- на основі цінового позиціонування.

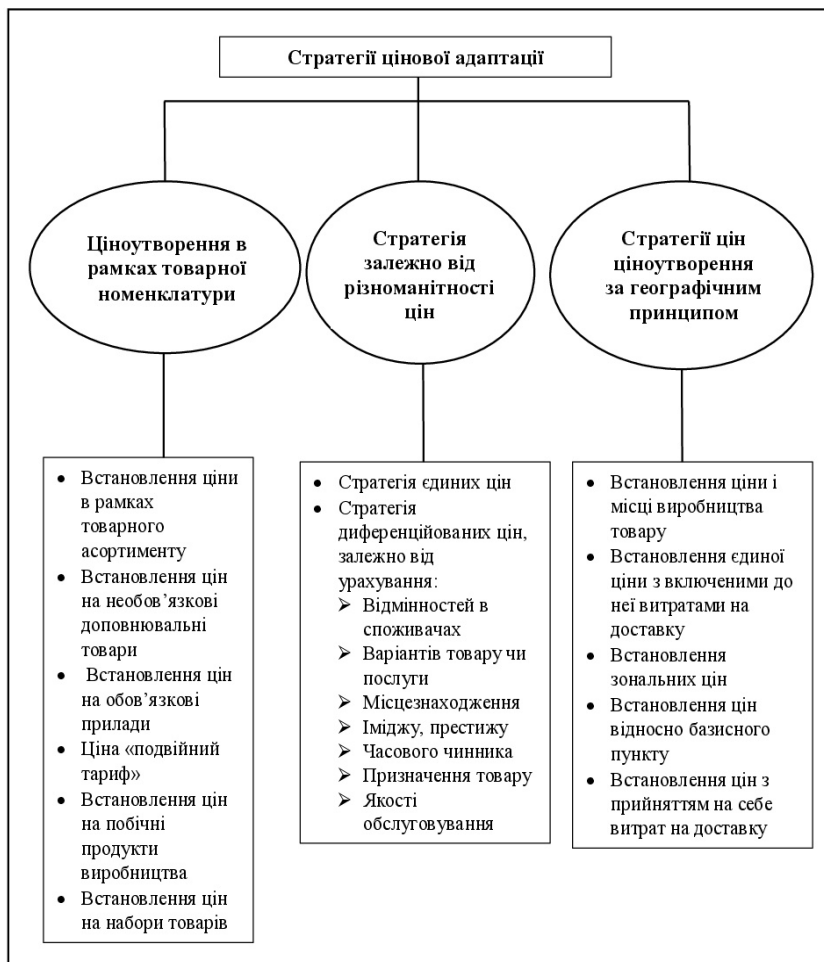


Рис. 2. Стратегії цінової адаптації

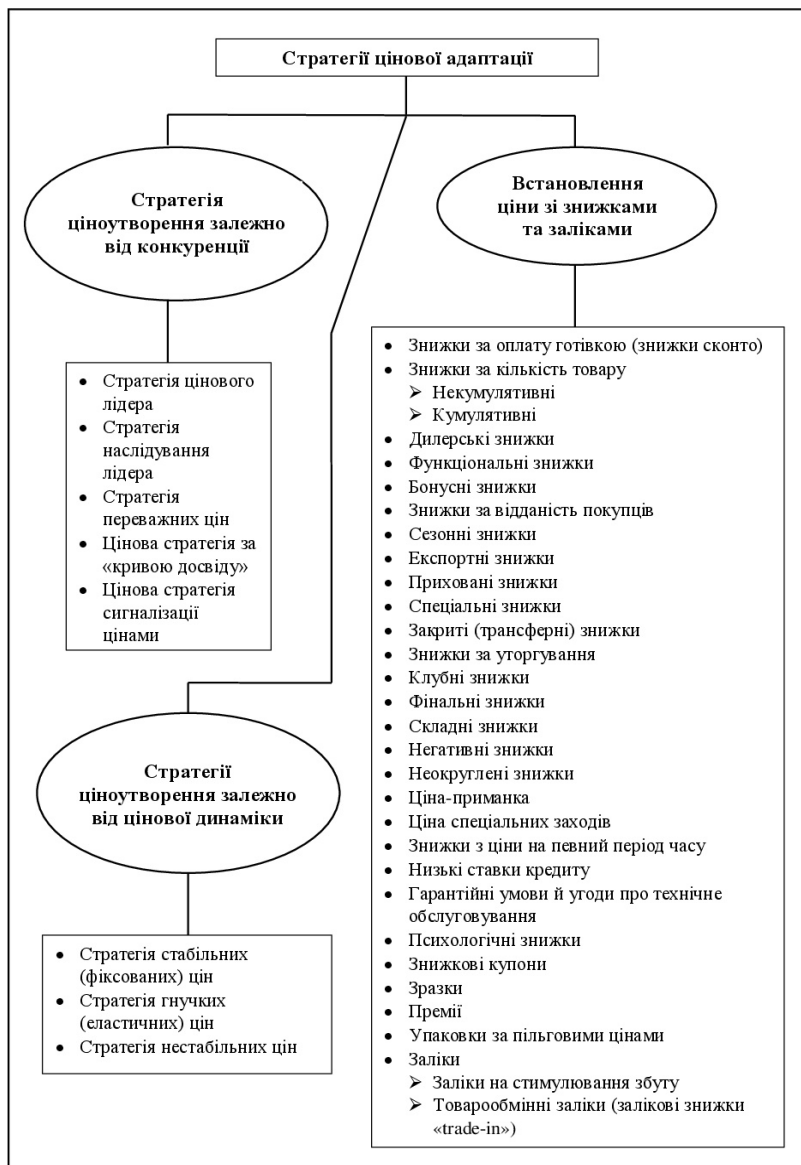


Рис. 3. Стратегії цінової адаптації (продовження)

У свою чергу, стратегії, що ґрунтуються на співвідношенні «сприйняття ціни покупцями – економічна цінність товари» поділяються на стратегію преміального ціноутворення (або зняття вершків), стратегію нейтрального ціноутворення та стратегію цінового прориву (знижених цін).

Стратегія преміального ціноутворення (або зняття вершків) – це стратегія, яка характеризується високим рівнем цін і визнається такою більшістю споживачів по відношенню до економічної цінності товару. При цьому співвідношення ціни та цінностей товару є прийнятними для споживача тільки певного сегменту. Компанія одержує прибуток за рахунок додання преміальної надбавки за найбільш повне задоволення потреб клієнтів цього сегменту. При використанні цієї стратегії компанія продає менше одиниць продукції, але отримує більше прибутку через значне завищення ціни.

Дана стратегія ціноутворення є ефективною при умові високих доходів покупців та їхнього розуміння та цінування преміум якостей товару, що пропонується. Ця стратегія може бути використана у разі продажу продукції довгострокового користування або ж, навпаки, разового придбання (наприклад, ексклюзивну чи лімітовану серію) – протягом довгого періоду або ж тільки один раз.

Стратегія нейтрального ціноутворення – це стратегія при якій цінність товару сприймається покупцями відповідно до його реальної економічної цінності (товари категорії співвідношення «ціна-якість»). При використанні цієї стратегії ціноутворення значущість ціни мінімальна. Причиною вибору цієї стратегії слугують такий фактор як відсутність умов для впровадження інших стратегій ціноутворення. Ця стратегія використовується на ринках із високою чутливістю споживача до рівня ціни.

Стратегія цінового прориву – це стратегія при якій встановлюється ціна, що вважається заниженою на думку споживачів через сприймання цінності товару. При використанні цієї стратегії компанія отримує менший прибуток з одиниці товару, але може отримати великий сумарний прибуток. Ця стратегія може бути впроваджена за наявності покупців, які надають перевагу дешевшим товарам та не прив'язані до одного продавця. Крім цього, ця стратегія не підходить для преміум-товарів та до дешевих товарів повсякденного попиту.

Далі перейдемо до стратегій категорії «ціна-якість». До неї відноситься преміум-стратегія дорогих товарів – стратегія, що націлена на покупця із високим доходом і пропонує йому високу якість за високу ціну. Наступна стратегія – стратегія глибокого проникнення на ринок. Вона має на меті продаж товару за середню ціну при високій якості товару. Далі – стратегія переваг, яка переслідує ціль або завоювання ринку, або збільшення частки ринку. Стратегія показного блиску допомагає зменшити витрати при впровадженні (висока ціна та середня якість). Стратегія середніх цін – впровадження середніх цін за товари середньої якості. Наступна стратегія – стратегія, при якій на товар середньої якості встановлюється низька ціна. Така стратегія є вигідною для споживача. Стратегія пограбування полягає у встановленні високої ціни за товар низької якості і є дуже ризиковою для компанії через можливість втратити клієнта у майбутньому. Стратегія завищених цін є аналогічною попередній стратегії, за виключенням ціни – тут вона середнього рівня. Стратегія дешевих товарів (дискаунт) – стратегія при якій на товари низької якості встановлюються низькі ціни.

Останній підхід до вибору базових стратегій ціноутворення – стратегії на основі цінового позиціонування. До них відносять стратегію «більше за вищу ціну». Вона полягає у продажі високоякісних товарів за високою ціною. До таких товарів належать предмети розкоші. Наступна стратегія – «більше за ту саму ціну», що має на меті продаж товарів з вищою якістю, але із нижчою ціною в порівнянні з конкурентами. «Те саме за меншу ціну» – продаж стандартного товару за нижчу ціну (копії брендів). Стратегія «менше за набагато меншу ціну» полягає у наданні меншої якості (через відсутність необхідності у ній) за зниженою ціною. Остання стратегія називається «більше за меншу ціну». При її реалізації компанія має низькі ціни на товари широкого асортименту та має розвинену пільгову систему.

Далі розглянемо різновидність стратегій адаптації. Перша група – «ціноутворення в рамках товарної номенклатури». До неї відносять встановлення ціни в рамках товарного асортименту, встановлення цін на необов'язкові доповнювальні товари, встановлення цін на обов'язкові прилади, ціна «подвійний тариф», встановлення цін на побічні продукти виробництва, встановлення цін на набори товарів.

Наступна група – «стратегії ціноутворення за географічним принципом», суть яких полягає у встановленні різних цін для різних країн. Можливі п'ять варіантів визначення ціни за цим принципом. Перший – встановлення ціни у місці виробництва продукції, другий – встановлення єдиної ціни з включенням до неї витрат на доставку, третій – встановлення зональних цін (комбінація попередніх), далі – встановлення цін відносно базисного пункту (стягнення витрат на доставку товару із цього пункту), останнє – встановлення цін з прихитом на себе витрат на доставку.

Також існує група «стратегій залежно від різноманіття цін», до яких входять дві стратегії: стратегія єдиних цін (однакова ціна для всіх клієнтів) та стратегія диференційованих цін – різна ціна, яка залежить від відмінностей в споживачах, варіантів товару чи послуги, місцезнаходження, іміджу та престижу, часового чинника, призначення товару або якості обслуговування.

Далі розглянемо «стратегії ціноутворення залежно від конкуренції». До цієї групи входить стратегія цінового лідера (ринок олігополії), стратегія наслідування лідера, стратегія переважних цін (ціни нижчі ніж у конкурентів), цінова стратегія за «кривою досвіду» (низькі витрати компанії через здобутий досвід) та цінова стратегія сигналізації цінами (показ несправжньої високої якості товару за рахунок встановлення високої ціни).

Передостання група – «стратегії ціноутворення залежно від динаміки ціни». До неї належить стратегія стабільних (фіксованих) цін, стратегія гнучких (еластичних) цін та стратегія нестабільних цін (миттєва зміна ціни).

Також існує група «встановлення цін зі знижками і заліками», до якої відносять: знижки за оплату готівкою (знижки сконто), знижки за кількість товару (некумулятивні та кумулятивні), дилерські знижки, функціональні знижки, бонусні знижки, знижки за відданість покупців, сезонні знижки, експортні знижки, приховані знижки, спеціальні знижки, закриті (трансферні) знижки, знижки за уторгування, клубні знижки, фінальні знижки, складні знижки, негативні знижки, неокруглені знижки, ціна-приманка, ціна спеціальних заходів, знижки з ціни на певний період часу, низькі ставки кредиту, гарантійні умови й угоди про технічне обслуговування, психологічні знижки, знижкові купони,

зразки, премії, упаковки за пільговими цінами, заліки (заліки на стимулювання збуту та товарообмінні заліки (залікові знижки «trade-in»)).

Література

1. Белявцев М.І., Петенко І.В., Прозорова І.В. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 332 с.
2. Голов С.Ф. Управлінський облік. Підручник. – 3-тє вид. – К.: Лібра, 2006. – 704 с.
3. Дейли Д. Эффективное ценообразование / Долан Р.Дж., Саймон Г. – М.: Издательство «Экзамен», 2005. – 416 с.
4. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. – К.: КНЕУ, 2002. – 360 с.
5. Иваненко В.В. Ценообразование: Учебное пособие. – изд. 2-е, переработанное и дополненное. – Х.: Издательский Дом «ИНЖЭК», 2003. – 152 с.
6. Космидайло І.В. Проблеми інноваційного розвитку в Україні та шляхи їх вирішення // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №2(68). – С. 20.
7. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика: підручник / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк. – 2-е вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.
8. Волошина М. Аналіз ринку туристичних послуг в Україні: проблеми і перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/analiz-rynka-turisticheskikh-uslug-vUkraine.html> – Назва з екрану.
9. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення. Навчальний посібник. – Львів: «Інтелект-Захід», 2006. – 488 с.
10. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 року № 40IV: zakon1.rada.gov.ua.
11. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: Навч. посіб. / О.Є. Мазур. – К.: «Центр учбової літератури», 2012. – 480 с.

РОЗДІЛ 8

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЙ МАРКЕТИНГУ ЗАЛЕЖНО ВІД ІННОВАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНОГО УКЛАДУ

*к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Одеський національний політехнічний університет
Чукурна О.П.*

Аналіз розвитку секторів економіки багатьох розвинених країн показує, що їх основою є багатоукладність, тобто одночасно взаємодіють декілька техніко-економічних укладів, але домінуючий з них визначає рівень конкурентоспроможності країни та її місце в глобальній економіці. Проте, як показує практика, в глобальну економіку успішно інтегруються ті країни, які мають певний або однаковий технологічний уклад. Країни, які знаходяться на різних стадіях розвитку різних технологічних укладів, мають певні економічні умови господарювання та володіють різними конкурентними умовами для подальшого розвитку в глобальному світі.

Трансформаційні зміни в економічному та технологічному укладах сприяють еволюції економічної методології, в тому числі й концепції маркетингу. Маркетингові підходи до управління економічними процесами змінюються залежно від пануючого техніко-економічного укладу. Якщо розглянути еволюцію технологічних укладів у світі, то стає очевидним, як технологічний устрій впливає на розвиток економіки та сприяє виникненню та формуванню нових концепцій маркетингу. В цьому аспекті виникає необхідність охарактеризувати історичний аспект розвитку техніко-економічних укладів в світовому господарстві. Безумовно, що зміна всіх техніко-економічних укладів супроводжувалась впровадженням принципово нових, інноваційних технологій, які, в першу чергу, сприяли підвищенню рівня продуктивності праці. Створення та впровадження в масове виробництво інно-

ваційних технологій сприяло економічному підйому та поживленню.

Перший та другий технологічні уклади пов'язані з підвищенням рівня продуктивності праці за рахунок впровадження нового рівня механізації засобів виробництва. Так, перший технологічний уклад (1770–1830 рр.) сприяв формуванню нових технологій в легкій промисловості, створенням масового виробництва та тотальною механізацією праці. Другий технологічний уклад (1830–1880 рр.) базувався на підвищенні рівня механізації виробництва практично всіх видів продукції, створенні транспортної інфраструктури у вигляді мережі залізниць та морських шляхів. В якості основного джерела енергії використовувалося вугілля та парові двигуни, що сприяло розвитку базових галузей машинобудування

Третій технологічний уклад (1880–1930 рр.) базувався на використанні в промисловому виробництві електроенергії, розвитку важкого машинобудування та електротехнічної промисловості, нових відкриттях в галузі хімічної промисловості. Цей період був пов'язаний з освоєнням нових видів ресурсів та широким розповсюдженням радіозв'язку і телекомунікацій. Починає розвиватися масове виробництво автомобілів, кольорових металів, алюмінію, пластмас, товарів тривалого користування. Економічний розвиток вперше стикається з проблемою монополізації ринку, відбувається концентрація банківського та фінансового капіталу, виникають монополії та олігополії. Матеріальні та економічні ресурси концентруються у обмеженої кількості власників.

Четвертий технологічний уклад (1930–1980 рр.) характеризувався подальшим розвитком енергетики з використанням нафти, нафтопродуктів та газу, а також засобів зв'язку, нових синтетичних матеріалів. Це ера масового виробництва автомобілів, тракторів, літаків, різних видів озброєнь, будівництва швидкісних автомагістралей, аеропортів. З'являються та інтенсивно поширюються комп'ютери і програмні продукти для них. Освоюється використання атомної енергії. На ринку панує олігопольна конкуренція, створюються транснаціональні корпорації.

П'ятий технологічний уклад почався в середині 80-х років ХХ ст. Цей уклад базується на досягненнях в галузі мікроелектроніки, інформатики, біотехнології, генної інженерії, освоєнням нових видів

енергії, космічного простору, супутникового зв'язку. Починається стрімкий розвиток транснаціональних корпорацій, що обумовлено концентрацією ресурсів у великих підприємств, які здатні швидко освоювати інноваційні технології.

З ХХІ ст. в розвинених країнах світу з'являються ознаки шостого та сьомого технологічних укладів. Шостий технологічний уклад пов'язаний з розвитком медицини, нано- та біотехнологій, інформаційних та ІТ-технологій. Такі розвинені країни, як США, Ізраїль, Швейцарія та Китай сьогодні займаються розвитком саме цих напрямків.

Сьомий технологічний уклад спрямований на застосування та розвиток пікотехнологій, технологій холодного термоядерного синтезу, які повинні кардинально змінити енергетичний потенціал країн світу. Вважається, що сьомий технологічний уклад буде пов'язаний також з тотальним розвитком нейротехнологій та когнітивними науками. Нейротехнології пов'язують з розвитком когнітивної економіки, які більшість науковців відносять до базису розвитку сьомого економіко-технологічного укладу. Вважається, що саме в умовах сьомого технологічного укладу з'являється ще один фактор виробництва – креативний інтелект, який змінює виробничу функцію й, відповідно, практику економічних відносин. В основі виникнення креативного інтелекту лежать саме нейротехнології. В той же час, в когнітивній економіці існують наступні технології, які вплинуть на формування базису сьомого технологічного укладу:

1. Нейровізуалізація, під якою розуміють моніторинг мозкової діяльності. Ці технології створили фундамент виникнення наступних чотирьох тенденцій.

2. Когнотропні препарати – це ліки, що поліпшують інтелект і пам'ять, скорочують сон і допомагають сконцентруватися. Прогнозується вихід на ринок потужних активаторів мозкової діяльності нового покоління.

3. Когнітивні асистенти – це системи адаптивної підтримки людини в динамічно мінливих технічних середовищах. Когнітивні асистенти суттєво розширяють спектр комунікацій в Інтернеті та соціальних мережах. Вони сприятимуть не тільки комунікаціям та спілкуванню, але й дозволять відстежувати увагу людини на відстані. Поширення такої технології змінить методи просування товарів та

послуг та дозволить миттєво отримувати інформацію про реакцію споживачів.

4. Мозко-машинні інтерфейси направлені на фіксування реакцій людини в умовах дії різних факторів. В сьогоденні вже розроблені та успішно використовуються системи керування, які стежать за напрямком погляду. Крім того використовуються методи електроенцефалографії, що дозволяють вгадувати бажання людини й виконувати уявні команди.

5. Штучні органи почуття, до яких відносять нейропротези, штучну пам'ять та ін. Вже сьогодні вчені навчилися створювати людське око, що розрізняє кольори та світло й темряву, робить мікрофокусування та ін. [7].

В контексті розвитку технологій, які будуть формувати сьомий технологічний уклад, Федулова Л.І. висловлює наступну думку: «У цьому укладі технології поширюються на рефлексію й управлінську діяльність. Він ставить акцент на суб'єкта, що застосовує технології. Таким чином, є серйозні підстави думати, що технологіями сьомого укладу будуть соціогуманітарні...» [7, с.735]. Таким чином, основу когнітивної економіки буде формувати штучний інтелект в поєднанні та тісному взаємозв'язку з інтелектом людини. Цей техніко-економічний уклад вплине на зміну та повну трансформацію економічних законів та поведінку споживачів. В цих умовах, поведінка споживачів може стати повністю керованою й традиційний маркетинговий інструментарій буде повністю втрачений. Доповнюючи цей підхід, слід відзначити, що такі відомі вчені, як Багієв Г.Л. та Юлдашева О.У. [10] обґрунтують в своїх наукових роботах, що основою когнітивної економіки є формування попиту через знання про товари. Це стає можливим в умовах насичення ринку товарами та створення й поширення високотехнологічних товарів, користування якими стає можливим тільки на основі поширення інформації про них. Це дає змогу стверджувати, що інформація та знання стають факторами виробництва, оскільки виробнича й маркетингова діяльність направлена на просування не тільки товарів та послуг, але й розповсюдження технологій та стандартів їх споживання. Тобто, знання та інформація о товарах та послугах надається споживачу комплексно у вигляді рішення та має на меті формування стилю життя.

Узагальнюючи вищенаведені положення, слід відмітити, що на розвиток та формування основних технологій сьомого техніко-економічного укладу вплинули науково-технологічні досягнення четвертої промислової революції. Згідно Звіту Всесвітнього економічного форуму за 2015 рік, були виділені наступні поворотні моменти у вигляді глобальних інноваційних мегатрендів, які формують майбутній глобальний світ [9]:

- **Технології, що імплантуються** (мобільний телефон, який можна імплантувати; розумна таблетка; кардіостимулятори; унікальні чипи; розумні татування).

- **Цифрова присутність** обумовлена доступністю людини до мережі Інтернет та її активності у віртуальному просторі.

- **Цифровіденіс, як новий інтерфейс.** Технологія прямого доступу до додатків та базам даних в Інтернеті за допомогою цифрового зору (цифрові окуляри) збільшить функціональні можливості зв'язку людини з іншою віртуальною середою.

- **Пересувний Інтернет** буде сприяти змінам в персональних взаємовідносинах та розпізнаванню образів й доступності к персональним даним.

- **Розподілені обчислення** за допомогою комп'ютерних розрахунків, які стрімко стають розповсюдженими та доступними.

- **Збільшення кількості користувачів смартфонів та інших мобільних пристроїв** та перевищення їх кількості над власниками ПК.

- **Сховище на всіх** – це означає досягнення 90% людства можливості доступу до необмеженого й безоплатного зберігання даних. Основною причиною цієї тенденції є той факт, що ціна зберігання інформації падає експотенційно (приблизно кожні п'ять років)[6].

- **Підключений дім.** Сьогодні відбуваються структурні здвиги та зміни в сфері автоматизації домогосподарств, що дозволяє людини управляти одночасно системою освітлення, кондиціонування, вентиляцією, аудіо- та відео контентом, системою безпеки та домашніми приладами.

- **«Розумні міста»**, які будуть управляти потоками енергії, матеріалів, логістикою та дорожнім рухом.

- **«Big Data» (великі дані) для прийняття рішень.** Автоматизоване прийняття рішень може спрощувати життя громадян та

дозволяє підприємствам та уряду надавати послуги в режимі реального часу, а також усесторонню підтримку, засновану на взаємодії зі споживачем.

- **Безпілотні транспортні засоби.** Впровадження цієї технології дозволить підвищити рівень безпеки, знизити негативний вплив на довілля, зменшити рівень стресу та агресивної поведінки на дорогах.

- **Штучний інтелект та прийняття рішень.** Ця тенденція вплине на комп'ютеризацію низки професій в майбутньому, повній заміні людської праці штучним інтелектом.

- **Робототехніка та сервіси.** Значне поширення робототехніка отримала також в сфері логістики, в управлінні складами та в системі автоматизації пересування сировини та матеріалів у внутрішньозаводській логістиці.

- **Blocks chain (Ланцюжок блоків).** Технологія ланцюжка блоків або «блокчейн» заснована на спроможності відстежувати довірені системи транзакції певним чином. Ця технологія покладена в основу створення цифрових валют.

- **Технологія 3D-друку.** Розповсюдження технології 3D-друку сприятиме майже повній заміні масового виробництва товарів та застосуванню методів просування тільки за допомогою технологій цифрового маркетингу.

- **Генна інженерія.** Неоднозначність впливу цієї технології знаходиться, в першу чергу, в площині морально-етичних норм та вплив на здоров'я та безпеку життя людини. В контексті концепції маркетингу постають питання виникнення принципово нових товарів, з інноваційними функціональними можливостями.

- **Нейротехнології.** Нейронний зворотній зв'язок надає можливість здійснювати моніторинг мозкової діяльності в режимі реального часу та пропонує безліч можливостей для сфер його використання. Глибинні зміни, які виникають завдяки провадженню цих технологій полягають в розширенні когнітивних можливостей людини в сфері поведінки споживачів, виникненню нових типів поведінки та стиранню меж між людиною та машиною.

Безумовно, структура економіки за технологічними укладами об'єктивно характеризує ступень прогресивності наявної технологічної бази країни. Якщо розглянути технологічні уклади та їхній вплив на

розвиток економіки, то стає очевидним, що стрімкий розвиток однієї галузі промисловості сприяв розвитку суміжних галузей. Причому, виникнення саме п'ятого технологічного укладу тісно пов'язано з глобалізаційними процесами в світовому господарстві.

Місце, яке займає українська національна економіка та основні галузі її промисловості в міжнародному розподілі праці, характеризується впливом наступних чинників. Сьогодні в українській економіці переважають технології третього технологічного укладу, який базується на використанні в промисловому виробництві електроенергії, розвитку важкого машинобудування та електротехнічної промисловості, пріоритетному розвитку хімічної промисловості. Цей технологічний уклад сформувався у більшості розвинених країн світу в період 1880 по 1930 рр. Таким чином, українська економіка значно відстає від провідних країн світу з точки зору її матеріало-, ресурсо- та енергоємності.

Статистичні дані також підтверджують те, що близько 58% виробленої продукції припадає на найнижчий – третій технологічний уклад (технології промисловості будівельних матеріалів, чорної металургії, суднобудування, обробки металу, легкої, деревообробної, целюлозно-паперової промисловості) та 38% – на четвертий технологічний уклад. За показником фінансування науково-технічних розробок склалася така ситуація: майже 70% коштів поглинає четвертий і лише 23% – п'ятий технологічний уклади. В технологічній частині капітальних вкладень 83% припадає на третій технологічний уклад і лише 10% – на четвертий [2, с. 3-33].

Технологічні уклади характеризують рівень індустріалізації економічного розвитку. Багато сучасних науковців дотримуються тієї точки зору, що в провідних країнах світу переважають інформаційні технології, які пов'язані зі зростаючою роллю постіндустріальної економіки.

Постіндустріальний період характеризується інтенсивним розвитком знань за рахунок активного впровадження в комерційний оборот нематеріальних активів (НМА) та об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ). Знання розглядаються з точки зору двох аспектів: як самостійний товар й як складова традиційних товарів і послуг. Введення в комерційний оборот інформаційноємних технологій дозволяє знижувати собівартість продукції і збільшувати обсяги виробництва.

Інформаційна економіка є продовженням розвитку постіндустріальної теорії. Головною відмінністю її від попередніх періодів є те, що більше половини структури ВВП формується за рахунок розвитку сфери послуг та накопичення знань. На цьому етапі головною проблемою є максимізація введення в комерційний оборот знань та інформації, оскільки їх обсяги постійно збільшуються. В цьому контексті основними відмінностями постіндустріального етапу розвитку суспільства є:

- висунення на перше місце нематеріальних складових, таких як інформації, знання, перетворені на патенти, ліцензії, ноу-хау та ін.;
- характеристика структури ВВП, де повинна переважати сфера послуг, при максимально розвиненому матеріальному виробництві;
- людина і його інтелектуальний капітал, який має здатність генерувати й втілювати нові знання в реальність.

Розглядаючи галузеву структуру ВВП розвинених країн можна побачити, що більше половини валового продукту цих країн формується за рахунок розвитку сфери послуг. Сьогодні до постіндустріальних країн відносять США, в економіці яких на сферу послуг припадає близько 80% ВВП, країни Євросоюзу (сфера послуг близько 75 % ВВП), Японію (понад 76 % ВВП) і Росію (близько 65 % ВВП).

В постіндустріальній економіці найбільший внесок у вартість матеріальних благ вносить сфера послуг та обігу, а також знання та інформація. Цей сектор стає більш економічно ефективним, ніж сфера матеріального виробництва. Найбільший розвиток отримують наукоміські, ресурсозберігаючі та інформаційні технології. Проте, реальний стан економіки свідчить про те, що в багатьох країнах зберігається також велика частка промисловості в структурі ВВП.

В останні роки українські провідні науковці, до яких слід віднести О.І. Амошу, В.І. Ляшенко, М.Г. Чумаченко дотримуються тієї точки зору, що розвиток економік більшості провідних країн світу відповідає нової концепції розвитку – неоіндустріалізації [1, с. 3-6].

Концепція неоіндустріалізму виникла як наслідок розвитку інформаційної економіки та економіки знань, яка панувала в умовах шостого технологічного укладу. Більшість вчених дійшли висновку, що інформація не може існувати відокремлено від виробничих процесів. Більше

того, виробництво бере участь в створенні ВВП країни та є базовим елементом у його структурі. Це підтверджує статистична інформація, згідно з якою в структурі економік багатьох країн, в тому числі й української економіки, частка виробництва якої перебільшує інші галузі та складає близько 32% за період з 1990 по 2014 рр. Вчені вважають, що це може стати причиною переходу української економіки одразу до неоіндустріалізму, пропускаючи домінування інформаційного економічного укладу. Це можливо за рахунок активного інноваційного розвитку конкурентоспроможних галузей промисловості. Неоіндустріалізація характеризується високим рівнем впровадження інновацій та трансферу технологій. Статистичні дані підтверджують циклічну динаміку розвитку інноваційної політики промислових підприємств в Україні. Якщо в 2000 році питома вага підприємств, які впроваджували інновації, складала 14,8%, то вже у 2005 році їх частка знизилася до 8,2%, в 2012-2013 роках спостерігалось зростання до 13,6%, але з 2014 року питома вага таких підприємств починає падати, з подальшим зростанням до 16,6% у 2016 році (рис. 1).

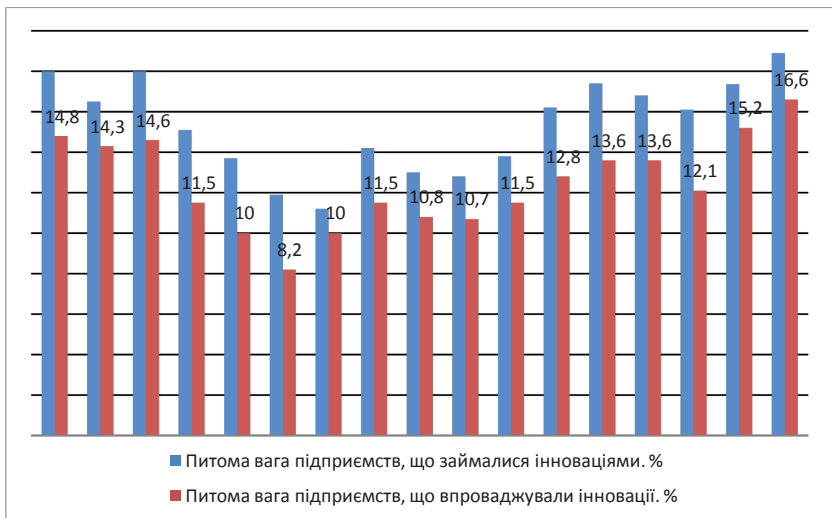


Рис. 1. Питома вага підприємств, які займалися та впроваджували інновації в Україні [5]

Незважаючи на динаміку збільшення рівня впровадження інновацій, питома вага інноваційної продукції, яка реалізується, знижується. На рис. 2. представлено структуру інноваційної діяльності за період з 2000 по 2016 рр. за рівнем реалізації інновацій та інноваційної продукції.

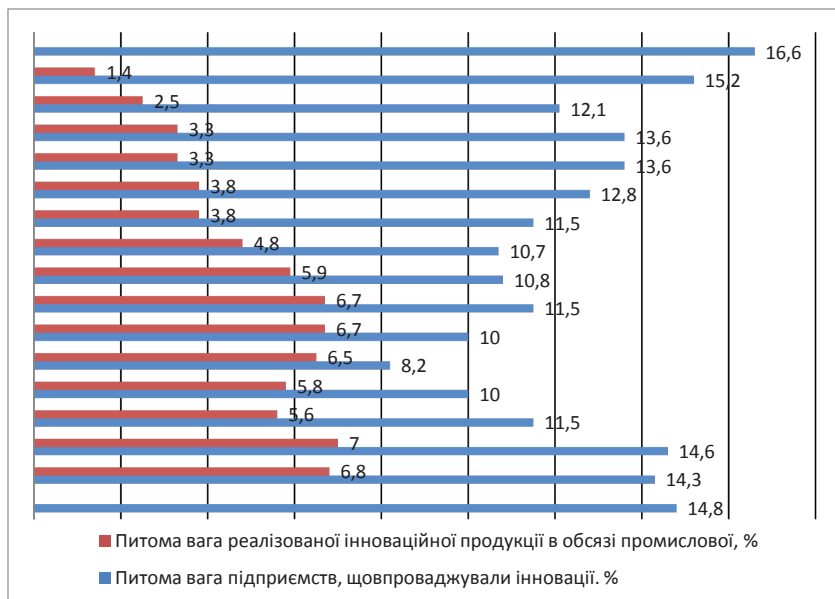


Рис. 2. Структура інноваційної діяльності за період з 2000 по 2016 рр. за рівнем реалізації інновацій та інноваційної продукції [5]

Статистичні дані свідчать про суперечливу результативність інноваційної діяльності українських підприємств. Питома вага підприємств, які впроваджують інновації зростає, а рівень реалізованої інноваційної продукції знижується. Враховуючи мегатренди, які формують сьогодні глобальний світ та технологічні інновації, які з'явилися внаслідок четвертої промислової революції, українській промисловості необхідно впроваджувати більш активну інноваційну політику. Безумовно, що лідерами впровадження мета технологій є глобальні й мультинаціональні компанії. Глобальні тенденції свідчать про те, що розвиток сьомого техніко-економічного укладу супроводжується активним

застосуванням інноваційних підходів в маркетинговій діяльності підприємств. Внаслідок цього, інновації сприяють зміні економіко-технологічних укладів та трансформації концепції маркетингу. В таблиці 1 представлено періодизацію виникнення концепцій маркетингу, їх змістовні характеристики й цілі, а також еволюцію інноваційної складової, яка формувала техніко-економічні уклади.

Критичний огляд еволюції та періодизації розвитку теорії маркетингу широко освітлений в наукових працях Окландера М.А. [8, с. 37-49]. Вчений обґрунтовує модель цифрового маркетингу, «як виду маркетингової діяльності, що за цифровими каналами та цифровими методами дозволяє адресно взаємодіяти з цільовими сегментами ринку у віртуальному та реальному середовищах» [8, с. 51-52]. Згідно з думкою Окландера М.А., сучасну концепцію маркетингу слід розглядати, як маркетинг масової індивідуалізації. Враховуючи значний внесок Окландера М.А. в розвиток концептуальних положень теорії маркетингу, вважаємо, що в даному підході, науковець декілька абстрагується від глобальних економічних тенденцій, які формують сучасний розподіл ринків збуту між великими компаніями світу та проблемою незбалансованості попиту. Останній проявляється в тому, що в розвинених країнах існує зростання попиту та повне задоволення базових потреб суспільства, що призводить до насичення ринку, а в інших країнах спостерігається значне падіння попиту. Ця тенденція глобального світу визначає певні трансформації в підходах до теорії та практики маркетингової діяльності.

За основу представленої періодизації в даній роботі, автором використаний підхід, запропонований Гаркавенко С.С. [4] та Багієвим Л.Г. [10].

Наведена еволюція концепцій маркетингу залежно від інноваційної складової свідчить про зміну маркетингових концепцій залежно від техніко-економічного укладу. Представлена періодизація чітко вказує на те, що з моменту виникнення концепції традиційного маркетингу, концептуальні положення в маркетинговій діяльності змінювались із трансформацією техніко-економічних укладів. Впровадження нових технологій та інновацій було стимулом для зміни ключових технологій в промисловості та методів маркетингової діяльності. В цьому контексті здійснювалась трансформація факторів виробництва, які впли-

Таблиця 1. Еволюція концепцій маркетингу залежно від інноваційної складової техніко-економічного укладу

Роки планування концепції	2	3	4	5	6	7	8
Концепція маркетингу	Виробнича	Виробництво товарів та послуг, виходячи з доступності ресурсів	Зниження собівартості за рахунок оптимізації витрат	Удосконалення виробництва, зростання обсягів продажів та максимізація прибутку	Технології легкої промисловості, технології отримання енергії води та пару, механізація основ парового двигуна Ключовий фактор: паровий двигун	Праця, земля (рента), капітал Ціна формується на базі витрат	Другий (1840-1890) та третій (1890-1940) технологічний уклад
Основний зміст	Збут	Виробництво якісних товарів	Товарна політика	Вдосконалення складивчих властивостей товару.	Використання електричної енергії, розвиток важкого машинобудування, хімічної промисловості. Поява й поширення радіо, язук, телеграфу, автомобілів. Ключовий фактор: електродвигун	Праця, земля (рента), капітал Ціна формується на базі витрат.	Третій (1940-1990) технологічний уклад
Концепція маркетингу	Збутова	Розвиток збутової системи та стимулювання збуту, формування каналів збуту.	Збутова політика	Інтенсифікація збуту товарів та послуг за рахунок формування систем просування та стимулювати збуту.	Розвиток енергетики з використанням нафти, нафтопродуктів та газу, а також засобів зв'язку, нових синтетичних матеріалів. Ключовий фактор: двигун внутрішнього згоряння	Праця, земля (рента), капітал Ціна формується на базі витрат.	Четвертий (1940-1990) технологічний уклад

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5	6	7	8
1960-1980	Традиційного маркетингу	Виробництво товарів відносно вимогам споживачів	Комплекс маркетингу-мікс, дослідження споживачів.	Задовolenня потреб шляхових ринків.	Розвиток технологій в галузі військового озброєння, електроніки, синтетичних матеріалів, органічної хімії.	Праця, земля (рента), капітал Ціна формується на базі витрат (як нижчої цінової межі) та попиту (як верхньої цінової межі).	Четвертий (1940-1990) технологічний уклад
1980-1995	Соціально-етичного маркетингу	Виробництво товарів відносно вимогам споживачів, з урахуванням морально-етичних вимог суспільства	Комплекс маркетингу-мікс, дослідження соціальних та екологічних проблем виробництва та споживання товарів та послуг.	Задовolenня потреб шляхових ринків, з врахуванням соціальних та екологічних вимог.	Досягнення в галузі мікроелектроніки, інформатики, біотехнології, генної інженерії, освоєнням нових видів енергії, космічного простору, супутникового зв'язку Ключовий фактор: газові технології	Праця, земля (рента), капітал та інформація. Ціна формується на базі цінності товару для споживача.	П'ятий (1990-2020) технологічний уклад
3 1995 по теперішній час	Маркетинг взаємодії (маркетинг партнерських стосунків)	Виробництво товарів та послуг, які задовольняють партнерів по бізнесу та споживачів.	Методи координації, інтеграції та мережевих технологій, маркетинг-мікс.	Задовolenня потреб споживачів та бізнес-партнерів у державі в процесі взаємодії з ними.	Розвиток біотехнології, медицини, нанотехнології, інформаційних та IT-технологій, оптоелектроніки, аерокосмічної промисловості Ключовий фактор: неградиційні джерела енергії	Праця, земля (рента), капітал та інформація. Ціна формується на базі цінності товару для споживача.	Шостий (з 1995 по теперішній час) технологічний уклад
3 2005 р. по теперішній час	Когнітивний маркетинг	Виробництво та просування технологій споживання та стандартизація споживання, а не просто товарів та послуг	Методи формування попиту та цінності для споживача.	Створення стандартів та просування технологій споживання товарів та послуг, які формують стиль життя споживача.	Розвиток нейротехнологій, генної інженерії, ігрового інтелекту, безпілотних транспортних засобів, технологій, що імплантуються Ключовий фактор: неградиційні джерела енергії	Праця, земля (рента), капітал, інформація та знання. Ціна формується на базі цінності, яка створюється підприємством (транснаціональними корпораціями).	Сьомий уклад (з 2005 по теперішній час)

Джерело: розроблено автором

вали на вартість товару та його споживчу цінність. Якщо, впродовж чотирьох техніко-економічних укладів, в економіці панував підхід, заснований на взаємодії трьох факторів, які лежать в основі вартості товару, то виникнення постіндустріальної або інформаційної економіки, сприяло зміні пріоритетів. Інноваційні технології п'ятого техніко-економічного укладу заснували підхід щодо обґрунтування інформації, як фактору виробництва, який впливає на формування вартості товару або послуги. Крім того, інформація в такому технологічному укладі стає також товаром. Розповсюдження інформаційних та комунікаційних технологій сприяло появі концепції маркетингу взаємодії, яка орієнтувалась на встановлення довгострокових взаємовідносин з бізнес-партнерами та споживачами. Цей підхід дозволив розробити технології мережевого маркетингу з орієнтацією на створення товару, який має споживчу цінність для споживача. Маркетинговий підхід базувався на формуванні вартості товару, виходячи з цінності товару, яку визначає споживач. Таким чином, підприємства пристосовуються до існуючого попиту на ринку, що змушує їх розробляти нові канали просування, в тому числі, використовуючи Інтернет та цифрові технології. Проте, глобалізація, розповсюдження якої стало результатом розвитку саме шостого техніко-економічного, сприяла створенню глобального економічного простору, значну роль в цьому процесі відігравали саме транснаціональні корпорації (ТНК). Роль та значення ТНК неможна недооцінювати в контексті змін щодо підходів до здійснення маркетингової діяльності. Саме транснаціональні корпорації, в умовах насичення ринку та повного задоволення фізіологічних потреб суспільства розвинених країн, почали створювати попит та стандартизувати потреби й уніфікувати товари в усьому світі. Формуючи уніфіковані образ й стиль життя, вони почали формувати попит на свої товари. Якщо, в умовах національних економік підприємства країн змушені бути гнучкими та пристосовуватися до змін у конкурентному середовищі та враховувати існуючий попит, то в глобальному світі транснаціональні корпорації почали створювати попит на свої товари через формування цінності товару для споживача. Цей підхід реалізовувався на практиці за допомогою розповсюдження інформації та знань о технологіях споживання товарів та послуг. Питання створення цінності стає ключовим питанням маркетингової діяльності підприємства. Форми

та методи створення такої цінності знайшли відображення в міждисциплінарному підході, який заснований на синергітичному ефекті, що знайшов своє відображення в концепції когнітивного маркетингу. Когнітивний маркетинг вважають також інноваційним маркетингом, внаслідок його направленості на формування та стимулювання попиту на інноваційні товари.

Концепція когнітивного маркетингу була фундаментально обґрунтована відомими вченими Л.Г. Багієвим та О.У. Юлдашевою [10]. Автори концепції звертають увагу, що маркетингова діяльність націлена не просто на пошук шляхів задоволення існуючих потреб, вона має на меті створення потреби та формування попиту на товар, який задовольняє її. В основі концепції когнітивного маркетингу лежить теза про те, що саме транснаціональні корпорації, маючи доступ до ресурсів та фінансові можливості для впровадження інноваційних технологій, спочатку створюють піонерні товари, а потім за допомогою когнітивних технологій, формують попит на такі товари, впроваджуючи технології їх споживання.

Внаслідок насичення ринку високотехнологічними товарами, споживача необхідно навчати користуватися такими товарами, що сприяло появі нового фактору виробництва – знанням. Цей підхід обґрунтовують абсолютно нову парадигму маркетингу – когнітивний маркетинг. Автори концепції акцентують увагу на тому, що маркетинг бере на себе функції впливу та формування споживчої свідомості, впливаючи на пізнавальні процеси споживача. В цьому контексті, трансформується категорія цінності. На відміну від класичного підходу до формування цінності товару, заснованому на її граничній корисності (Дж. Б. Кларк) або рівноважній ціні (А. Маршал), автори когнітивної концепції вважають, що цінність товару формується його виробником через управління сприйняттям споживача. Впливаючи на сприйняття, як емоційно-психологічну складову, виробник впливає та рівень попиту, тим самим здійснюючи не тільки його регулювання, але й формування. Таким чином, здійснюється перехід від традиційного маржиналістського та неокласичного підґрунтя створення цінності, яка заснована на сприйнятті споживачами корисності блага або товару до когнітивної цінності. В аспекті створення цінності, як результату формування попиту через управління свідомістю та сприйняттям споживачів, значна роль належить саме цифровому маркетингу.

Виходячи з вище наведених положень, під когнітивною цінністю автор вважає цінність, яка створюється підприємством на основі витрат зі створення корисності товару для споживача. Таким чином, когнітивна цінність – це сукупність корисностей від споживання товару. Створення корисності товару супроводжується витратами підприємства на впровадження інноваційних товарів на ринок за допомогою когнітивних технологій та формування стандартів споживання через поширення інформації та знань про товар сучасними методами цифрових технологій.

Ефективність створення когнітивної цінності може вимірюватися через відношення корисності товару до витрат на створення когнітивної цінності.

Висновки. Проведений аналіз еволюції концепцій маркетингу залежно від інноваційної складової техніко-економічного укладу дозволив виявити, що періодизація зміни маркетингових концепцій залежить від домінуючого в більшості країн світу техніко-економічного укладу. Ключовим фактором зміни технологічного укладу виступають інноваційна активність країни та суб'єктів підприємницької діяльності. Основною ознакою глобалізації є той факт, що лідерами здійснення інноваційної політики є транснаціональні глобальні компанії, які формують попит на інноваційні продукти через використання когнітивних технологій. Створюючи загальні принципи світосприйняття та єдині стандарти споживання товарів, глобальні компанії здійснюють формування цінності на свої товари та послуги. Знання, навички користування товаром та інформація стають факторами формування цінності товару, яка впливає на категорію вартості. Якщо, традиційна концепція маркетингу та соціально-етичний маркетинг розглядали категорію цінності, як категорію на яку впливає споживач, а маркетинг взаємовідносин трактував створення цінності, як результат взаємодії та партнерських відносин підприємства та його споживачів, то когнітивний маркетинг створює систему світогляду споживача через психоемоційний вплив, формуючи попит на товар та його цінність. Це стало можливим в умовах лідерства в глобальній економіці транснаціональних компаній, які активно впроваджують інновації та створюють інноваційні продукти, які потребують систем формування попиту на них.

Література

1. Амоша О.І., Чумаченко М.Г., Ляшенко В.І. Перспективи неоіндустріальної трансформації економіки України та Донбасу // Структурні реформи і трансформації в промисловості: перспективи і пріоритети: тези доповідей і повідомлень Міжнародної науково-практичної конференції (Донецьк, 17 грудня 2010р.) / НАН України, Інститут економіки промисловості. – Донецьк, 2010. – С. 3-6
2. Амоша А.И., Вишневецкий В.П., Збаразская Л.А. Неоиндустриализация и новая промышленная политика Украины // Економіка промисловості. – 2012. – № 1-2 (57-58). – С. 3-33
3. Всемирный экономический форум «Развитие, детерминированное данными: пути прогресса», январь 2015г. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www3.weforum.org/docs/WEFUSA_DataDrivenDevelopment_Report2015.pdf
4. Гаркавенко С. С. Маркетинг: [підручник] / С. С. Гаркавенко — К.: Лібра, 2007. – 720 с., с. 29
5. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Історія вартості зберігання (оновлення) (2017) [Електронний ресурс]. Режим доступа: <http://www.mkomo.com/cost-per-gigabyte-update>
7. Федулова Л.І. Технологічна політика: глобальний контекст та українська практика: монографія / Л.І. Федулова. – К.: Київ.нац. торг.-екон. Ун-т, 2015. – 844 с.
8. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: [Монографія] / за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера – Одеса: Астропринт, 2017. –327 с.
9. Шваб К. Четвертая промышленная революция: перевод с английского / Клаус Шваб. – Москва: Издательство «Э», 2017. – 208 с.
10. Юлдашева О.У. Когнитивный маркетинг: продвижение стандартов потребления / Под ред. д-ра эконом. наук, проф. Г.Л. Багиева – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2005 – 140 с.

РОЗДІЛ 9

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ТУРИЗМІ

*старший викладач кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності,
Одеський національний політехнічний університет
Швагірева В.С.*

Тенденції глобалізації проявляються у туристичному бізнесі, одночасно з іншими галузями економіки, це відображається співробітництвом різних держав та соціальних організацій у політичній, економічній, культурній та інших областях.

Вже понад 150 країн світу пропонують туристичні послуги, які мають свої відмінності та характерний образ. Це позитивно впливає на різноманітний попит і мотивацію поїздок туристів. Формування різноманітних сегментів і ніш сприяє ефективному розвитку туризму на міжнародного ринку. Індустрія відпочинку перетворюється в лідируючу галузь світової економіки.

Застосування новітніх інформаційних і телекомунікаційних технологій, стає характерною особливістю процесу глобалізації в туристської галузі. Вони сприяють підвищенню ефективності та вдосконалення роботи компаній, поліпшенню обслуговування клієнтів, прискоренню всіх оперативних процедур, створення нових маркетингових методик і розподільних каналів. У туристичному бізнесі все більш активно використовуються можливості Інтернету, розвивається торгівля послугами в он-лайн режимі.

Однак процес глобалізації туристської діяльності виявив і серйозні проблеми. Наприклад, надмірна стандартизація моделей, пропозицій та характеристик споживання послуг в деяких країнах спричинила негативний вплив на місцеву культуру.

Багато країн світу розробляють і реалізують цільові стратегії маркетингу по освоєнню специфічних особливостей навколишнього

середовища, збереженню екологічної системи та пам'ятників культури.

Тому на даному етапі розвитку туристських послуг тенденції збереження унікальності і національної самобутності країн стає першорядним завданням та протистоїть тенденціям до інтернаціоналізації та уніфікації [3].

Процеси глобалізації супроводжуються різким загостренням конкурентної боротьби, зростанням числа злиттів і поглинань туристських компаній. У сферу туризму впроваджуються промислові компанії, банки, асоціації та об'єднання. Багато учасників ринку скорочують діяльність в традиційних для себе областях і зосереджують зусилля в сфері туризму і подорожей, що вважається більш прибутковою. На туристських ринках з'явилися конгломерати.

Резервом активний розвитку туризму в поточному столітті. стали безперервні інноваційні процеси, які стимулюють такі фактори як: нові напрямки розвитку науки і техніки, поява нових технологій; економічна і політична ситуація в окремих регіонах світу і країнах; нововведення, які здійснюються міжнародними організаціями, правила економічних взаємин, що встановлюються Світовою організацією торгівлі, нові форми співпраці, впроваджені Всесвітньою туристською організацією, рішення, прийняті міжнародними або регіональними туристичними організаціями, асоціаціями; отримання нових знань про туристичні ресурси в різних регіонах земної кулі та інформації про додаткові можливості туристських поїздок; державні закони, а також інші правові акти, що визначають економічні і політичні принципи функціонування туристичних підприємств, включаючи розробку державної концепції розвитку туризму, прийняття нових нормативно-правових актів з соціально-економічним питанням; зміна ситуації на ринках: поява нових туристичних напрямків, невідповідність пропонованих послуг потребам мандрівників, зміна структури попиту, поява нових вимог з боку споживачів до якості туристичного продукту; впровадження нововведень в діяльність виробничих галузей, тісно пов'язаних з туристичним бізнесом (транспортні компанії, готелі, оздоровчі заклади, засоби зв'язку та ін.); прагнення компаній зміцнити позиціонування на ринку або боротьба за виживання; несподівані події, які не зале-

жать від волі людей: екологічні та техногенні катастрофи, терористичні акти та інші [5].

Визнанням туризму як важливого напрямку політики країн Європейського Союзу стала декларація його Ради від 10 жовтня 1984 року «Про туристської політиці Співтовариства». Надалі було прийнято цілу низку юридичних, організаційних та фінансових документів, які визначають туристську політику Європейського Союзу. 13 червня 1990 року була прийнята Директива Ради ЄС 90/314 «Про подорожі, відпустки і поїздках, що включають всі»; схвалено Програму досліджень і навчання в галузі туризму; прийнята декларація Європарламенту про єдину туристської політиці і інші спеціальні програми для туристського сектора, які передбачали виділення коштів на інвестиції в сфері туризму [5].

Інновації в туризмі стимулюються і в окремих країнах ЄС. Так, в Італії був прийнятий закон «Про реформу національного законодавства про туризм».

Цим законом туристські підприємства прирівняні до промислових, на них поширюються пільги, відрахування, субвенції, стимули і переваги будь-якого виду, які передбачені чинними законодавчими нормами для промислової галузі, природно, в рамках фінансових можливостей на ці цілі.

Закон спрямований на посилення взаємного співробітництва різних структур і установ з метою проведення єдиної національної політики в галузі туризму, а також на повне використання можливостей підприємництва в туристській діяльності [2].

Важливим нововведенням в законодавстві Італії стало виділення місцевих туристських систем, під якими «розуміють спільність однорідних або інтегрованих умов туризму, що включають навіть територіальні зони, розташовані в різних областях, які характеризуються комплексною пропозицією культурних і природних благ і туристської привабливістю, включаючи типові сільськогосподарські продукти і вироби місцевих ремісників або широкою присутністю окремих або асоційованих підприємств» [5].

Нова законодавча норма спрямована на стимулювання туристичної галузі та системний підхід до управління територією і її ресурсами. Місцеві туристичні системи повинні організовуватися і управлятися з

урахуванням самобутності територій, тобто способу життя, народних традицій і ремесел, географічних і природних умов.

Законодавчо закріпивши місцеві туристські системи, держава забезпечила всі умови, передбачивши і фінансову підтримку, щоб сприяти самостійній роботі комун і провінцій по створенню проектів туристичного розвитку і їх реалізації.

Вплив на створення місцевих туристичних систем надають і програми державного фінансування, здійснювані Європейським Союзом спільно з урядом і областями Італії. У програмі, яка була розрахована на 2000 – 2006 рр., Брала участь шість областей (Сицилія, Сардинія, Апулія, Калабрія, Кампанія і Базіліката). На Сицилії за проектом «Від традиційного туризму до об'єднаної туристської системи» була створена місцева туристична система, що об'єднала зусилля 15 комун острова [1].

У багатьох країнах відбувається еволюція організаційних форм управління туризмом і методів просування туристичного продукту на ринки.

Разом з тим треба враховувати, що будь-яка туристська система є ймовірнісною. Така система завжди залишається невизначеною, оскільки не можна точно прогнозувати її розвиток і будь-яке передбачення ніколи не виходить за межі ймовірнісних категорій.

Туристський бізнес спирається на фундамент накопичених знань. Тому треба спочатку вивчити досвід минулого, співвіднести його із сьогоденням, стати експертом у своїй галузі і лише потім приступати до втілення нових ідей та впровадженню інновацій.

Однією з ознак успіху на ринку є збільшення ринкової частки. Дослідження показують, що не реклама і не активне просування продукту забезпечують стійке зростання частки ринку, а інновації в усіх напрямках туристичної діяльності. Інноваційні процеси проходять в міждержавних і національних системах управління туристичною діяльністю; освоєнні нових технологій (електронна торгівля, створення віртуальних туристичних фірм); формах маркетингу, створенні туристичного продукту.

Як уже зазначалося, впровадження електронного бізнесу дозволяє:

– використовувати більш економічні канали зв'язку з компаніями і цільовими ринками;

- споживачам простіше і швидше купувати туристичний продукт, що призводить до збільшення обороту і обсягу витрат;
- забезпечувати більш високий рівень обслуговування і утримання споживача;
- скорочувати витрати завдяки більшій ефективності внутрішніх операцій і спрощення процедури торгових угод.

Найважливішим аспектом електронного бізнесу і маркетингу є управління взаємовідносинами з споживачем через споживчий маркетинг (Customer Relationship Management – CRM) [1].

CRM включає накопичення детальної інформації про споживачів. Інформація охоплює соціально – демографічну характеристику, інтереси, вид діяльності і запити споживачів.

Електронна торгівля є новою формою ринкових відносин і являє собою нову форму ринкових відносин і ґрунтується на застосуванні новітніх телекомунікаційних технологій, і перш за все Інтернету. Система торгівлі в мережі Інтернет підходить як покупцеві, так і продавцю. Якщо в 1997 році обсяг глобального електронного ринку оцінювався в 10 млрд. дол., То у 2005 році – вже понад 350 млрд. дол. США [5].

Важлива перевага туризму перед іншими секторами електронної торгівлі в тому, що його споживач отримує придбаний продукт безпосередньо в місці його виробництва, в туристському центрі тобто немає необхідності доставляти продукт споживачеві за різними адресами.

У 1990-х рр. в Італії для створення іміджу країни, привабливої для туризму, була розроблена цільова стратегія – маркетинг для продукту. Його мета полягає в тому, щоб створювати і просувати туристичний продукт, що виражає і відображає територіальні особливості і поєднує цінності навколишнього середовища зі специфічними місцевими умовами прийому, обслуговування туристів.

Розробка стратегії маркетингу для продукту призвела до створення об'єднань (асоціацій), які отримали назву «клуб продукту». Це добровільні групи різних професійно діючих учасників ринку і територіальними громадами, метою яких є просування специфічного туристського продукту (оздоровлення, відпочинок в горах, на озерах, море, знайомство з культурно-історичними цінностями, гастрономічними вишукуваннями і ін.).

Національне агентство Італії по туризму створювало «клуби продукту» виходячи з постулату, що кожен сегмент ринку повинен мати особливу мотивацію для здійснення поїздки. Для кожного з клубів були розроблені цільові програми, які визначають, які послуги, якої категорії туристів і на ринках яких країн пропонувати.

Тенденція створення клубів торкнулася і України, але в іншому варіанті: стали об'єднуватись фірми, які направляють туристів в конкретні країни: Угорщина, Мальта, Чехія та ін. [5].

З огляду на економічне і соціальне значення туризму, держави прагнуть погоджувати і приймати міжнародні норми, що регулюють відносини в сфері туристської діяльності. Наріжний камінь був закладений в заключному акті Нарادي з безпеки і співробітництва в Європі, підписаному в Гельсінкі керівниками 33 європейських держав, США і Канади 1 серпня 1975р. Держави-учасники висловили намір заохочувати розвиток туризму як засобу ознайомлення з життям, культурою та історією інших країн, зростання взаєморозуміння між народами, поліпшення контактів, в тому числі і в сфері дозвілля.

Держави-учасники висловили готовність сприяти поліпшенню матеріальної бази туризму, здійснення спільних проєктів в цій галузі, включаючи технічне співробітництво, обмін інформацією та ін. Важливим міжнародно-правовим аспектом міждержавних туристських зв'язків є співробітництво, здійснюване в рамках укладеного в 1979 р Угоди про відносини і зв'язках Всесвітньої туристської організації (ЮНВТО) з Програмою розвитку організації Об'єднаних Націй (ПРООН). Угодою визначено напрями надання багатосторонньої допомоги в кожному економічному і соціальному секторі, пов'язаному з розвитком туризму, заходи щодо зміцнення матеріально-технічної бази туризму держав-членів Всесвітньої туристської організації. Велика частина проєктів, що фінансуються ПРООН, здійснюється самою ООН або одним з 26 пов'язаних з нею і асоційованих установ на основі типової угоди між ЮНВТО як виконавчим агентством та ПРООН [1].

Якщо говорити про ЮНВТО, спеціалізованій установі ООН, то однією з основних задач її діяльності є співробітництво з метою розвитку, яке полягає в поширенні і впровадженні нововведень, а також накопиченого досвіду в галузі туризму серед всіх країн світу. Восени

1980 року в Манілі (Філіппіни) відбулася Всесвітня конференція по туризму. Вона прийняла Манільську декларацію по світовому туризму, в якій визнається, що світовий туризм може розвиватися лише на основі справедливості, суверенної рівності, невтручання у внутрішні справи і співпраці всіх держав незалежно від їх економічних і соціальних систем, а його кінцевою метою є поліпшення якості життя для всіх народів.

Декларація Всесвітньої конференції по туризму в Акапулько (Мексика, 1982 г.) рекомендувала державам при здійсненні вибору технологій в галузі туризму гармонійно пов'язувати місцеві та іноземні технології, пристосовувати їх до конкретних умов і використовувати перевірені прикладні методи.

Що відбулася в квітні 1989 року в Гаазі Міжпарламентська конференція з туризму прийняла Гаазьку декларацію по туризму. У ній зазначалося, що туризм може бути ефективним засобом сприяння соціально-економічного зростання для всіх країн, якщо одночасно приймаються необхідні заходи для вирішення найбільш термінових національних завдань та досягнення прийнятого рівня самозабезпечення, при якому країна не повинна витрачати більше того, що вона сподівається отримати від туризму [5].

Він повинен входити в комплексний розвиток країни поряд з іншими пріоритетними напрямками економіки, а внутрішній туризм необхідно стимулювати так само, як і міжнародний.

На XIV сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристської організації, яка проходила в 2001 році в Сеулі і Осаці, був і прийняті Сеульська декларація «Мир і туризм» та Осацька декларація тисячоліття.

У Декларації тисячоліття, яку склали і схвалили лідери світового туризму з державного та приватного секторів, є розділ «Туризм та інформаційні технології». У ньому наголошується, що успішна діяльність туристських підприємств і туристичних центрів багато в чому залежить від використання можливостей інформаційних технологій і Інтернету[5].

Державні відомства, національні туристські адміністрації та організації маркетингу туристичних напрямків (ОМТН) повинні в тісній співпраці з приватним сектором і регіональними і місцевими властями активно створювати і збагачувати комплексні бази даних для

забезпечення конкурентоспроможності туристичного електронного бізнесу. На належному рівні слід захищати права споживачів, впроваджувати системи оперативного вирішення конфліктів і передові технології для зручності і комфорту мандрівників, спрощення та уніфікації документації, необхідної при перетині кордонів.

В цілому цю декларацію можна вважати програмою дій в області розвитку інноваційних процесів в туризмі.

У декларації «Світ і туризм» проголошувалося: «Ми прагнемо сприяти співробітництву в сфері обміну знаннями, інформацією, технологією і людськими ресурсами в суміжних з туризмом галузях між розвиненими і країнами, що розвиваються; співпрацювати з метою перетворення туризму в наукомістку галузь і заповнювати відсутні ланки в області економіки, соціокультурного середовища і технології; а також сприяти соціальному розвитку і процвітанню людства».

В кінці січня 2004 року відбулася перша Всесвітня конференція з комунікацій в туризмі (TOURCOM), в якій брало участь 830 делегатів з 126 країн. Конференція проголосила нову інформаційну кампанію «Туризм збагачує особистість, сім'ю, суспільство і все людство». Конференція закликала всі уряди збільшити інвестиції в розвиток туризму [2].

Для отримання статусу члена потрібна була офіційна підтримка тієї країни, на території якої знаходиться штаб-квартира кандидата. Приєднатися могли організації і компанії, які безпосередньо працюють у сфері туризму і подорожей або в суміжних галузях (транспортні компанії, банківські і страхові установи, видавничі доми, навчальні заклади).

Велика заслуга Всесвітньої туристської організації в тому, що вона стала ініціатором і розробником двох базових інновацій – принципу сталого розвитку і системи оцінки економічного значення туризму [5].

Завдяки глобалізаційним процесам змінився характер і структура туризму. Нові технології дають можливість гнучко організувати проведення відпустки. На зміну масовому, стандартному і комплексному туризму приходять його нові види, зроблені на замовлення, виходячи з попиту конкретного споживача.

На практику нового туризму впливають такі фактори, як демографічні зміни (старіння населення), стиль життя, характер роботи,

частота і тривалість відпусток. Люди прагнуть до нових і нестандартних подорожей. Їх зростаюча обізнаність, нові потреби стимулюють туристський бізнес, спонукають до інновацій і нововведень. Більшість інноваційних туристичних продуктів мають свої ніші на ринковому просторі (наприклад, екологічний, пригодницький, екстремальний туризм). Стає популярним і культурно-пізнавальний туризм, в якому з'явилися інноваційні продукти [1].

Туристські підприємства завжди були і зараз є активними прихильниками нових технологій. Як уже зазначалося, сучасні досягнення в галузі телекомунікації та електронного маркетингу забезпечують нові можливості для туристичного бізнесу і істотно впливають на його моделі.

Новітні технології сприяють впровадженню е-туризму (e-tourism) і е-подорожей (e-travel) і туристських інформаційних систем [5].

Е-туризм – це он-лайн служба, що забезпечує прямі продажі туристичних послуг кінцевим споживачам і об'єднує виробників, турагентів і посередників (B2B).

Е-подорожі – це он-лайн інформаційна служба, яка консультує з усіх питань, які можуть виникнути при плануванні туристичних поїздок і подорожей.

Туристські інформаційні системи обслуговують і надають інформаційну підтримку організаціям, які займаються е-туризмом і е-подорожами. Інформація, що отримується з цих джерел, може служити вихідною точкою для планування подорожей, зіставлення цін і динамічного компонування турів.

Динамічне компонування туру (пекідж-тур) дає можливість в масштабі реального часу складати, на вимогу споживача або агента, що продає послуги, різні комбінації поїздки з єдиною ціною на весь пакет послуг, включених в тур. Мандрівники можуть становити свою поїздку, вибираючи кращі види транспорту і рейси, готелі, набір екскурсій, одноразово оплачуючи весь пакет замовлених послуг.

Можливість створювати пекідж-тури на замовлення привела до появи тенденції постійного зростання продажів послуг, об'єднаних в один пакет. Питома вага он-лайн покупців, які використовували динамічну компоновку туру, значно зросли, а число он-лайн споживачів, які купували заздалегідь підготовлені пекідж-тури, скоротилося.

В даний час в світі діє альянс The Travel Industry's Leading Specifications Publication Organization (OTA), до якого входять 150 організацій з усіх секторів туристської сфери. Альянс є некомерційною організацією, яка працює над створенням єдиного електронного мови для використання при обміні туристської інформацією. Нещодавно альянс уклав угоду з Всесвітньою туристською організацією про об'єднання зусиль і взаємодії [5].

Системний підхід у розвитку туризму проявився у виборі напрямків поїздок – дестинацій. Дестинації – це місце (територія) відвідування, привертає туристів своїми специфічними природними та рекреаційними ресурсами, пам'ятками, історичною та культурною спадщиною.

Дестинації можуть бути різних розмірів, починаючи від території всієї країни і закінчуючи маленьким містечком або селищем (наприклад, Мукачеве – замок Паланок та свято Червоного вина).

Послуги, пропоновані дестинаціями, є громадськими ресурсами, включаючи охоронювані ландшафти, це можуть бути заказники земель для сільськогосподарського використання та ін. Місцевий колорит надає їм яскраво виражену привабливість, а специфічні атракціони і визначні пам'ятки – унікальність. Мандрівники обирають той напрямок поїздки, яке, найбільш підходить для задоволення їх потреб. Вони готові платити за надані їм блага, причому готовність платити зростає в залежності від унікальності місця перебування.

Доля дестинацій залежить від багатьох умов. Це місцезнаходження і потенціал ринкових ресурсів, транспортна доступність, рівень цін і їх сезонні коливання і т.д.

Дестинації мають свій життєвий цикл, що залежить від згаданих умов, традицій, моди на певні види відпочинку і туристських послуг. Типовим прикладом життєвого циклу дестинацій є Альпи. Ця туристська зона була досить популярна після Другої світової війни і до 1980-х рр., коли увійшов в моду швидкісний спуск на лижах, що викликав розвиток комплексної туристської індустрії. Однак життєвий цикл швидкісного спуску на лижах практично завершується. Розвиток нових ніш туристичного ринку, таких, як катання на сноубордах, призвело до втрати значної частки ринку швидкісного спуску, з'явилися нові сучасно оснащені центри різноманітного зимового відпочинку. Крім того, в наш час турист може вибрати між зимовим спортом в

Альпах і дайвінгом в Південній півкулі, і часто перевага віддається останньому [3].

Майбутнє традиційних DESTИНАЦІЙ багато в чому залежить від туристської політики, орієнтованої на інновації. Така політика повинна допомогти розширити життєвий цикл туристичних продуктів і послуг та досягти постійних показників зростання.

Країни традиційного туризму витратили останні 50 років на розвиток індустріальних методів, щоб впоратися зі зростаючим туристським попитом, його інтернаціоналізацією і появою нових конкурентних регіонів.

Інновації в туризмі часто складаються з серії дрібних кроків, які ведуть до поступового розвитку і є процесом зі зворотним зв'язком. У передових туристських компаніях інновації програмуються і є стандартною складовою при ухваленні рішення про подальший розвиток. Для того щоб не бути захопленими зненацька несподіваними інноваціями на ринку, компанії виділяють частину свого бюджету на дослідження і розвиток [2].

Туристський бізнес – це виробнича діяльність, результатом якої є сукупність товарів різного виду (тривалого і короткострокового користування) і послуг (транспорт, розміщення, харчування, розваги і т.д.), які представляються тимчасовим відвідувачам країн, регіонів, міст, курортів, визначних місць.

Туризм постійно розвивається незважаючи на різні перешкоди політичного, економічного і соціального характеру. Туристський бізнес у багатьох випадках є ініціатором і експериментатором в освоєнні та впровадженні сучасних передових технологій, безперервно змінює форми і способи пропозиції і надання послуг, відкриває і освоює нові можливості.

На розвиток туризму впливають технологічні уклади економіки, соціальне і культурне стан суспільства, нові знання, придбані людьми. У наш час туризм перетворився в провідну економічну галузь, він прямо чи опосередковано пов'язаний з багатьма галузями виробництва. І не тільки пов'язаний, але і активно впливає на їх розвиток, причому цей вплив приносить економічну вигоду, що набагато перевищує прямі доходи від туризму. Ось чому базовою інновацією, що впроваджується зараз у багатьох країнах світу за ініціативою Всесвітньої

туристської організації, є система комплексної оцінки економічного ефекту від туристської діяльності – допоміжний рахунок туризму.

Туризм є і соціальним явищем, оскільки відображає поліпшення якості життя людей, їх прагнення до пізнання історичної та культурної спадщини країн і народів, збереження навколишнього середовища [4].

У туризмі щодня впроваджуються інновації найрізноманітнішого спрямування під впливом як науково-технічного прогресу, так і інтелектуального розвитку людства. Інновації в сфері туризму іноді виникають абсолютно несподівано і навіть непередбачуване під впливом подій в суспільстві. Тому вивчення інноваційних процесів, причин появи нововведень, розробка методів їх впровадження становить значний і практичний науковий інтерес.

Література

1. Інновації в туризмі [Електроний ресурс] / Режим доступу: <http://deartravel.ru> – Назва з екрана.
2. Інноваційні технології в туризмі [Електроний ресурс] // Турбізнес. Режим доступу: <http://tourfaq.net/travel-business/innovacionnye-technologii-v-turizme> – Назва з екрана.
3. Лисакова Л. А. Tourismus. Туризм: Підручник / Л. А. Лисакова. М: МПСІ, 2015. 296 с.
4. Маклашина Л. Р. Роль інновацій в розвитку туризму [Електронний ресурс] // Креативная экономика. Режим доступу: <http://bgscience.ru/lib/4604>
5. Новіков В.С. Інновації в туризмі: навч. посібник для студентів ВНЗ / В.С. Новіков. – М: Вид. центр «Академія», 2007, 208 с. [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://tourlib.net/books_tourism/novikov.htm

РОЗДІЛ 10

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ

*к.е.н., доцент
кафедри менеджменту зовнішньоекономічної та інноваційної
діяльності Одеський національний політехнічний університет
Аверіхіна Т.В.*

*менеджер
Аверіхін М.М.*

У даний час конкуренція між компаніями значно відрізняється від тієї, що була багатьох років тому. «Тонкощі» конкуренції, настільки малі сьогодні, й настільки важливі сьогодні. Компанії намагаються досягти конкурентної переваги, щоб отримати краще і стабільніше положення на ринку. Кращий спосіб для компаній досягти конкурентної переваги це інновації. У цьому розділі ми продовжимо розглядати значення інновацій, що являти собою інновація, типи інновацій, правильний спосіб використання інновацій. Для того, щоб компанії отримували більше інновацій, їм необхідно бути знайомими з процесом інновацій, принципами на яких були знайдені інновації. Існує кілька видів інновацій або способів за допомогою яких компанії можуть досягти інновацій на рівні всієї організації.

Інновації необхідні для сталого зростання та економічного розвитку. Впроваджуючи інновації ми стимулюємо економічне зростання. У сучасній економіці, інновації мають вирішальне значення для створення цінності, зростання, зайнятості та інноваційних процесів місце на підприємстві, на регіональному та національному рівні. Інновації завжди призводять до підвищення конкурентоспроможності підприємств [1].

У цьому розділі ми продовжимо розглядати всі характеристики нововведень, що є хорошою основою для правильного використання

інновацій та способів її трансформації в конкурентній перевазі для компаній. Також визначимо вплив інновацій на економічне зростання.

Сьогодні підприємства діють під великим тиском з боку інших підприємств, які пропонують таку ж або подібне виробництво технічного забезпечення та обслуговування, вони знаходяться під тиском клієнтів які очікують все більше від продукту, який вони споживають. Щоб бути конкурентоспроможними в даних умовах і ситуації, підприємства змушені постійно шукати нові способи виробництва, а саме, пропонуючи нові продукти або покращувати існуючі. Іншими словами, вони повинні постійно впроваджувати інновації. Але, що насправді являють собою інновації.

Інновації – це процес перетворення нових ідей, нових знань в нові продукти та послуги. Йозеф Шумпетер визначає інновації як діяльність, яка веде до нової функції виробництва до нового продукту. Шумпетер ввів в економічну науку розмежування між економічним зростанням і економічним розвитком. Різницю між цими двома поняттями найлегше пояснити словами самого Шумпетера: «Поставте в ряд стільки поштових карет, скільки забажаєте – залізниці у Вас при цьому не вийде». Економічне зростання – це збільшення виробництва і споживання одних і тих же товарів і послуг (зокрема, поштових карет) з часом. Економічний розвиток – це перш за все поява чогось нового, невідомого раніше (наприклад, залізниць), або, інакше кажучи, інновація. Ось як визначив інновацію сам Шумпетер [2]:

Ця концепція включає п'ять випадків:

1. Створення нового товару, з яким споживачі ще не знайомі, або нової якості товару.

2. Створення нового методу виробництва, ще не випробуваного в даній галузі промисловості, який зовсім не обов'язково заснований на новому науковому відкритті та може складатися в новій формі комерційного обігу товару.

3. Відкриття нового ринку, тобто ринку, на якому дана галузь промисловості в даній країні ще не торгувала, незалежно від того, чи існував цей ринок раніше.

4. Відкриття нового джерела факторів виробництва, знову-таки незалежно від того, чи існував цей джерело раніше або його довелося створити заново.

5. Створення нової організації галузі, наприклад, досягнення монополії або ліквідація монопольної позиції.

П'єр Ліоннет визначає інновації як процес, за допомогою якого виникає нова ідея на стадію, коли він в кінцевому підсумку виробляє гроші. Це динамічний технічний, економічний і соціальний процес, пов'язаний із взаємодією людей, що йдуть з різних горизонтів, з різними перспективами та різними мотивами.

Інновації є процес, а саме діяльність по створенню нового продукту або послуги, новий технологічний процес, нова організація або вдосконалення існуючого продукту або послуги, існуючий технологічний процес і існуючої організації.

Згідно з цим визначенням, якщо ми проаналізуємо його окремі елементи, ми можемо розкрити деяку класифікацію:

- інновації у виробництві – розробка продукту;
- інновації в сфері послуг – надання нових або розширення існуючих послуг;
- інновації в процесі – знаходження нових способів організації та об'єднання ресурсів процес виробництва конкретних продуктів або послуг;
- інновації в управлінні – створення нових способів організації бізнес-ресурсів.

Значення і визначення інновацій можна пояснити кількома аспектами. З точки зору клієнтів інновація означає продукти з кращою якістю і кращі послуги, які разом означають кращий спосіб життя. З точки зору підприємства, інновації – це стійке зростання і розвиток, великий прибуток. Для співробітників інновація означає нову і цікаву роботу, яка вимагає більшої розумової здатності, що призводить до підвищення заробітної плати. З точки зору економіки, інновації становлять велику продуктивність і процвітання для всіх.

У повсякденній розмові терміни, такі як інновації, винахід, творчість і наука часто використовуються як взаємозамінні. Але для вчених та дослідників вони мають важливі відмінності між цими умовами, та відмінності дають кожному терміну унікальний, конкретний зміст. Винахід є першим випадком ідеї для нового продукту або процесу, в той час як інновація – це перша спроба її перенесення на практику. Творчість думає про нові речі, в той час як інновації нові речі. Творчість – це здатність розробляти нові ідеї та способи вирішення

проблем і можливості, в той час як інновація – це здатність виконувати творчі рішення, щоб поліпшити життя людей. Отже, підприємства можуть бути успішними, тільки якщо вони придумують нові речі, або якщо вони роблять старі по-новому.

За словами Тома Кеннона, відмінність між цими умовами полягає в наступному:

- творчість являє собою можливість створювати новий зовнішній вигляд, шляхом об'єднання існуючих ресурсів або факторів виробництва;
- винахідливість – це процес створення чогось нового, який приносить внесок в рівень загальнолюдських знань;
- інновації пов'язані з остаточним маркетингом нового продукту, послуг або технологічний процес, який є результатом винахідливості.

Інновації є однією з основних характеристик малого бізнесу.

Згідно з деякими статистичними даними, у всіх країнах малі підприємства становлять більшість підприємств, і в результаті цього вони стикаються з найбільш серйозною конкуренцією. І для того, щоб вижити вони просто зобов'язані бути інноваційними. Малий бізнес є центром ініціатив для інноваційних спроб. Інновації, що приписуються малим підприємствам – це вертольоти, комп'ютери, відеомагнітофони, камери, оптичні сканери, контактні лінзи та інші.

ІВМ вивчила потенційні джерела інновацій, які були засновані на телефонних інтерв'ю з більш ніж 750 керівниками та бізнес-лідерами. Це дослідження показало, що 76% генеральних директорів оцінили ділового партнера і співпрацю з клієнтами як головні джерела для нових ідей. Це сильно контрастує з внутрішніми дослідженнями і розробками, які займають восьме місце в якості джерел для нових ідей – всього 14% керівників компаній».

Кращі джерела можна вважати джерелами поза компанією. Провідні джерела інновацій ІВМ: співробітники, ділові партнери, клієнти безпосередньо, консультанти, конкуренти, Асоціації, внутрішні Sales & Service Unites, внутрішні дослідження та розробки, академії, мозгові центри та лабораторії або інші установи.

Аналіз джерел інновацій (джерел інформації, що відноситься до інновацій) показали, що вони мають щодо однакової важливість (в компанії (28,4%), постачальники (26,4%), клієнти (25,8%), конкуренти (24,9 %) і виставки (24,6%).

Такі інноваційні джерела, як університети та інші некомерційні науково-дослідні установи, мають всього 3,7% і 2,9% відповідно.

Ринок – дуже важливе джерело інновацій, уважно стежите за ним. Несподівана структура ринку або галузі, їх зміни, можуть забезпечити потенційні інноваційні можливості. Крім того, зміни в демографічних даних, соціальні настрої, цінності, норми, навіть в способі життя, можуть зажадати вирішення виникаючих потреб. Наприклад, Джонсон і Джонсон відреагували на зниження народжуваності на західних ринках, заохочуючи дорослих використовувати свої дитячі товари. Існуючі клієнти часто є цінним джерелом інновацій.

Спостереження – день з дня. Ваш клієнт може надати цінні дані про незадоволені потреби та вказати на інноваційні рішення для існуючої проблеми. Спільна робота з провідними або інноваційними клієнтами може також сприяти інноваціям.

Постачальники можуть також забезпечити цінний внесок. Ваші постачальники зацікавлені в роботі з їх провідними клієнтами на ринку. Розвиток міцних партнерських відносин з ключовими постачальниками будуть сприяти відкритому обговоренню, визначення ваших нових потреб в бізнесі та виявлення можливих інноваційних рішень які об'єднують найкраще з обох підприємств.

Великий дослідник і професор в галузі управління та підприємництво, Пітер Ф. Друкер, у своїй книзі «Інновації та підприємництво» описав 10 принципів, яких слід дотримуватися новаторами [3]. Вони перераховані нижче:

1. Інновації починаються з аналізу можливостей. Починаються з семи можливостей для інновацій. Це: несподівані події, розбіжності в процес, вимоги до процесу (потреба в новому процесі) і несподівані зміни в структурі промисловості або ринку, демографічні зміни, зміни в сприйнятті, важливість і нові знання.

2. Інновації – це концептуальна і перспективна діяльність. Другий імператив нововведення полягає в тому, щоб виходити та бачити, питати та чути. Успішні новатори аналітично працюють над питанням, якими мають бути інновації, щоб задовольнити можливість. Згодом вони виходять і бачать клієнтів і користувачів, і вони дізнаються які їхні очікування, їх цінності та їх потреби.

3. Інновації, щоб бути успішними, повинні бути простими. Все нове потрапляє в проблему: якщо це складно, його не можна виправити або вирішити. Всі успішні інновації на диво прості. Насправді, найбільше визнання інновації – це коли люди говорять: це так очевидно. Чому я не подумав про це?

4. Інновації мають починатися як «маленькі». Інновація не може бути грандіозною. Вона повинна дотримуватися чогось конкретного. Спочатку це вимагає трохи грошей, кілька людей і невеликий обмежений ринок.

5. Успішна інновація спрямована на лідерство. Якщо нововведення в самому початку не націлені на керівництво, цілком можливо, що воно не буде інновативним досить.

Що не можна робити?

Інновації не повинні бути дуже «розумними». Інновації мають бути для простих людей. Все, що робиться дуже просто, або для проектування, або для завершення, з високою ймовірністю.

У багатьох випадках не слід робити багато. Інновації потребують концентрованої енергії та спільних зусиль.

Не вводьте нововведення в майбутнє. Одне нововведення може мати довгостроковий вплив, але для досягнення зрілості потрібно більш тривалий час.

Перерахуємо принципи, які дають життя процесові інновації:

1. Інновації починаються, коли люди перетворюють проблеми в ідеї. Нові ідеї народжуються через питання, проблеми та перешкоди. Процес інновацій в боргу перед «бідною», яка виникає, коли ми оточені тим, що не наважується, не гладко і не просто. Тому для того, щоб інноваційний процес процвітав, йому потрібен клімат, який заохочує розслідування і вітає проблеми.

2. Інновації потрібна система. Всі організації мають інноваційні системи. Деякі з них формальні, розроблені керівництвом, а деякі неформальні, поза встановленими каналами. Проте неофіційні канали небережні та неефективні, інновації завжди пов'язані з ними.

3. Пристрасть – це паливо, а біль – прихований інгредієнт. Ідеї не просувають себе, пристрасть змушує їх рухатись. Пристрасть, крім таланту і вміння, – це цінний актив компанії. Пристрасть – це те, що перетворює інші ресурси в прибуток, але це ніколи не з'являється на

балансі. На жаль, як видається, існує універсальний закон який говорить, коли переслідує пристрасть або після сну, біль є частиною процесу. Керівникам інновацій необхідно страждати від пристрасті та навчитися управляти обома ефективно.

4. Спільна установка забезпечує ефективний обмін. Це ключ до створення довіри, яка необхідна для інноваційного процесу. Це також збільшує можливість для більш широкого обміну інформацією, перехресне запліднення ідей і стимулювання творчого мислення один в одному і критика ідей на етапі їх формування.

5. Відмінності повинні бути використані. Відмінності, які зазвичай ділять людей – наприклад, мова, культура, раси, стать, мислення і стиль вирішення проблем – може стати благом для інновацій. Коли відмінності використовуються конструктивно і люди виходять за рамки страху, підозрливості, недовіри та забобонів, відмінності можуть зміцнювати та підтримувати інноваційний процес.

У доповіді 2007 року Booz Allen Hamilton про Global Innovation 1000 стверджується, що статистичний аналіз репрезентативної вибірки глобальних інновацій 1000 компаній розділили їх на три різні категорії інноваційної стратегії: Need Seekers, Market Readers, і Technology Drivers [4].

Компанії Need Seekers зосереджені на тому, щоб спочатку принести нові продукти ринкам і засновувати свої зусилля в області НДДКР на отриманні прямого, активного доступу до клієнтів. Вони активно привертають увагу нинішніх і потенційних клієнтів до формування нових продуктів, послуг та процесів.

Market Readers відрізнялися своїми уподобаннями для поступових змін і швидкий перехід на ринки. Вони уважно стежать за ринком і дотримуються більш обережного підходу, орієнтованого на створення цінностей за допомогою інкрементних змін.

Technology Drivers зосереджені на передовому технологічному підході до інновацій, залишаючись менш зацікавленими в безпосередній участі клієнтів в цьому процесі. Вони слідують напрямку, запропоноване їх технологічними можливостями, використовуючи їх інвестиції в дослідженнях і технологіях для досягнення проривних інновацій або додаткових змін.

Інновації – це не нове явище, воно старе, як людство. Інновація є основним фактором економічного зростання і продуктивності

в умовах глобалізації економіки. Відношення між інноваціями та економічним зростанням не завжди добре зрозуміле. Інновації привносять нові технології та нові продукти, які допомагають вирішувати глобальні проблеми, нові способи виробництва товарів і надання послуг підвищують продуктивність, створюють робочі місця і можуть допомогти поліпшити якість громадян життя.

Інновації – це серце економіки ХХІ століття, послідовно перекачуючи нову активує діяльність через систему. Протилежна сила коммодітизації – можливо, найсильніша сила в сучасному бізнесі, яка швидко приймає те, що є характерною і прибутковим, і швидко робить його звичайним явищем і маргінальний, висмоктуючи життєві сили та рентабельність[5].

Економічне зростання найчастіше вимірюється зміною загальної вартості товару та послуги, що виробляються економікою країни або те, що відомо як валовий внутрішній (ВВП). Звичайно, оскільки розмір країн варіюється, це число коригується за розміром населення.

Здатність створювати економічну цінність має вирішальне значення для конкурентної переваги та зростання для фірми, галузей і країн. Тоді постає питання, як найкращим чином організувати ресурси для створення, поширення і підтримки інновацій та, більш того, як використовувати інвестиції в науку і техніку, дослідження і розробки та пов'язані з ними можливості з кінцевою метою отримання винагород з точки зору багатства створення і підвищення рівня життя.

Інновації та інтелектуальна власність все частіше домінують в економіці. У фірми немає ресурсів для самостійної роботи, і співпраця з іншими стає важливими. Це означає, що нові бізнес-моделі необхідні для розвитку інтелектуальної власності та спільного використання її цінності. Перший в світі патент на винахід був виданий в 1421 році міською управою Флоренції на ім'я Філіппо Брунеллески, який винайшов корабельний поворотний кран. Він зажадав і був належним чином нагороджений юридичним захистом свого винаходу, отримавши право на три роки спалити корабель будь-якого конкурента, який використовував його винахід.

Права на інтелектуальну власність (ПІВ), такі як патенти, авторські права на товарні знаки, зареєстровані промислові проекти, відомі як ключові фактори сприяння інноваціям і зростання в сучасній еко-

номії. Розробка ефективних систем ПІВ є складною для будь-якої країни. Механізми, за допомогою яких ПІВ діють в різних функціональних областях, таких як згадані вище, і їх важливості відрізняється по секторах. Сила ПІВ залежить від характеристик попиту, структури ринку та інші форми регулювання бізнесу і конкуренції.

Інтелектуальна власність допомогла створити умови для інновацій, підприємництва та ринкове економічне зростання. У ХХІ столітті ПІВ все частіше будуть визначати ці умови та будуть визначати темпи та напрямки інновацій, інвестицій та економічного зростання в усьому світі.

Конкуренція є вирішальним фактором продуктивності та інновацій, ви можете виділити з безлічі відмінних продуктів, ті щоє більш доступними за ціною. Конкуренція заохочує впровадження інновацій, оскільки компанії розвиваються і пропонують нові ідеї для процвітання на ринку. Продукти повинні конкурувати на свій розсуд, а споживачі всюди повинні мати можливість легко вибирати кращі продукти, доступні для покупки. Справедлива і відкрита конкуренція показує, що найкращий продукт переміг і має ринкову силу.

Конкуренція може стимулювати інновації. Конкуренція між фірмами може стимулювати винахід нових або кращих продуктів, або більш ефективних процесів. Фірми беруть участь в гонках за ринки інноваційних технологій. Компанії працюють над здешевленням процесу виробництва, тим самим збільшуючи свій прибуток і підвищуючи здатність конкурувати. Конкуренція може спонукати фірми виявляти незадоволені потреби споживачів і розробляти нові продукти або послуги для їх задоволення [5].

Дослідження та розробки, є результатом появи нових товарів, нових процесівта нових знань, що є основним джерелом технічних змін. НДДКР є фундаментальним внеском в інноваційний процес. Інновації є важливим фактором, що впливають на продуктивність, зростання продуктивності та конкурентоспроможність.

За останні два десятиліття сектора пов'язані з інформаційними технологіями є економічно активними та більш продуктивними, ніж будь-який інший сектор економіки, що веде до економічного зростання.

Економіка, споживачі, підприємства та уряди використовують переваги технологічних інновацій. Технологічні зміни – це швидкість,

з якою нові знання вводяться в фізичні форми та поширюються для використання в економіці. Основні технологічні досягнення, такі як паровий двигун або мікропроцесори відомі як технологія загального призначення, оскільки вони мають широке застосування, що підвищують продуктивність, в ряді різних секторів. В результаті, технології загального призначення викликають різкі економічні зміни створюючи інновації, які омолоджують існуючі сектора. Історичним прикладом є паровий двигун. Інтернет – це більш сучасний приклад.

Інновації ведуть до економічного зростання особливо у країн з перехідною економікою. Однак також очевидно, що впровадження нових технологій повинні супроводжуватися низкою доповнюючих чинників для їх ефективного використання, та сприяти підвищенню продуктивності та економічного зростання. Зокрема, фірми повинні розробити відповідні нові маркетингові стратегії, інвестувати в обладнання та змінювати процеси організації виробництва.

Освіта є важливим фактором економічного зростання. Існує зв'язок між рівнями грамотності та доходом на душу населення.

Інноваційний економічне зростання – це процес постійного перетворення. Економіка розширюється в нові матеріали, нові джерела енергії, нові процеси та нові продукти, і вимагає мобільної трудової сили. Люди повинні бути готові перейти від одного професійного положення до іншого, можливо кілька разів протягом одного покоління. Це неможливо без підтримки системи освіти та навчання, які забезпечують як загальні цілі, так і навички навчання і диверсифіковані можливості спеціалізації, як національна система освіти, контролювана державою вже багато років. Є деякі тенденції щодо міжнародної інтеграції освіти, але це в основному на рівні аспірантів і як доповнення до національних систем.

Внесок в освіту з плином часу веде до економічного зростання. Оскільки сьогодні охоплення початкової освіти швидко розширилося країнами, що розвиваються, тому вища освіта набула ще більшого значення. Країни що вклали значні кошти в створення добре розвинутої інфраструктури для вищої освіти, отримали величезні вигоди в плані зростання. Освіта стала особливо важливою рушійною силою в розвитку потенціалу для технологічних інновацій, ми бачимо це з досвіду Фінляндії, Кореї, Тайваню та Ізраїлю.

Важливість і визначення інновацій можна пояснити кількома аспектами. З точки зору клієнтів інновація означає продукти з кращою якістю і найкращими послугами, які разом означають кращий спосіб життя. З точки зору бізнесу інноваційні засоби стійкого зростання та розвитку, отримання великого прибутку. Для співробітників інновації означають нову та цікавішу роботу, яка вимагає більшої розумової здатності, що призводить до підвищення зарплати. З точки зору всієї економіки інновації являють собою велику продуктивність, яка в підсумку веде до економічного зростання.

Література

1. Комаров В.И. Инновационная экономика: теория. Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2012. – С.190.
2. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. Москва.:Директмедиа Паблишинг , 2008.– 137 с.
3. Питер Ф. Друкер Бизнес и инновации. Москва : «ИД «Вильямс»», 2007. – 432 с.
4. Booz Allen Hamilton Глобальные инновации 1000 [Електронний ресурс] / The Global Innovation 1000by Barry Jaruzelski and Kevin Dehoff. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12>. – Назва з екрана. – Доступно на 12.10.2007. http://www.ipeg.com/_UPLOAD%20BLOG/The%20Global%20Innovation%201000%202007%20Booz%20Hamilton.pdf
5. Величко М.В. Экономика инновационного развития [моног.] / М.В. Величко, В.А. Ефимов, В.М. Зазнобин. – Москва, Берлин : Директ – Медиа, 2015. – 649 с.

РОЗДІЛ 11

ХМАРНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ

*к.т.н., доцент,
доцент кафедри математичного забезпечення
комп'ютерних систем,
Одеський національний університет імені І.І. Мечнікова
Волощук Л.А.*

У сучасних економічних умовах постіндустріального суспільства очевидна особлива стратегічна роль інформаційних технологій (ІТ) у бізнесі і в діяльності будь-якої організації. Усвідомлення важливості ІТ – це запорука успіху і, відповідно, умова отримання надприбутків високотехнологічних компаній на корпоративному ринку.

Так автоматизація вирішує три послідовні задачі: перша – звільняє людину від рутинної роботи, друга – забезпечує її творчою і інтелектуальною роботою, і, нарешті, третє завдання автоматизації – посилення ефективності пошуку нових рішень і самої якості соціального життя людини за рахунок «колективізації» розумової діяльності людей.

ІТ як інструмент автоматизації управління усе менше і менше дає конкурентні переваги бізнесу, вже мало хто робить ставку у боротьбі за ринок на будь-які особливі програмні продукти. Наприклад, технології, такі як облік і планування грошових потоків, які використовує керівник фінансової служби, не є самі по собі конкурентною перевагою, вони стандартні і доступні усім компаніям, але управління цими технологіями – особливе мистецтво, яке вимагає відповідного рівня менеджменту. Аналогічно і у разі ІТ служби, її основна роль полягає в умінні використовувати інформаційні технології, імплементувати їх в існуючий бізнес так, щоб досягти найбільшої ефективності зараз і в перспективі, з урахуванням стратегічного розвитку підприємства.

Таким чином, нині впровадження програмних продуктів для бізнесу перетворюється на стандартні послуги, що робляться аутсорсе-

рами або постачальниками. На перший план висувається нова культура – уміння ефективно використовувати інформаційні технології в інноваційному розвитку підприємств, організацій і усього суспільства в цілому.

Тенденція відходу від впровадження ІТ систем до формування інноваційної ІТ культури визначає найближчими роками основні шляхи розвитку індустрії високих технологій. Системи управління знаннями на підприємстві, експертні мережі, краудсорсингові проекти – це тренди в області розвитку ІТ, пов’язані з інноваційною економікою.

Особливу роль в цьому процесі грає розвиток хмарних інформаційних технологій і їх ефективне впровадження, яке дозволяє не лише понизити вартість експлуатації ІТ структури підприємства, але і значно підвищити ефективність програмного забезпечення за рахунок підключення різних хмарних служб і сервісів, можливості швидкої модифікації апаратно-програмної інфраструктури ІТ підрозділів підприємства, забезпечення мобільності доступу і колективної роботи в мережі для усіх співробітників підприємства, залучених зовнішніх компаній, професіоналів і експертів.

В результаті впровадження хмарних інформаційних технологій на підприємстві роль ІТ служби не знижується, а зростає, оскільки їй потрібно, ефективно і своєчасно проектувати, оцінювати і реалізовувати архітектуру ІТ інфраструктури підприємства.

Що ж таке хмарні технології?

Хмарні технології і платформи займають особливе місце в сучасних напрямках розвитку інформаційних технологій. Хмарна парадигма формує великий ринок – з’явилася значна кількість провайдерів хмарних сервісів, зокрема Amazon, Google, Microsoft, Salesforce і Yahoo. Провідні виробники СУБД IBM і Oracle забезпечують підтримку хмар в своїх продуктах, що не може не привернути інтерес широкого кола дослідників до вирішення завдань міграції корпоративних додатків в хмарну інфраструктуру.

Провідні аналітичні компанії, такі як Gartner, Forrester, Research, International Data Corporation, відзначають інтенсивне зростання світового ринку хмарних рішень і послуг. Все більше підприємств розглядають питання перенесення в хмари своїх корпоративних

сервісів і додатків [6,7]. Вважається, що застосування хмарних обчислень дозволить бізнесу заощаджувати кошти на програмне забезпечення і його ліцензування, на апаратну частину і її обслуговування, зокрема витрати на електроспоживання.

Найбільш затребуваними останнім часом стали хмарні сервіси IaaS і SaaS, однак, головний тренд 2017 року – популярність гібридних хмар і мультихмарних послуг [8,9]. Гібридні хмари припускають розміщення інфраструктури частково на території замовника, частково в публічній хмарі. Мультихмарні послуги надають замовнику можливість розділити свою інформаційну систему і передати її на підтримку хмарним провайдерам в різних інфраструктурах, які потім будуть синхронізовані. Останні дослідження Gartner показали, що 70 відсотків підприємств будуть впроваджувати стратегію з декількома хмарами до 2019 року [6].

Основні поняття хмарних обчислень полягають в наступному. Хмарні обчислення є комплексним рішенням, яке надає ІТ-ресурси у вигляді сервісів. Це рішення ґрунтоване на інтернет-технологіях. У хмарі комп'ютери налаштовані на спільну роботу, а різні додатки використовують загальну обчислювальну потужність, неначе виконуються в єдиній системі.

Ідея хмарних обчислень полягає в тому, що компанії, що використовують ІТ-послуги, можуть купувати ці послуги як сервіси. Замість того щоб купувати сервери для підтримки внутрішніх або зовнішніх сервісів і придбавати ліцензії на програмне забезпечення, компанія може купити їх як сервіс.

Для переходу до хмарних обчислень є вагомі причини. На користь вибору хмарних технологій виступають такі аргументи, як зменшення витрат, оптимальність використання персоналу, надійність при масштабованості.

Специфіка хмарних технологій полягає в тому, що їх застосування створює додаткові ризики і загрози :1) зберігання конфіденційних даних на боці провайдера послуг; 2) залежність від швидкості і якості з'єднання з мережею Інтернет; 3) складність прогнозування робочого навантаження в пикові години з боку клієнтів і, як наслідок, небезпеку виникнення мережевих штормів і сервісної відмови в обслуговуванні.

Модель хмарних технологій складається з внутрішньої і зовнішньої частин. Вони сполучені в мережі, як правило, через Інтернет. Самою хмарою виступає внутрішня частина. Зовнішня частина містить клієнтський комп'ютер або мережі комп'ютерів організації і додатків, які використовуються для доступу в хмару. Внутрішня частина надає користувачам комп'ютери, додатки, сховища даних і сервери, що створюють хмарні сервіси.

Концепція «хмари» характеризується рівнями, які мають свою певну функціональність (рис. 1):

1. Перший рівень – інфраструктура (Infrastructure as a Service – IaaS), яка є основою хмарних обчислень. Рівень складається з фізичних активів – мережевих пристроїв, серверів, дисків і т. д. Користувач насправді не управляє базовою інфраструктурою при взаємодії з IaaS, проте управляє сховищами даних, операційною системою, розгорнутими додатками і обраними мережевими компонентами.

2. Проміжним рівнем є платформа (Platform as a Service – PaaS). Вона є інфраструктурою додатків. PaaS дозволяє надавати доступ до операційної системи і відповідних сервісів і розгорнути додатки в хмарі за допомогою інструментальних засобів.

3. Верхній рівень – рівень додатків (Software as a Service – SaaS), при якому постачальник розробляє веб-додаток і самостійно управляє ним, надаючи замовникові доступ до програмного забезпечення через Інтернет.

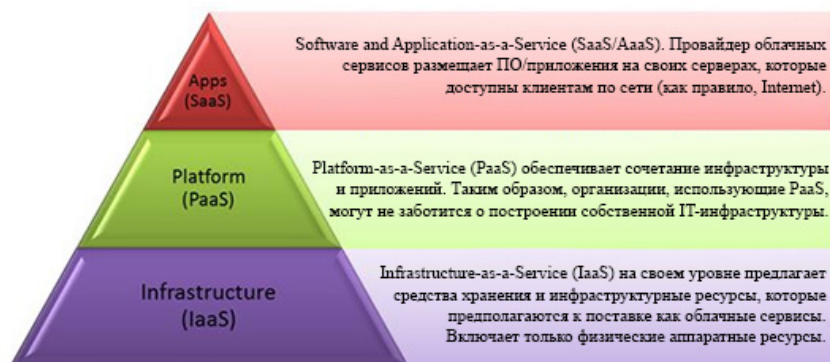


Рис. 1. Рівні хмарних обчислень [13]

Технології рівнів при спільному використанні дозволяють користувачам хмарних обчислень скористатися обчислювальними потужностями і сховищами даних, які за допомогою певних технологій віртуалізації і високого рівня абстракції надаються ним як послуги.

На перший план серед аргументів переходу в хмари для клієнтів виходить забезпечення надійної підтримки і хостингу додатка – з відповідним рівнем відповідальності згідно SLA (Service Layer Agreement).

Окрім різних рівнів надання сервісів розрізняють декілька варіантів розгортання хмарних систем:

- приватна хмара (private cloud) – використовується для надання сервісів усередині однієї компанії, яка є одночасно і замовником і постачальником послуг. Це варіант реалізації «хмарної концепції», коли компанія створює її для себе самої, у межах організації;
- публічна хмара (public cloud) – використовується хмарними провайдерами для надання сервісів зовнішнім замовникам;
- змішана хмара (hybrid cloud) – спільне використання двох вищеперелічених моделей розгортання. Це поєднання приватної і публічної хмари, в якій використовуються сервіси, розташовані як в закритому, так і у відкритому просторі. За управління такими сервісами відповідальність розподіляється між підприємством і провайдером відкритої хмари (рис .2).

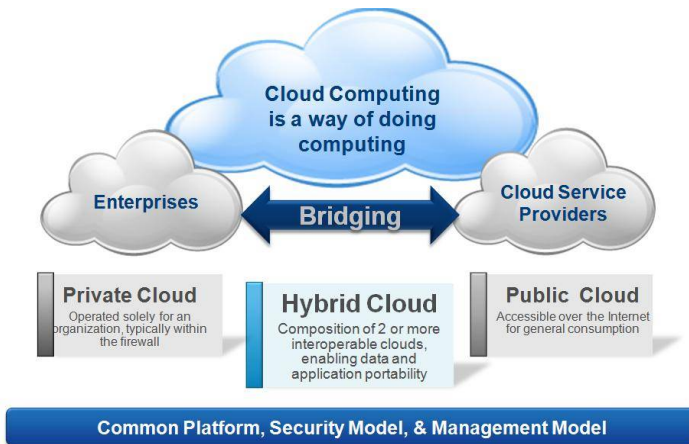


Рис. 2. Структура гібридної хмари [10]

При використанні гібридної хмари підприємства визначають цілі і вимоги до хмарних сервісів, вибираючи більш відповідний варіант [11].

Одна з ключових ідей хмарних технологій полягає якраз в тому, щоб з технологічної точки зору різниці між внутрішніми і зовнішніми хмарами не було і замовник міг гнучко переміщати свої завдання між власною і арендованою ІТ-інфраструктурою, не замислюючись де конкретно вони виконуються.

Огляд ринку хмарних послуг, тенденції його розвитку досить показові. Багато аналітичних компаній відмічають, що за останні роки тема хмарних технологій була однією з найактуальніших.

Аналітична компанія Forrester Research оприлюднила прогноз розвитку ринку публічних хмарних обчислень до 2020 року [7]. Згідно з відомостями звіту, до 2020 р. об'єм ринку хмарних послуг складе \$160 млрд. На рисунку 3 представлені фактичні значення і прогноз зростання об'єму ринку cloud computing по сегментах.

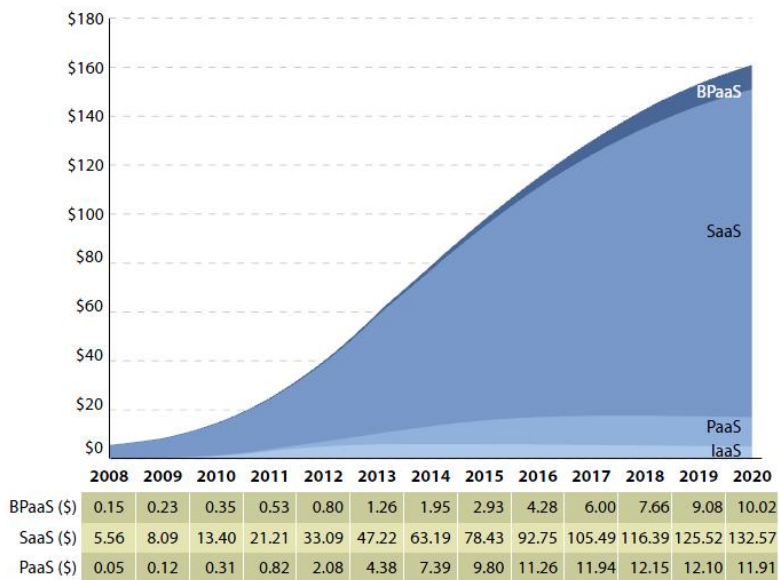


Рис. 3. Прогноз зростання об'єму ринку cloud computing по сегментах [7]

За даними компанії International Data Corporation (IDC), що займається аналітикою [7], во всьому світі 94% компаній активно готуються до сучасних реалій, орієнтації на хмарні технології: вони займаються або переглядом і трансформацією, або модернізацією своїх мережевих інфраструктур, щоб спростити доставку додатків.

У ході дослідження аналітики IDC провели опитування представників 900 великих компаній по всьому світу і сформулювали наступні тези:

- тільки 24% організацій упевнені, що їх мережі повністю задовольняють вимогам, необхідним для перенесення програмного забезпечення в гібридну хмару;

- 82% опитаних компаній вважають, що їх поточна архітектура мережі занадто складна для перенесення додатків в хмару;

- 76% респондентів повідомили, що їх мережі повністю не готові (36%) або частково не готові (40%);

- 70% учасників опитування мають 2-3 способи видаленого доступу до своїх дата-центрів і хмари.

Аналітики з'ясували, що основні цілі переходу від локальної моделі до концепції доставки додатків на призначені для користувача пристрої через хмару – підвищення безпеки і зниження витрат, у тому числі за рахунок оптимізації роботи ІТ-відділів і фахівців. Поступово гібридні і мультихмарні технології стають «новою нормою» для компаній, які впроваджують хмарні середовища. Проте сам процес адаптації наявної архітектури під доставку додатків може виявитися досить складним і дорогим.

12 квітня 2018 року аналітики Gartner [6, 7] оприлюднили результати дослідження світового ринку публічних хмар. Витрати на ці рішення підвищилися більш ніж на 30% завдяки інфраструктурним сервісам (IaaS) і програмному забезпеченню, що надається в якості послуги (SaaS).

У 2017 році сумарні витрати споживачів і компаній на хмарні сервіси, що надаються у рамках публічного доступу, склали \$153, 5 млрд проти \$118 млрд роком раніше (табл. 1).

Продажі рішень IaaS підскочили з 25,3 до 30 млрд доларів США. Сегменти SaaS і PaaS показали підйом з \$38, 6 млрд і \$7, 2 млрд до \$60, 2 млрд і \$11, 9 млрд відповідно. Витрати на VPaaS-сервіси (бізнес-про-

Таблиця 1. Сегменти ринку публічних хмар, дані Gartner

	2017	2018	2019	2020	2021
Cloud Business Process Services (BPaaS)	42.6	46.4	50.1	54.1	58.4
Cloud Application Infrastructure Services (PaaS)	11.9	15.0	18.6	22.7	27.3
Cloud Application Services (SaaS)	60.2	73.6	87.2	101.9	117.1
Cloud Management and Security Services	8.7	10.5	12.3	14.1	16.1
Cloud System Infrastructure Services (IaaS)	30.0	40.8	52.9	67.4	83.5
Total Market	153.5	186.4	221.1	260.2	302.5

цеси як послуга) і послуги хмарного управління і безпеки в 2017 році досягли 42,6 і 8,7 млрд відповідно.

Найбільшим сегментом ринку публічних хмар залишається SaaS, який, за прогнозами Gartner, в 2018 році підвищиться на 22,2%, а до 2021-го на ці рішення доводитиметься 45% софтверних витрат у світі. Самим швидкоорослим сегментом аналітики називають IaaS, об'єм якого в 2018 році збільшиться майже на 40%. Український ринок хмарних сервісів росте дуже високими темпами (рис. 4).

Згідно з даними дослідження, яке було проведено аналітиками «СиБ»[12], у 2016 році об'єм цього сегменту досяг \$13, 6 млн, що майже на 35% більше, ніж результат 2015-го. При цьому зростання по різних видах сервісів було нерівномірним. Якщо сегмент IaaS виріс на 30% (до \$8, 7 млн), то SaaS – на 72% (\$4, 3 млн), доля PaaS скоротилася, але такі рішення не роблять істотного впливу на місцевий ринок, оскільки займають сьогодні не більше 3,5%. Якщо розглядати сегмент в контексті розподілу різних типів сервісів, то за результатами року домінує IaaS, на який припало 64% ринку. SaaS, всупереч глобальним тенденціям, поки що відстає, хоча і росте випереджаючими темпами. Як прогнозують учасники вітчизняного хмарного ринку до 2020 року частки IaaS і SaaS в Україні повинні порівнятися.

Компанія NetApp оприлюднила у березні 2017 року результати свого першого галузевого опитування про перехід на хмарні технології

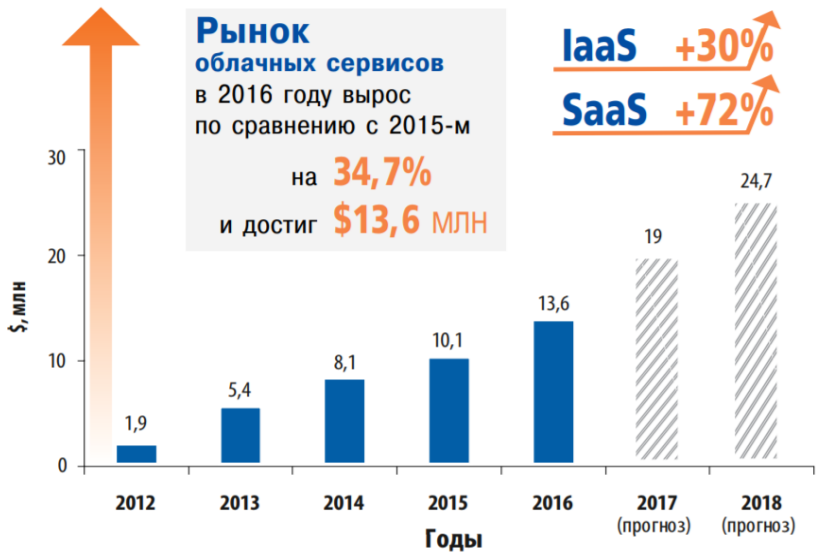


Рис. 4. Об'єм українського ринку хмарних сервісів в 2012-2018 роках; дані «СиБ» [12]

в Європі [10]. Аналіз відповідей семисот п'ятидесяти респондентів з ряду ІТ-директорів і менеджерів у Франції, Німеччині і Великобританії показав, що найбільшою популярністю під час переходу компаній на хмарні технології користується гібридна хмара – більше половини усіх учасників опитування в кожній країні відмітили, що зробили вибір на користь комбінації приватної і публічної хмари (69 % в Німеччині; 61 % у Франції; 58 % у Великобританії). Крім того, більше половини респондентів виділили безпеку в якості головної причини переходу на хмару, що вказує на те, що довіра до провайдерів таких послуг продовжує змцнюватися. Основними напрямками використання хмари в усіх включених в дослідження країнах були зберігання і резервне копіювання.

Проведений огляд підтверджує, що на даний момент ринок ІТ в цілому скорочується, а використання хмарних технологій росте. Очевидно, що це відбувається за рахунок того, що зараз більше засобів

вкладають в хмарні технології. Головною тенденцією розвитку хмарних технологій стає гібридна хмара і мультисервісні системи.

Рішення про використання «хмарних» обчислень повинне прийматися з урахуванням стану власної інформаційної системи підприємства. Можна виділити три основні стани інформаційної системи:

- на підприємстві вжиті усі необхідні заходи по модернізації інформаційної системи, яка відповідає усім вимогам до її ефективності;
- інформаційна система неефективна або проводиться реінжиніринг бізнес-процесів;
- інформаційна система знаходиться на стадії створення, наприклад, на новому підприємстві.

У першому випадку з економічної точки зору перехід в «хмари» не є виправданим, в такій ситуації може бути доцільним перенесення в «хмари» нових сервісів, які з'являтимуться, а також розробка концепції переходу до хмарних сервісів в майбутньому.

У другому і особливо третьому випадку перенесення інформаційного обслуговування в «хмари» може виявитися найбільш прийнятним кроком побудови ефективних інформаційних сервісів підприємства. Для нових підприємств вибір на користь хмарного обслуговування може дати максимально можливий економічний і технологічний ефекти.

Проведений огляд існуючих технологій і тенденцій використання «хмари» дозволяє виділити наступні варіанти перенесення інформаційного обслуговування ІТ інфраструктури на хмарну платформу [1, 2]:

повне перенесення корпоративного додатка на хмарний віртуальний сервер або середовище (IaaS);

використання пропонованих хмарним провайдером сервісів і служб для заміни аналогічних локальних систем, наприклад «1С: Бухгалтерія», «Microsoft Office»;

часткова міграція в «хмару» ІТ-інфраструктури або окремого додатка.

Розглянемо особливості цих типів хмарної міграції.

Використання публічних хмарних платформ впродовж останнього десятиріччя показало, що надмірна залежність від публічної хмари призводить до проблем:

- продуктивності;
- вартості або контролю;
- в деяких випадках дорогим міграціям назад з публічної хмари.

Стало очевидним, що публічна хмара краще для більше традиційних бізнес-додатків і основні напрями використання публічної хмари це [10]:

- зберігання даних, у тому числі зберігання файлів і бази даних;
- резервне копіювання даних;
- аварійне відновлення;
- хмарна аналітика;
- програмне забезпечення як послуга (SaaS);
- управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM);
- використання «хмари» як інструмент спільної роботи;
- організація видаленої роботи.

Часткове перенесення ІТ інфраструктури компанії в публічну хмару може бути обгрунтоване наступними чинниками:

- необхідністю забезпечити відмовостійкість критичних сервісів;
- необхідністю звільнення локальних ресурсів шляхом перенесення другорядних сервісів в хмару;
- необхідністю масштабування ресурсів;
- реалізацією плавного переходу до повної міграції;
- перенесенням вимогливих до продуктивності вузлів інфраструктури з метою звільнення від додаткових витрат на устаткування мережі компанії;
- можливістю використання хмарних сервісів і служб.

З іншого боку, додатки з інтенсивними даними і чутливими до затримок вимогами, тобто додатки що вимагають швидкості і безперервності, працюватимуть краще в локальному фізичному ІТ середовищі підприємства.

Таким чином, очевидний факт необхідності правильного поєднання загальнодоступного і приватного в гібридній хмарній інфраструктурі, при якій буде:

- оптимізована продуктивність;
- дотримані умови безпеки;
- забезпечений швидкий, зручний доступ до ІТ-сервісів у рамках загальнодоступної хмари;

- доступні безпечні, сумісні служби в приватній хмарі;
- збережений легкий доступ до застарілих застосувань в традиційній ІТ-інфраструктурі;
- дотримана доцільна відповідність вартості/якості послуг, що надаються.

Загальноприйнята схема міграції в публічну хмару освітлена досить широко і припускає наступну послідовність етапів :

КРОК 1 – виконання інвентаризації існуючого ІТ-оточення і визначення моделі хмари;

КРОК 2 – пошук, оцінка і вибір хмарного провайдера з подальшим тестуванням можливостей хмарного майданчика і виконанням тестової міграції;

КРОК 3 – складання плану або дорожньої карти міграції, які дозволяють контролювати усі виконувані кроки на шляху переїзду в хмару;

КРОК 4 – процес міграції;

КРОК 5 – виконання перевірки і тестування перенесених сервісів.

Приведена схема міграції, будучи досить загальною, не відбиває глибинних особливостей ухвалення рішень при оцінці придатності для міграції в хмару окремих підсистем додатків, технічної складності її проведення. Аналіз, оцінка і побудова гібридної хмарної архітектури додатка мають бути проведені вже на КРОЦІ 1.

Відомий ряд робіт, в яких досліджуються питання ухвалення рішень на основі багатокритерійної оцінки різних аспектів використання «хмари». Так в статті старшого ІТ-архітектора компанії Infosys Бريدжеш Деба [3] викладений підхід, в якому оцінку можливості міграції в публічну хмару набору використовуваних додатків пропонується проводити в трьох вимірах – «бізнес цінність», «міра ризику», «технічна можливість». Кожен з цих вимірів має декілька критеріїв, які, у свою чергу, можуть мати декілька рівнів підкритеріїв. Що стосується оцінки технічної можливості міграції додатка, автором пропонується проводити її відповідно до чотирьох критеріїв: а)»простота інтеграції»; б)»простота міграції»; в)»технологічний стек»; г)дизайн додатка».

На рисунку 5 представлена запропонована в [3] ієрархія критеріїв оцінки придатності корпоративних додатків для міграції в хмару, свого роду дерево критеріїв.

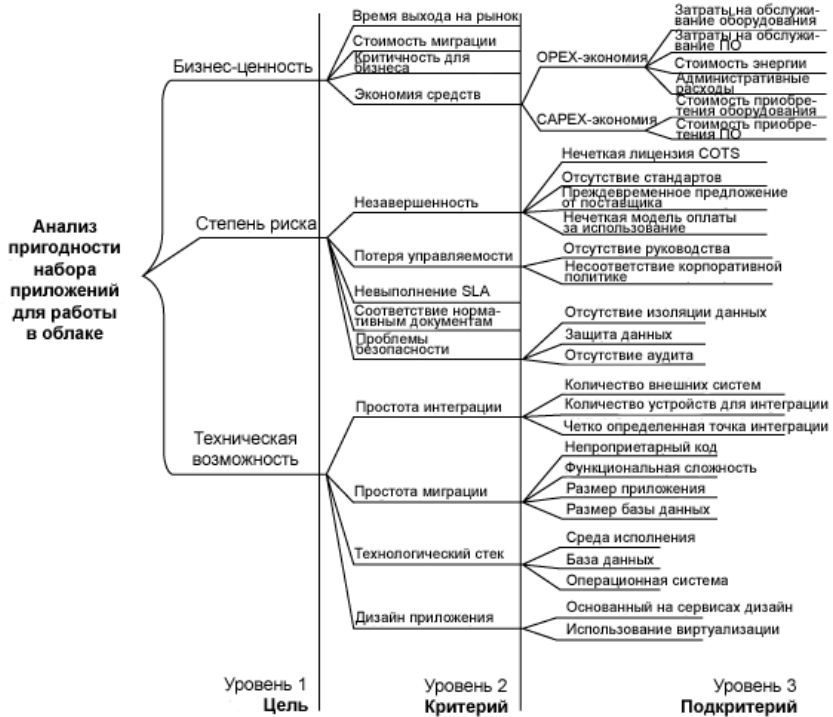


Рис. 5. Ієрархія критеріїв для оцінки можливості міграції ІС в хмарне середовище [3]

Для того, щоб зробити оцінку придатності пропонується використати Метод аналізу ієрархій [7].

Процес використання МАІ для оцінки придатності додатка до роботи в хмарі складається з декількох кроків:

- визначення ієрархії критеріїв;
- визначення пріоритету критеріїв;
- оцінка додатка по набору критеріїв;
- обчислення загальної оцінки.

Ця методика оцінки придатності є комплексним підходом до прийняття рішень про перенесення в публічну хмару самостійного окремого додатка або набору окремих додатків. Проте, враховуючи велику

кількість архітектурних варіантів додатків і їх багатоланковість, значну різноманітність хмарних сервісів і служб у різних хмарних провайдерів, розбіжність в технологічних вимогах доступу до них, запропонована сукупність критеріїв не є достатньою і обґрунтованою. Особливості часткової міграції в «хмару» в підході Бриджеш Деба не розглядаються, а оцінка можливості створення гібридної хмарної інфраструктури не передбачена.

Своєрідним розвитком розглянутого вище підходу є робота [5], де пропонується критерійна інтегральна модель оцінки економічної ефективності використання хмарних ІТ сервісів, пропорованих хмарними провайдерами, замість аналогічних локальних систем і додатків підприємства. Оцінка можливості побудови гібридної хмарної інфраструктури в цих роботах також не розглядається.

У статті [1] запропонована методика попередньої оцінки ефективності часткової міграції на хмарну платформу (рис.6) окремих модулів і підсистем додатків, ґрунтована на структурній декомпозиції архітектури додатка, проведенні техніко-економічної експертної оцінки ефективності міграції окремих підсистем додатка на основі сукупності нефункціональних вимог до експлуатації системи і, власне, обчисленні підсумкової оцінки ефективності реалізації додатка в гібридній хмарі з використанням метода аналізу ієрархій (MAI) [5].

Нефункціональні вимоги (NFR – non – functional requirement) до експлуатації додатка роблять істотний вплив на архітектуру системи. Це вимоги, які можуть використовуватися для оцінки функціонування системи, а не для конкретної її поведінки. Вони визначають архітектурно значимі вимоги, що називаються також атрибутами якості (рис. 6).

На рисунку 7 приведені пропоровані в методиці [1] деякі критерії і підкритерії оцінки ефективності реалізації гібридної хмарної архітектури додатка ІТ інфраструктури підприємства, що підлягає до часткової міграції в хмару.

Довготривалість збереження (Retention policy) – політика зберігання, вимога, яка визначає термін зберігання в пам'яті різних даних системи.

Пропускна спроможність (CCU, number of concurrent users) – вимога, що визначає кількість користувачів, які можуть працювати паралельно з системою.

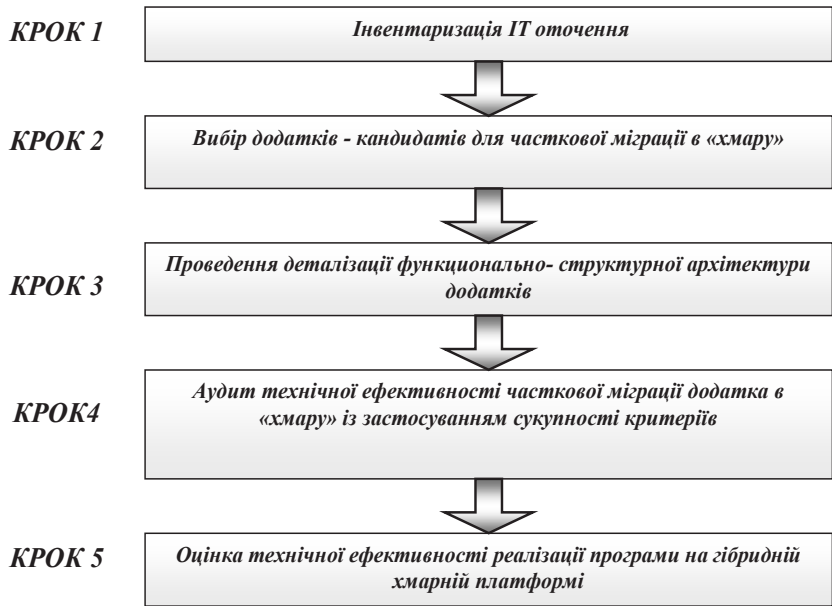


Рис. 6. **Методика оцінки технічної ефективності реалізації додатка на гібридній хмарній платформі**

Централізація збереження даних (Data centralization) – визначає вимоги до централізації або можливість розподіленого зберігання інформації системи.

Доступність (Availability) – характеристика системи, що визначає вимогу гарантованого обслуговування шляхом зменшення або управління збоями і мінімізацією часу планових простоїв.

Ступінь пульсації трафіку (Traffic pulsation degree) – визначає вимогу необхідної пропускної спроможності, зокрема за умов пікового навантаження.

Пропускна спроможність каналу (Channel bandwidth) – фізична характеристика комунікаційного каналу, що показує який об'єм даних може бути переданий через цей канал в одиницю часу; впливає на вартість оренди каналу.

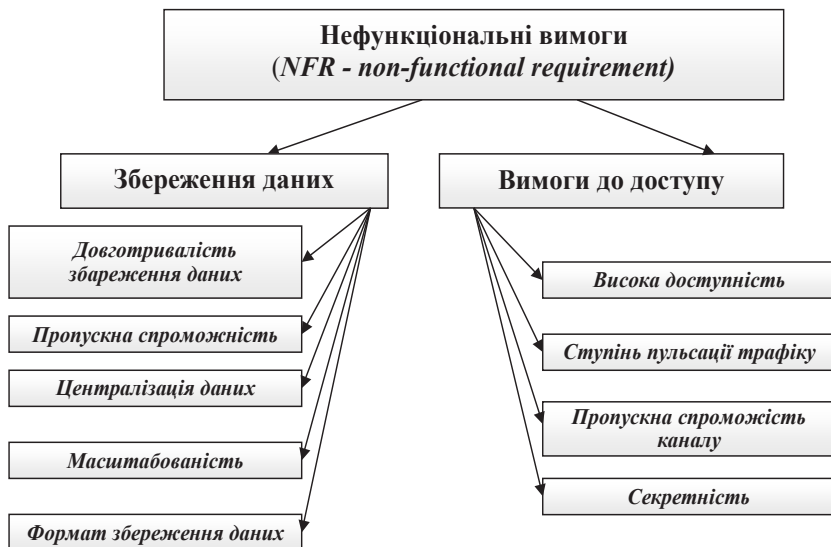


Рис. 7. Загальні вимоги (критерії) для проведення експертної оцінки технічної ефективності реалізації додатка на хмарній гібридній платформі

Секретність (Security) – визначає вимоги до безпеки системи, зокрема аутентифікації, авторизації користувача, захисту від атак.

В якості критеріїв економічної ефективності гібридної хмарної архітектури доцільно приймати:

- початкові витрати – вартість розробки системи;
- поточні витрати – вартість експлуатації системи

До зменшення цих витрат необхідно прагнути. Досвід використання хмарних технологій визначив наступні тенденції:

початкові витрати на створення системи та її апаратно-програмної платформи у разі реалізації в корпоративному ЦОД значно вище, ніж при хмарній реалізації;

поточні витрати на експлуатацію системи в хмарі в перспективі 5 років дорожче на 30% – 40%, чим експлуатація цієї ж системи в локальній інфраструктурі підприємства, а в перспективі 1 року вони приблизно рівні.

Процес використання МАІ для оцінки технічної ефективності реалізації додатка на гібридній хмарній платформі представляється наступною послідовністю дій (рис. 8):

- визначення ієрархії критеріїв оцінки технічної можливості;
- визначення пріоритетів критеріїв і підкритеріїв;
- оцінка підсистеми додатка за набором критеріїв;
- перевірка узгодженості отриманих результатів;
- обчислення загальної МАІ-оцінки для кожної підсистеми.

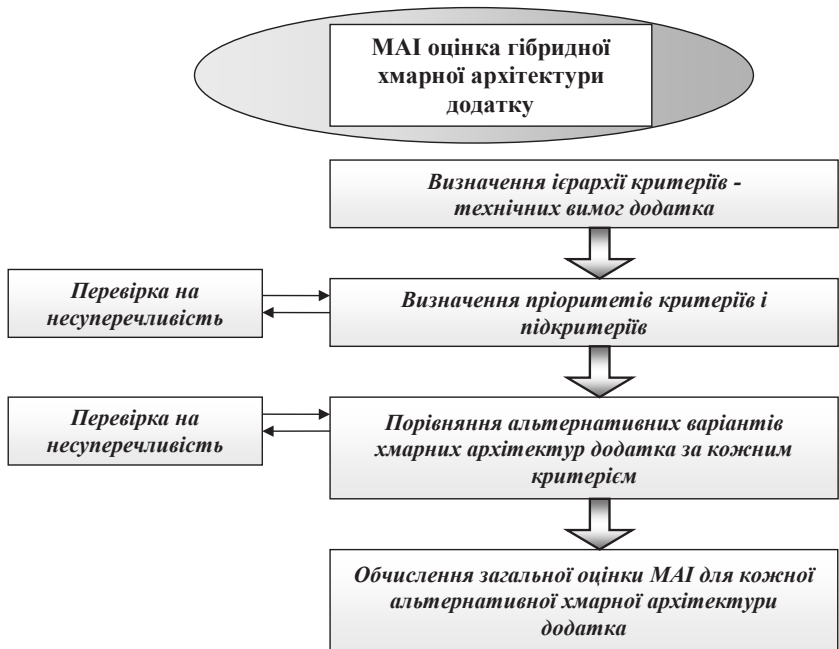


Рис. 8. Схема етапів МАІ для оцінки технічної ефективності реалізації додатка в гібридній «хмарі»

Обчислення загальної МАІ-оцінки для кожної альтернативи гібридної хмарної архітектури додатка, розраховується як сума добутків його відносного пріоритету за кожним критерієм і відносного пріоритету відповідного критерію за формулою (1).

$$S_x = \sum_{i=1}^M \sum_{j=1}^{N_i} (P_i) * (p_j) * (s_{ijx}), \quad (1)$$

де MAI-бал для x -ої підсистеми додатка;

M – число груп критеріїв;

N_i – число елементів в i -ої групі критеріїв;

P_i – значення пріоритету i -ої групи критеріїв;

P_{ij} – значення пріоритету j -го критерію, належного i -ої групі критеріїв;

S_{ijx} – бал порівняння x -ої альтернативної архітектури додатка по j -му критерію в i -ої групі критеріїв.

Порівняння підсумкових MAI-оцінок для кожної підсистеми – кандидата для міграції в хмару дозволяє отримати цілісне уявлення про технічну ефективність реалізації гібридної хмарної платформи і допомагає прийняти обгрунтоване рішення при модернізації ІТ-середовища підприємства.

Таким чином, гібридна хмарна інфраструктура бачиться в якості ключової стратегії в майбутньому, а компанії, які зможуть реалізувати найкраще поєднання публічної та приватної хмар в своєму ІТ середовищі, отримають довгострокові переваги [9].

Однак, використання хмарних технологій, в тому числі гібридна хмарна платформа, змінюють архітектуру програмно-апаратного забезпечення ІТ-інфраструктури підприємства, вносять значні зміни в розробку інструментальних засобів і прикладного програмного забезпечення, а також у способи зберігання і розподілу інформації.

На етапі прийняття рішення про можливу часткову міграцію в хмару виникає складне завдання – знайти і вибрати правильне поєднання приватних і загальнодоступних хмарних рішень в єдиному ІТ середовищі підприємства, зокрема модернізованому або створюваному додатку, для ефективного задоволення потреб бізнесу. Вирішення цього завдання вимагає ретельного аналізу архітектури переміщуваного додатка на підставі сукупності технічних атрибутів, критеріїв їх оцінки та власне методів і моделей прийняття остаточного рішення.

Література

1. Волощук Л.А., Поддержка принятия решений о реализации приложений в гибридной облачной инфраструктуре / Л.А. Волощук, О.И. Розновец, Д.Д. Волощук // Информатика та математичні методи в моделюванні, 2018. – Т.1, №1. – С. 87-98.
2. Волощук Л.А., Построение эффективной гибридной облачной архитектуры ИТ приложений / Л.А. Волощук, О.И. Розновец, Д.Д. Волощук // III Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених «Теоретичні та прикладні аспекти застосування інформаційних технологій в галузі природничих наук». – Одеса. – 2018. – С. 86-89.
3. Бриджеш Деб. Оценка пригодности корпоративных приложений для миграции в облако [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.ibm.com/developerworks/ru/library/cl-assessport/> – 02.03.2012.
4. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / пер. с англ. Р.Г. Вачнадзе. – М.: Радио и связь, 1993. – 278 с.
5. Разумников С.В. Модель поддержки принятия решений о миграции корпоративных приложений в облачную среду // Труды Вольно экономического общества России. – 2015 (194). – С. 490-502.
6. Gartner Says Worldwide Public Cloud Services Market to Grow 18 Percent in 2017. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.gartner.com/newsroom/id/3616417> – 22.02.2017.
7. Облачные вычисления (мировой рынок) // TAdviser, – [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Облачные_вычисления_\(мировой_рынок\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Облачные_вычисления_(мировой_рынок)) – 12.04.2018.
8. Облачные сервисы 2017. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cnews.ru/reviews/cloud2017> – 31.10.2017.
9. Paola Doebel. Hybrid IT: avoiding ‘cloud cliff’ by finding the right mix. Why Hewlett Packard Enterprise is banking on a shift towards hybrid IT adoption. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.businesstimes.com.sg/hub/empowering-enterprise/hybrid-it-avoiding-cloud-cliff-by-finding-the-right-mix> – 17.01.2018.
10. Hybrid cloud (гибридные облака) // TAdviser. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Hybrid_cloud_%28гибридные_облака%29 – 02.06.17.
11. Особенности выбора между частным, публичным и гибридным облаком. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.vmg.ru/news/it-grad-choosing-cloud-model> – 11.05.2017.

12. Кирилов И. Украинский рынок облачных сервисов-2016: за граница наступает? // Сети и Бизнес. – 2017. – №3 (94) – С. 24-32.
13. Черников А. Автостопом по галактике «Cloud Computing» // Компьютерное обозрение, [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ko.com.ua/avtostopom_po_galaktike_cloud_computing_102566 – 21.11.13.

РОЗДІЛ 12

АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ ТА ПРАКТИЧНИХ АСПЕКТІВ РОЗВИТКУ РИНКУ ІРО

*к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку, аналізу та аудиту
Одеський національний політехнічний університет
Кірсанова В.В.*

*к.е.н.,
ст. викладач кафедри обліку, аналізу та аудиту
Одеський національний політехнічний університет
Ковальова О.М.*

*к.е.н.,
ст. викладач кафедри фінансового менеджменту та фондового
ринку Одеський національний економічний університет
Іоргачова М.І.*

На сьогоднішній день існують різноманітні теоретичні підходи до визначення поняття ІРО (Initial Public Offering), які потребують систематизації найбільш суттєвих його компонентів.

ІРО або Initial public offering у перекладі з англійської мови визначається як первинне публічне розміщення цінних паперів.

З одного боку, ІРО представляє собою складний комплекс юридичних, організаційних та фінансових процедур, при якому задіяні не тільки сама компанія та потенційні інвестори, але й значна кількість посередників [1].

Нью-Йоркська фондова біржа (NYSE) розглядає ІРО як випуск акцій приватними компаніями з метою перетворення їх на публічні [2].

Відповідно до ст.28 Закону України «Про цінні папери та фондовий ринок», первинне публічне розміщення цінних паперів – це їх відчуження на підставі опублікування в засобах масової інформації або ого-

лошення будь-яким іншим способом повідомлення про продаж цінних паперів, зверненого до заздалегідь невизначеної кількості осіб [3].

Огляд наявних науково-методичних підходів до сутнісних рис ІРО наведено у таблиці 1.

Наявність широкого спектру ознак категорії «ІРО» свідчить про багатоаспектність цього явища та дає змогу охарактеризувати його з теоретичної та практичної сторін.

Таблиця 1. Сутнісні риси до визначення категорії ІРО

Підхід	Випуск нових акцій	Спосіб залучення ресурсів шляхом продажу цінних паперів	Розміщення на відкритому біржовому ринку	Зміна організаційно-правового статусу підприємства	Канал для отримання молодими підприємствами нового капіталу	Засіб для початкових вкладників вийти із участі у капіталі	Складний комплекс юридичних, організаційних та фінансових процедур	Продаж необмеженої кількості інвесторів	Механізм залучення довгострокового інвестиційного капіталу	Внесення акцій до котирувальних списків (лістингу)	Спосіб фінансування інвестицій в основний капітал
Гулькін П.Г. [4]	+	+	+	+							
Лукашов А.П. [5]					+	+					
Демченко А.В. [1]							+				
Нью-Йоркська фондова біржа [2]	+			+							
Танчак Я.А. [6]	+		+					+			
Корнеєва Ю.В. [7]	+							+	+		
Недільська Л.В. [8]	+		+							+	
Соколов М.В. [9]		+					+		+		
Шелехов К.В. [10]	+		+							+	+

Окрім традиційного підходу до визначення IPO, що передбачає розміщення на відкритому біржовому ринку, на чому наголошують автори П.Г. Гулькін, Я.А. Танчак, Л.В. Недільська, К.В. Шелехов, доцільно зазначити можливість його проведення поза біржовим ринком – серед інвестиційних фондів.

Більшість науковців [2, 4, 6, 7, 8, 10] визначають IPO як випуск нових акцій. Дані визначення певним чином обмежують уявлення про форму залучення інвестицій, оскільки деякі автори включають боргові цінні папери до фінансових інструментів первинної публічної емісії. Зупинимось на науковому підході залучення інвестицій через IPO на основі випуску акцій компаній.

На сучасному етапі розвитку ринку IPO, розгляду потребують особливості організаційної процедури розміщення цінних паперів, законотворча робота макрорегулятора у цій сфері, практичні аспекти взаємодії емітента з професійними учасниками фондового ринку та інвесторами, висвітлення актуалізації питання корпоративного управління.

Провести розміщення проспекту емісії цінних паперів з використанням IPO українські суб'єкти підприємницької діяльності можуть як на національних, так і на світових фондових біржах, у такий спосіб IPO буде міжнародним. Емітент у даному випадку має орієнтуватись на платоспроможний попит інвесторів та за цим критерієм визначати майбутню площадку для розміщення.

Питання платоспроможного попиту пов'язано з установленою емісійною ціною при первинному випуску цінних паперів. Як правило, цей критерій знаходиться на першому місці при проведенні інвестиційного аналізу інвесторами.

За даними звіту Ernst & Young, 91 % респондентів визначив привабливу ціну пропозиції акцій як ключовий фактор успіху IPO [11]. З одного боку, низька емісійна ціна визначає потенціал її зростання у майбутньому та є інвестиційно привабливою для покупців на фондовому ринку згідно з показником P/E та її кореляцією з балансовою вартістю P/BV, а з іншого – упущеною вигодою для емітента. «Money left on the table» або недооцінка акцій як тактика залучення фінансових ресурсів від інвесторів є свідомим фінансовим ризиком для емітентів.

Коливання вартості пайових цінних паперів після IPO у короткостроковій перспективі є свідченням некоректного розрахунку та обґрунтування оцінки акцій емітента.

Низхідна тенденція вартості акцій українських емітентів у перші півроку після IPO є як правило наслідком невпевненості іноземних інвесторів у фінансовій стійкості компанії та захищеності їх інвестицій.

Питання захищеності інвестицій та прозорості інформації емітента знаходяться у нерозривному взаємозв'язку та взаємодії для інвесторів при розробці інвестиційної стратегії.

За даними звіту Ernst & Young, 58 % опитаних респондентів інвесторів наполягають на отриманні щоквартальних звітів, що є важливою складовою інформаційної взаємодії з керівництвом компанії після IPO [11]. Зазначена вимога притаманна інвесторам в незалежності від регіону проведення IPO та типу організатора торгів цінними паперами. Однак, отримання фінансової інформації на постійній основі позначається на суттєвих витратах, що має нести емітент, оскільки для її складання на підприємстві має бути передбачена інфраструктура, що охоплює кваліфікованих співробітників, інформаційно-аналітичне та програмне забезпечення відповідних процесів та процедур.

Наразі в рамках українського правового поля відбувається робота щодо скорочення витрат на розкриття інформації. Новації законопроекту №5592-д покликані скоротити витрати акціонерних товариств у випадку відмови від статусу публічного на 15,4 тис.грн. за експертною думкою НКЦФПР, що складе 5,6 тис.грн. Окрім цього, запропоновано відмову публікації проспекту емісії цінних паперів у паперовій формі. Проведено роботу щодо демонополізації шляхів розкриття інформації емітентом.

Аналізуючи витрати емітентів, акцент має бути здійснено на розрахунках з професійними учасниками фондового ринку, які приймають участь у процесах IPO. Професійні учасники фондового ринку при проведенні IPO керуються не тільки обсягом потенційних доходів, що можуть бути отримані у разі успішної пропозиції, але й наголошують на необхідності збереження ділової репутації, що може похитнутися у разі невдалого розміщення. Вони мінімізують свої ризики шляхом провадження політики отримання об'єктивної інформації про реальний фінансовий стан та перспективи розвитку компанії-емітента, про її дійсних власників.

Проте збоку саме професійних учасників виникає ризик загрози переоцінки вартості цінних паперів, оскільки чим вищою є ціна розміщення, тим потенційно є більшими їх комісійні доходи.

Емітенту доцільно приймати до уваги досвід роботи на ринку професійних учасників та особливості компаній, з якими вони співпрацювали: сфера національної економіки, вартість активів компанії, географія надання послуг. Відбір професійних учасників за визначеними критеріями дозволить мінімізувати ризики емітентів щодо невдалого розміщення цінних паперів.

За даними звіту PwC «IPO Watch Europe 2017» [12], на Європейських фондових біржах лідував фінансовий сектор за обсягом коштів, залучених через механізм IPO 16,7 млрд. дол. або 38 % від загальної вартості первинних публічних розміщень цінних паперів.

На другому місці знаходяться акції промислових підприємств, які сукупно принесли 7,9 млрд. дол. емітентам або 18 % від загальної вартості розміщень, на третьому місці індустрія споживчих товарів – 6,4 млрд. дол. або 15 % від загальної вартості первинних публічних розміщень цінних паперів на європейському ринку.

В Україні за підсумком 2016 року за обсягом та кількістю зареєстрованих Комісією випусків акцій на першому місці знаходиться фінансова та страхова діяльність – 97,51 % за рахунок необхідності забезпечення фінансової стійкості банківської системи шляхом капіталізації ПАТ КБ «Приват банк». Обсяг емісії ПАТ КБ «Приват банк» у розмірі практично 146,24 млрд.грн. визначався потребою у додатковому капіталі націоналізованого банку задля стабілізації його фінансового-економічного стану та діяльності. На другому місці за обсягом емісії – переробна промисловість, що продовжує тенденцію попереднього року.

ТОП-10 емітентів, які зареєстрували найбільші випуски акцій протягом 2016 року наведено у таблиці 2.

Перелік торговців цінними паперами з найбільшим обсягом торгів акціями на біржовому ринку у 2016 році наведено у таблиці 3.

Перелік торговців цінними паперами з найбільшим обсягом торгів акціями на позабіржовому ринку у 2016 році наведено в таблиці 4.

Порівнюючи обсяги виконаних контрактів торговцями цінними паперами на біржовому та позабіржовому сегментах, можна поба-

Таблиця 2. **ТОП-10 емітентів, які зареєстрували найбільші випуски акцій протягом 2016 року, [13]**

№	Найменування емітента	Обсяг емісії, млн.грн.	Частка у загальному обсязі емісії, %
1	ПАТ КБ «Приватбанк»	146 238,28	73,35
2	ПАТ «ДЕРЖАВНИЙ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИЙ БАНК УКРАЇНИ»	9 319,00	4,67
3	ПАТ «ВТБ БАНК»	8 900,00	4,46
4	ПАТ «УКРСОЦБАНК»	8 806,96	4,42
5	ПАТ «ДЕРЖАВНИЙ ОЩАДНИЙ БАНК УКРАЇНИ»	4 955,52	2,49
6	ПАТ «АЛЬФА-БАНК»	4 779,14	2,40
7	ПАТ «СБЕРБАНК»	4 293,00	2,15
8	ПрАТ «А/Т ТЮТЮНОВА КОМПАНІЯ «В.А.Т.-ПРИЛУКИ»	3 750,00	1,88
9	ПАТ «БМ БАНК»	1 650,00	0,83
10	ПАТ «АКЦІОНЕРНИЙ КОМЕРЦІЙНИЙ ПРОМИСЛОВО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ БАНК»	1 606,84	0,81

Таблиця 3. **ТОП-10 ТЦП з найбільшим обсягом торгів акціями на біржовому ринку у 2016 році, [13]**

№	Найменування ТЦП	Обсяг біржових контрактів на організаторах торгівлі, млн грн.	Відсоток від загального обсягу біржових контрактів на організаторах торгівлі (%)
1	ТОВ «ФК «УКРАНЕТ»	563,60	27,14%
2	ТОВ «УНІВЕР КАПІТАЛ»	468,24	22,55%
3	СП ТОВ «ДРАГОН КАПІТАЛ»	285,21	13,74%
4	ТОВ «І-ІНВЕСТ»	166,37	8,01%
5	ПрАТ «ІФК «АРТ КАПІТАЛ»	82,98	4,00%
6	ТОВ «ФК «СОКРАТ»	59,91	2,89%
7	ТОВ «НАВІГАТОР-ІНВЕСТ»	56,01	2,70%
8	ТОВ «ВЕЛКО ІНВЕСТ»	45,80	2,21%
9	ТОВ «ТАСК-БРОКЕР»	42,01	2,02%
10	ТОВ «ІФК «ПРОФІНВЕСТ»	41,27	1,99%

Таблиця 4. **ТОП-10 ТЦП з найбільшим обсягом торгів акціями на позабіржовому ринку у 2016 році, [13]**

№	Найменування ТЦП	Обсяг виконаних договорів, млн грн.	Відсоток від загального обсягу виконаних договорів(%)
1	ТОП «ФК ГАМБИТ»	197 831,08	41,18%
2	ТОВ «ІК «БІЗНЕС-ІНВЕСТ»	160 772,19	33,47%
3	ТОВ «Капітал-Стандарт»	14 088,90	2,93%
4	ТОВ «ФОНДОВА КОМПАНІЯ «ОЛІМП»	7 005,16	1,46%
5	ТОВ «БЕНЕФІТ БРОК»	6 962,31	1,45%
6	ПАТ «Райффайзен Банк Аваль»	6 953,59	1,45%
7	ПАТ «Діамантбанк»	3 581,15	0,75%
8	ТОВ «ЕНЕРГЕТИЧНА РЕЄСТРАЦІЙНА КОМПАНІЯ»	3 342,57	0,70%
9	ТОВ «Український енергетичний реєстр»	3 194,66	0,67%
10	ТОВ «ДОНБРОКФІНАНС»	3 060,72	0,64%

чити превальювання позабіржового сегменту на ринку пайових цінних паперів України.

Більша частина професійних учасників фондового ринку в Україні належить до категорій мікро- та малих підприємств, які в результаті змін в проєкті Закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» не підпадають під визначення «підприємства, що становлять суспільний інтерес», що суперечить характеру їх діяльності, оскільки лише у розпорядженні компаній з управління активами знаходиться близько 269,41 млрд.грн., а сумарна вартість обсягу угод з акціями найкрупнішими торговцями цінними паперами на біржовому та позабіржовому сегментах фондового ринку в інтересах клієнтів склала 3101,99 млрд.грн. Таким чином, недоцільно застосовувати спрощені вимоги до звітування професійних учасників фондового ринку та актуальним питанням є їх віднесення до підприємств, що становлять суспільний інтерес. Імплементация зазначених змін дозволить вивести з тіньової зони операції на фондовому ринку та уникнути системних ризиків для фінансового сектору.

При виборі фондової площадки для розміщення цінних паперів, вагомим аргументом є вартість лістингу. Фондові біржі стягують лістингові платежі з емітентів за ініціативою останніх щодо включення їх цінних паперів до біржового реєстру. Основні торговельні площадки фондових бірж, як правило, стягують більші за обсягом лістингові збори, аніж альтернативні фондові біржі.

Тариф щодо проведення процедури лістингу включає наступні елементи витрат (на прикладі Української Біржі) [14]:

перевірка шляхом проведення експертизи щодо відповідності цінного паперу емітенту та фінансових показників компанії вимогам лістингу та допуск цінних паперів до біржового списку (сума одноразової виплати складає 500 грн без ПДВ на вимогу заявника);

проведення моніторингу щодо відповідності цінного паперу та показників емітенту вимогам перебування у біржовому списку, що здійснюється щорічно з тими емітентами, з якими підписано договір на лістинг (сума щорічної виплати складає 500 грн без ПДВ);

перевірка шляхом проведення експертизи щодо відповідності цінного паперу емітенту та показників емітента вимогам лістингу та допуск цінних паперів до біржового реєстру – лістингу 1 або 2 рівнів (сума одноразової виплати складає 500 грн без ПДВ на вимогу заявника);

надання довідкової інформації щодо результатів торгів – довідка надається протягом трьох днів, після отримання запиту (200 грн без ПДВ на вимогу заявника за кожну довідку, окрім емітентів, з якими укладено договір).

Кількість лістингових компаній є основою для оцінки рівня капіталізації ринку та похідних від цього показників. З кінця 2014 року по 2016 рік частка позалістингових цінних паперів зростає з року в рік та досягає 99,34 % на 31.12.2016 р., що свідчить про завищені критерії лістингу на українських фондових площадках та недовіра цього інструменту моніторингу якості цінних паперів. Аналогічну динаміку демонструє співвідношення капіталізації лістингових компаній до ВВП, що сягає 0,82 % станом на 31.12.2016 р. порівняно зі значенням 29,21 % станом на 31.12.2014 р. за даними Річного звіту за 2016 рік Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. Окремою проблемою є диспропорція у розподілі лістингових цінних паперів за фондовими біржами, що є перепоною для формування та функці-

онування ліквідного фондового ринку. Засновуючись на статистичних даних можна констатувати, що наразі лістингові вимоги не враховують потреби економічної системи та не надають реалістичної картини умов роботи бізнесу.

У процесі аналізу ліквідності цінних паперів та можливості подальшого залучення цінних паперів, оцінки потребують новації процесів лібералізації фондового ринку.

Лібералізація нормативно-правової бази з питань фондового ринку України в контексті євроінтеграції проявляється у прийнятті Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо підвищення рівня корпоративного управління в акціонерних товариствах» № 1983-19 від 23.03.2017 р., який відповідно до впровадження положень Директиви № 2004/25/ЄС Європейського парламенту та Ради від 21.04.2004 визначає умови та порядок squeeze-out: «обов'язковий продаж простих акцій акціонерами на вимогу особи (осіб, що діють спільно), яка є власником домінуючого контрольного пакета акцій» [15]. Нововведення спрямовані на захист інтересів як мажоритарних, так і міноритарних акціонерів.

На думку Посикалюк О.О. «squeeze-out дозволяє усунути дисбаланс між вартістю триваючого захисту прав міноритарних акціонерів, яка стає непропорційною, коли кількість міноритаріїв є зовсім незначною, і витратами та ризиками, які несе мажоритарний акціонер» [16].

У економічно розвинутих системах, squeeze-out застосовується у випадку набуття акціонером певної граничної кількості акцій публічного акціонерного товариства у розмірі від 90 до 95 % у структурі статутного капіталу.

Українське законодавство регламентує запровадження механізму обов'язкового продажу акцій акціонерами на вимогу акціонера – власника 95 % акцій товариства. У випадку набуття акціонером (акціонерами) контрольного пакету акцій (75 % і більше відсотків простих акцій публічного акціонерного товариства) передбачено виникнення обов'язку запропонувати всім іншим акціонерам товариства придбати у них їхні акції.

Впровадження у практику українського фондового ринку Squeeze-out дозволяє привнести позитивні зміни у діяльність корпоративного сектору, а саме:

- скорочення витрат акціонерного товариства, що пов'язані з підтриманням публічного статусу компанії;
- удосконалення та оптимізація організаційної діяльності спостережної ради акціонерного товариства;
- скорочення витрат на проведення загальних зборів акціонерів;
- спрощення проведення планових аудиторських перевірок акціонерних товариств;
- підвищення ефективності управління акціонерним товариством, у т.ч. шляхом уникнення ризиків блокування стратегічних рішень компанії;
- запровадження squeeze-out усуває ризики грінмейлу або корпоративного шантажу з боку міноритарних акціонерів;
- зменшення витрат, пов'язаних з взаємодією з професійними учасниками фондового ринку, а саме депозитарними установами та торговцями цінних паперів;
- отримання справедливої ціни за акції міноритарними акціонерами, що набуває актуальності у випадку прийняття акціонерним товариством рішення щодо невиплати дивідендів у звітному періоді.

Крім того, після проведення IPO полегшується процес зливань та поглинань, оскільки партнери можуть керуватися більш об'єктивною інформацією, отриманою з незалежного джерела. Все це пояснює швидкість поширення IPO.

Ефективність провадження корпоративного управління компанією відноситься до ризиків «не фінансового» характеру відповідно до досліджень світових рейтингових агентств. Наслідки недосконалої якості корпоративного управління проявляється наступним чином:

- ускладненість механізму прийняття рішень, що впливає на несвоечасність застосовуваних тактичних та стратегічних кроків;
- втрата конкурентних переваг у зв'язку зі зниженням інвестиційної привабливості;
- залежність стратегічного курсу компанії від конкретних особистостей, що може дестабілізувати її фінансову стійкість;
- незбалансованість фінансових потоків за видами, розподілом у часі та обсягом коштів;
- наявність нерозв'язаних корпоративних конфліктів, що впливають на зменшення стійкості компанії.

- непрозорість операцій та угод, що здійснюються з пов'язаними особами;
- відсутність корпоративної культури в компанії.

Актуальність розв'язання зазначених проблемних питань підтверджується наступними статистичними даними: «56 % інвесторів вимагають своєчасного надання інформації про стратегічні рішення та зміни, прийняті керівництвом компанії, у т.ч. відносно угод на ринку М&А, переміщення/звільнення ключового персоналу,впровадження інновацій» [11].

Прогалини у законодавстві України, що обмежують первинний публічний випуск цінних паперів українськими емітентами за кордонами національного фондового ринку, мають прояв у деяких нормативно-правових положеннях, а саме:

1. Емісія акцій передбачена виключно у національній валюті згідно зі ст. 6 Закону України «Про цінні папери та фондовий ринок» № 3480-IV від 23.02.2006 р. [3]. Зазначена редакція Закону накладає валютні ризики на інвесторів за кордоном, що негативно впливає на інвестиційний імідж цінних паперів українських емітентів.

2. Удосконалення потребує Рішення НКЦПРФР від 20.06.2013 № 1105 «Про затвердження Порядку надання дозволу на розміщення та/або обіг цінних паперів українських емітентів за межами України» [17] в частині подальшого спрощення процедури розміщення та обігу цінних паперів за межами національного фондового ринку.

3. Вузкий спектр фінансових інструментів, які регламентовані законодавством України, що є перепорою для диверсифікації інвестиційного портфелю українськими інвесторами на міжнародних ринках капіталу.

Позитивними кроками у цьому напрямку було скорочення строку надання послуги регулятором; збільшення максимальної частки акцій емітента, яка може бути розміщена за межами України; усунення обмежень щодо мінімального розміру статутного капіталу емітента.

Реалізація Комплексної програми розвитку фінансового сектору України до 2020 року [18] орієнтована на підвищення рівня корпоративного управління учасників фінансового сектору, у тому числі за рахунок посилення ролі наглядових рад, коригування функціоналу наглядових рад, комітетів наглядових рад, коригування критеріїв неза-

лежності членів наглядових рад, розбудови інституту незалежних директорів, введення корпоративного секретаря, визначення підстав та ініціаторів проведення внутрішнього та незалежного аудиту.

Робота в напрямку пом'якшення нормативно-законодавчих вимог до IPO є однією з провідних тенденцій фондового ринку розвинутих економічних систем. Удосконалення правових аспектів ринку IPO визначило нові перспективи для його учасників, зокрема для Американського регіону, а саме:

1. Реалізація процедури проведення IPO без необхідності розкриття конфіденційної інформації, що підвищує рівень стійкості компанії та її опору недобросовісній конкуренції. Для українського фондового ринку зазначена практика набуває особливої актуальності, оскільки публічні підприємства повинні регулярно оприлюднювати інформацію про свої фінансові показники і власників, що володіють більше як 5 % статутного капіталу.

2. Можливість продовжувати роботу в якості приватної компанії ще деякий час після проведення IPO.

3. Акумуляція фінансових ресурсів через механізм краудфандінгу або «громадського фінансування».

4. Інформування про діяльність компанії аналітичними агентствами відразу після проведення первинної публічної емісії цінних паперів.

5. Законодавчі ініціативи, що дозволяють здійснити уточнення настрою інвесторів перед IPO.

Задля ефективного впровадження механізмів IPO на фондовому ринку має бути підвищена ефективність діалогу шляхом залучення представників учасників ринку до обговорення всіх основних змін, що планується реалізувати.

Основними факторами, що стримують розвиток ощадних строків учасників фондового ринку, які є ключовими інституційними інвесторами ринку у питаннях постачання фінансових ресурсів на довгостроковій основі, є наступні:

1) низький рівень фінансового грамотності, обізнаності та інклюзії в Україні;

2) недовіра домогосподарств до посередників фінансового ринку щодо необхідності надання фінансових ресурсів у розпорядження на довгострокових засадах;

3) відсутність сталого взаємозв'язку між суб'єктами підприємницької діяльності та страховими компаніями, недержавними пенсійними фондами щодо придбання фінансових послуг для працівників;

4) прогалини у нормативно-правовому та інформаційному забезпеченні розвитку недержавного пенсійного забезпечення та страхування;

5) незначна прибутковість активів недержавних пенсійних фондів та страхових компаній у наслідок обмеженого вибору фінансових інструментів, що пропонуються для купівлі-продажу на фінансовому ринку;

6) обмежені фінансові ресурси домогосподарств, що є перепорою для участі у системі недержавного пенсійного та страхового забезпечення;

7) недостатнього поширення набула робота макрорегуляторів у сфері фінансової обізнаності суб'єктів національної економіки.

У ринковій моделі фінансового ринку IPO слугує ресурсом для впровадження інноваційних змін на підприємстві. Відзначимо існування певного прямого зв'язку між рівнем інноваційності компанії та її розміром, оскільки для здійснення інновацій необхідна відповідна матеріально-ресурсна база для здійснення наукових досліджень та розробок.

Особливою рисою для українського фондового ринку є здійснення IPO значними за розміром компаніями, які вже мають достатній практичний досвід та стабільну динаміку показників фінансово-господарської діяльності. Цілком допустимим є припущення щодо існування кореляційної залежності між кількістю проведених IPO та показниками структурної статистики по суб'єктах господарювання з розподілом за їх розмірами, оскільки здійснення інвестиційної діяльності так само властиво великим та середнім успішним та прибутковим компаніям. Результати аналізу представлено на рис. 1 на основі даних за період 2013-2016 рр.

З рисунку можна побачити, що реалізація процедури IPO дуже тісно пов'язана з розміром компанії. Тобто, на відміну від зарубіжних країн, де IPO здійснюється в основному молодими компаніями, в Україні зовсім інша ситуація – IPO здійснюється великими та стабільними компаніями, що мають певний позитивний досвід існування на ринку до моменту здійснення ними первинного публічного розміщення цінних паперів.

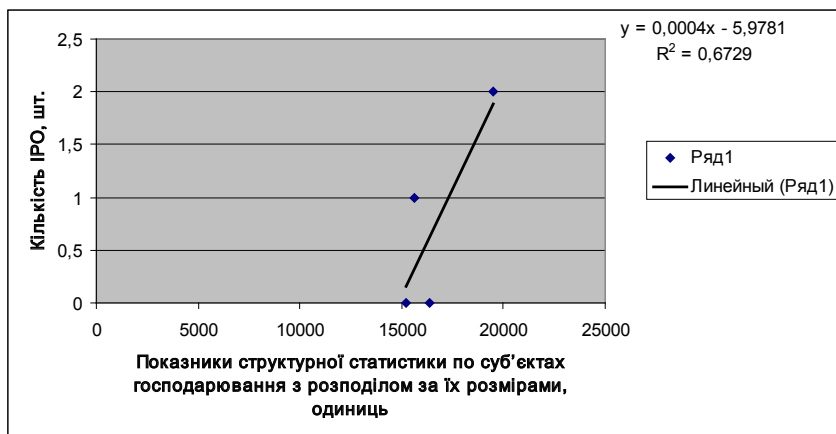


Рис. 1. Графічне зображення взаємозв'язку кількості IPO та розміру емітентів (великі та середні підприємства)

Джерело: складено авторами за даними [13, 19]

Проведений аналіз на основі використання інструментів економіко-математичного моделювання дає можливість зробити висновок, що такі процеси та явища в національній економіці, як здійснення інноваційної діяльності так само як й проведення IPO, є властивими значним за розмірами та стабільним компаніям.

Таким чином, у проведеному дослідженні розглянуто існуючі науково-методичні підходи до визначення IPO, що дозволило виокремити сутнісні риси даного поняття. На основі проведення систематизації було розглянуто теоретичні та практичні аспекти залучення інвестицій через IPO на основі випуску акцій компаній.

Визначено місце емісійної ціни у системі факторів успіху IPO та уточнено вплив її некоректного розрахунку на положення компанії на фондовому ринку.

Особлива увага була приділена питанням захищеності інвестицій та прозорості інформації емітента. Було проаналізовано новації у цьому питанні в рамках українського правового поля, зокрема зміни щодо скорочення витрат акціонерних товариств у випадку відмови від

статусу публічного, відмови публікації проспекту емісії цінних паперів у паперовій формі, щодо демонополізації шляхів розкриття інформації емітентом.

Проаналізовано актуальні тенденції та динаміку розвитку ринку ІРО в Україні та на Європейських фондових біржах.

Згруповано переваги від впровадження у практику українського фондового ринку Squeeze-out та досліджено наслідки недосконалої якості корпоративного управління.

Виділені прогалини у законодавстві України, що обмежують первинний публічний випуск цінних паперів українськими емітентами за кордонами національного фондового ринку та досліджено позитивний досвід пом'якшення нормативно-законодавчих вимог до ІРО, що є однією з провідних тенденцій фондового ринку розвинутих економічних систем.

Узагальнено основні фактори, що стримують розвиток ощадних строкових учасників фондового ринку, а саме недержавних пенсійних фондів, страхових компаній, які є ключовими інституційними інвесторами ринку у питаннях постачання фінансових ресурсів на довгостроковій основі.

Література

1. Демченко А.В. Этапы IPO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://iteam.ru/publications/corporation/section_98/article_3195. – Назва з екрана. – Доступно на 10.02.2018.
2. Офіційний сайт New York Stock Exchange [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nyse.com/>. – Назва з екрана. – Доступно на 10.02.2018.
3. Закон України “Про цінні папери та фондовий ринок” від 23.02.2006 3480-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3480-15>. – Назва з екрана. – Доступно на 10.02.2018.
4. Гулькин П. Практическое пособие по первоначальному публичному предложению акций (IPO) / П. Гулькин. – СПб : Аналитический центр «Альпари СПб», 2004. – 238 с.
5. Лукашов А. IPO от I до O : пособие для финансовых директоров и инвестиционных аналитиков. /А. Лукашов, А. Могин. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 361 с.

6. Танчак Я. А. IPO як альтернативний інструмент залучення інвестицій в економіку країни/Я. А. Танчак // Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. – 2015. – Вип. 3. – С. 260-263.
7. Корнєєва Ю. В. Практика первинного розміщення акцій державних підприємств на міжнародних фінансових ринках / Ю. В. Корнєєва // Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Вип. 116. – С. 150-154.
8. Недільська Л. В. IPO у фінансуванні вітчизняних агровиробників / Л. В. Недільська // Вісник ЖНАЕУ. – 2015. – № 1 (48), т. 2. – С. 152–160.
9. Соколов М. В. IPO як спосіб здійснення приватизації та постприватизаційного розвитку підприємств / М. В. Соколов, О. М. Кошик, І. В. Фабрика // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2013. – Вип. 24. – С. 60-67.
10. Шелехов К. В. Переваги первинного публічного розміщення акцій (IPO) як інвестиційного інструменту залучення капіталу виробничим підприємством / К. В. Шелехов, А. О. Тарасенко// Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2012. – Вип. 3.
11. Звіт 2017 року Ернст энд Янг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-right-team-right-price-right-story-rus/\\$FILE/EY-right-team-right-price-right-story-rus.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-right-team-right-price-right-story-rus/$FILE/EY-right-team-right-price-right-story-rus.pdf). – Назва з екрана. – Доступно на 10.02.2018.
12. Звіт PWC «IPO Watch Europe 2017» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pwc.co.uk/audit-assurance/assets/pdf/ipo-watch-europe-2017-annual-review.pdf>. – Назва з екрана. – Доступно на 10.02.2018.
13. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nssmc.gov.ua/>. – Назва з екрана. – Доступно на 10.02.2018.
14. Офіційний сайт Української біржі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.uk.ua/ua/. – Назва з екрана. – Доступно на 10.02.2018.
15. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо підвищення рівня корпоративного управління в акціонерних товариствах» від 23.03.2017 № 1983-19 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1983-19/page2>. – Назва з екрана. – Доступно на 10.02.2018.

16. Посикалюк О. О. Механізм примусового продажу акцій squeeze-out : досвід ЄС та перспективи впровадження в законодавство України / О. О. Посикалюк // Проблеми модернізації приватного права в умовах євроінтеграції : збірник наукових праць / за заг. ред. Ю. В. Білоусова ; НДІ приватного права і підприємництва імені академіка Ф. Г. Бурчака НАПрН України, Хмельницький університет управління та права. – Хмельницький : ФОП Мельник А. А., 2015. – С. 94–102.
17. Рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку «Про затвердження Порядку надання дозволу на розміщення та/або обіг цінних паперів українських емітентів за межами України» від 20.06.2013 № 1105 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1201-13>. – Назва з екрана. – Доступно на 10.02.2018.
18. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року. Постанова Правління Національного банку України від 18.06. 2015 року № 391. [Електронний ресурс] / Національний банк України. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=18563297>. – Назва з екрана. – Доступно на 10.02.2018.
19. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана. – Доступно на 10.02.2018.

РОЗДІЛ 13

ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

*К.е.н.,
доцент кафедри менеджменту та інновацій,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Борщ В.І.*

Сучасна система охорони здоров'я в Україні зазнає значних змін. В Україні наприкінці 2017 року було розпочато реформування медичної галузі, що має привести до абсолютно нової господарсько-фінансової моделі охорони здоров'я. Формування сучасної моделі системи охорони здоров'я України, яка б відповідала рівню розвинутих європейських країн є одним із головних завдань політики держави.

Невід'ємним елементом формування сучасної моделі системи охорони здоров'я мають стать інновації. Проте дуже часто інноваційна діяльність у сфері охорони здоров'я зводиться лише до впровадження технологічних, технічних, медичних та фармацевтичних інновацій, не враховуючи управлінські, фінансові, економічні та маркетингові інновації. Отже, важливим є формування інноваційної моделі розвитку національної системи охорони здоров'я, яка б враховувала усі перераховані компоненти. Це зумовлюється не лише принципом системності інноваційної діяльності (який властивий для будь-якої галузі, як виробничої, так і невиробничої), а й рівнем ефективності та результативності діяльності галузі.

Так науковці та аналітики в сфері управління охороною здоров'я розрізняють три основних складові ефективності діяльності в сфері охорони здоров'я:

- медична ефективність;
- соціальна ефективність;
- економічна ефективність.

Рівень медичної та соціальної ефективності є пріоритетними для аналізу ефективності та результативності медичної галузі в цілому (тобто на макрорівні). Без оцінки результатів медичної та соціальної ефективності не може бути визначена і економічна ефективність.

Проте в силу сучасних реформ, що запроваджуються сьогодні в національній системі охорони здоров'я (особливо враховуючи принцип автономізації), ми маємо зауважити, що для медичного закладу чи установи пріоритетним стає рівень економічної ефективності.

Медична ефективність – це ступінь досягнення медичного результату та ефективність використання ресурсів при його досягненні. Відносно одного конкретного хворого медичним результатом може бути одужання або поліпшення стану здоров'я, відновлення втрачених функцій органів і систем. На рівні закладів охорони здоров'я і галузі в цілому медична ефективність вимірюється безліччю специфічних показників: питома вага вилікуваних хворих, зменшення випадків переходу захворювання в хронічну форму, зниження рівня захворюваності населення.

Медична ефективність відображає ступінь досягнення поставлених завдань діагностики та лікування захворювань з урахуванням критеріїв якості, адекватності та результативності. Медичне втручання може бути більш результативним, якщо науковий рівень і практика його проведення забезпечують найкращий результат медичної допомоги при найменших витратах всіх видів ресурсів. Але навіть при ідеальному як медичної праці може бути не досягнута кінцева мета – здоров'я людини.

Основними критеріями медичної ефективності при аналізі медичного результату є: (а) захворюваність; (б) ускладнення; (в) перебіг хвороби; (г) рецидив захворювання.

Соціальна ефективність – це ступінь досягнення соціального результату. Відносно конкретного хворого – це повернення його до праці та активного життя в суспільстві, задоволеність медичною допомогою. На рівні всієї галузі – це збільшення тривалості майбутнього життя населення, зниження рівня показників смертності та інвалідності, задоволеність суспільства в цілому системою надання медичної допомоги. Характеризується зниженням абсолютних і відносних показників захворюваності населення.

Економічна ефективність – це співвідношення отриманих результатів і зроблених витрат. Розрахунок економічної ефективності пов'язаний з пошуком найбільш економічного використання наявних ресурсів. Цей показник є необхідною складовою ланкою в оцінці функціонування системи охорони здоров'я в цілому, окремих її підрозділів та структур, а також економічним обґрунтуванням заходів щодо охорони здоров'я населення.

Економічна ефективність в охороні здоров'я розглядається в двох напрямках: по-перше, ефективність використання різних видів ресурсів, по-друге, з точки зору впливу охорони здоров'я на розвиток суспільного виробництва в цілому.

Особливість охорони здоров'я полягає в тому, що нерідко медичні заходи лікувального та профілактичного характеру можуть бути економічно не вигідні, однак медичний і соціальний ефект вимагає їх проведення. Так, при організації медичного обслуговування літніх людей з хронічними і дегенеративними захворюваннями, хворих з розумовою відсталістю тощо при явній медичній та соціальній ефективності економічний ефект буде негативним. При використанні сучасних медичних препаратів, інтенсивної терапії та реанімації досягається медичний і соціальний ефект – зберігається життя людини, проте вона може стати інвалідом і позбутися можливості займатися суспільно-корисною працею.

Економічна ефективність в охороні здоров'я не може бути визначальною при виборі тих чи інших засобів профілактики, лікування, організаційних форм надання медичної допомоги. Проте критерії економічної ефективності – поряд з медичною та соціальною ефективністю – можуть допомогти у встановленні черговості проведення тих чи інших заходів в умовах обмежених ресурсів.

Особливістю охорони здоров'я є те, що праця, витрачена на надання медичної допомоги, може бути менше праці, що була зекономлена завдяки цій допомозі. Наприклад: одужання працездатного працівника, яке буде означати зменшення витрат національного доходу від недовиробленої продукції, тобто принесе значний економічний ефект. Водночас, одужання непрацездатного пенсіонера або інваліда не принесе економічного ефекту, більше того, означатиме додаткові втрати у зв'язку з необхідністю виплати пенсії по старості або допомоги по інвалідності.

У медицині немає чіткого взаємозв'язку між кількістю витраченої лікарем праці та кінцевим результатом. Не завжди зекономлена за рахунок відновлення здоров'я праця більше вкладеного лікарем на одну і ту ж величину. Наприклад, при однаковій патології на літню людину буде витрачено більше часу і коштів, ніж на молодого, а результат може бути неоднозначним.

Для розуміння особливостей прояву економічної ефективності в охороні здоров'я великий інтерес представляє аналіз ефективності послідовних витрат праці медичних працівників. Найбільш ефективними є початкові витрати праці на рівні, що забезпечує перелом у ході хвороби. Подальші витрати сприяють прискоренню одужання, але в принципі, вони вже не є настільки ж ефективними, як спочатку.

Знання економічної ефективності лікування та попередження захворювань дозволяє отримати інформацію про витратні засоби, що, в свою чергу, більш точно дозволяє визначити нормативи фінансування.

На макрорівні, методичні підходи до визначення економічної ефективності охорони здоров'я ґрунтуються, перш за все, на визначенні вартості окремих видів медичної допомоги та санітарно-епідеміологічного обслуговування, а також величини збитку, що наноситься тими чи іншими захворюваннями. Вартісні показники медичної допомоги служать вихідними для порівняння витрат і економічного ефекту при визначенні економічної ефективності охорони здоров'я.

На макрорівні, методичні підходи до визначення економічної ефективності (тобто на рівні медичного закладу чи установи) мають здійснюватися на основі управлінського, фінансового та економічного аналізу діяльності медичного закладу.

В цілому, на рівні народного господарства, ефективність охорони здоров'я виражається ступенем її впливу на збереження і поліпшення здоров'я населення, підвищенням продуктивності праці, в запобіганні збільшення витрат на охорону здоров'я і витрат по соціальному страхуванню і соціальному забезпеченню, в економії витрат в галузях матеріального виробництва та невиробничої сфери, збільшенням приросту національного доходу.

Отже, враховуючи принцип ефективності та результативності управління системою охорони здоров'я, то ми бачимо, що є необхід-

ним впровадження моделі розвитку національної системи охорони здоров'я, яка б враховувала інновації за всіма трьома рівнями: медичним, соціальним та економічним.

На нашу думку, інноваційна модель розвитку національної системи охорони здоров'я схематично може бути представлена наступним чином (див. рис. 1).

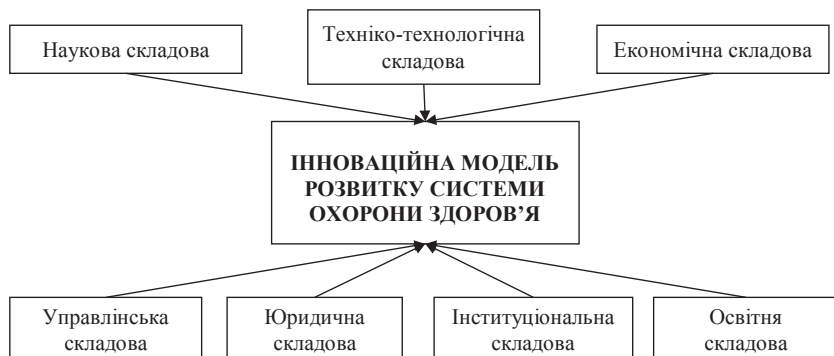


Рис. 1. Елементи інноваційної моделі розвитку національної системи охорони здоров'я

Джерело: розроблено автором

Отже інноваційна модель розвитку національної системи охорони здоров'я має долучати до себе наступні складові елементи:

науковий елемент: комплекс інноваційний розробок в медичній, фармацевтичній та стоматологічній сфері, який проводиться на фундаментальному рівні;

техніко-технологічний: комплекс інноваційних технологій, техніки та обладнання, що має забезпечуватися на прикладному рівні;

економічний: впровадження інноваційних моделей фінансування, інвестування, здійснення господарської діяльності медичними закладами та установами, що забезпечують принцип автономізації;

управлінський: впровадження інновацій в сфері управління медичними установами, що мають бути направлені на впровадження новітніх систем та методів стимулювання та мотивування персоналу, фінансового менеджменту, управління маркетингом медичних послуг,

запровадження інтелектуальних технологій та інформаційних систем з метою підвищення ефективності управління тощо;

юридичний: формування належної законодавчої бази для впровадження усіх видів інновацій в системі охорони здоров'я та запровадження заходів щодо захисту права інтелектуальної власності;

інституціональний: формування належної інноваційної інфраструктуру для впровадження інноваційної моделі розвитку національної системи охорони здоров'я, що має бути забезпечена фінансовою та державною підтримкою інноваційного розвитку галузі та розвиток ринку інтелектуальної власності, медичних інновацій;

освітній: створення належної освітньої бази для формування нової медичної еліти, яка може та готова впроваджувати всі види інновацій в національну систему охорони здоров'я.

Отже, основною метою інноваційного розвитку національної системи охорони здоров'я є ринкове реформування національної системи охорони здоров'я, її переведення на якісно новий, інноваційний, рівень лікувальних технологій за одночасної імплементації соціально-орієнтованих принципів її функціонування, що потребує запровадження багатоканального і диверсифікованого її фінансування.

Медична галузь є однією з найбільш інноваційно динамічних галузей. Динаміка розвитку медицини, а саме інноваційних методів профілактики, діагностики та лікування, перевищує розвиток технологій у багатьох інших галузях, беручи до уваги її високу технологічність, тісний взаємозв'язок з наукою і вплив людського чинника в медицині. Вирішальним чинником для отримання кінцевого результату – користі від сучасних досягнень медицини для пацієнтів у вигляді поліпшення показників здоров'я – є перенесення теоретичних знань і навичок у практичну охорону здоров'я. Цей процес називають дифузією в практиці або трансляцією знань. Трансляція знань – це обмін, синтез і етично обгрунтоване застосування знань у рамках комплексних систем взаємодії між вченими і користувачами з метою прискорення отримання користі від науки. У медицині трансляція знань спрямовується на поліпшення здоров'я населення, підвищення ефективності медичних послуг і продуктів та поліпшення системи охорони здоров'я.

Іншим ефективним напрямком розвитку медичної галузі є передача знань та розроблених технологій, що вже використовуються, від

одного виробника медичних послуг іншому. Цей процес отримав назву трансферу технологій та представляє перенесення результатів фундаментальних і прикладних досліджень на рівень розробок, виробництва та комерціалізації нових і поліпшених продуктів, послуг або процесів, що становлять інтелектуальну цінність для захисту інтелектуального продукту дослідників.

Загалом, ці терміни позначають впровадження нових медичних технологій, нових методів профілактики, діагностики, лікування та реабілітації. Останніми роками в розвинених країнах світу спостерігається велике зростання кількості нормативних і програмних ініціатив із сприяння дифузії та трансферу медичних інноваційних технологій. Особлива увага приділяється не лише конкретним нормативним заходам для прискорення поширення технології та поглибленню зв'язків між розробниками та користувачами технології, а також створенню й підтримці допоміжних систем та інфраструктур для поширення технології.

В Україні ця проблема вивчалась з точки зору реалізації та оцінки ефективності інноваційних проектів у системі охорони здоров'я, правових аспектів інновацій, державної політики щодо соціальних інновацій у галузі охорони здоров'я, управління якістю вищої медичної освіти, гуманітарних, соціальних та економічних пріоритетів інноваційного розвитку.

Варто зазначити, що національна сфера охорони здоров'я знаходиться в епіцентрі масштабних змін як сфери законодавства, так й реалізації нагальних програм модернізації охорони здоров'я, серед яких розробка і впровадження медичних інновацій визначені одними з пріоритетних напрямів розвитку.

Розробка і впровадження інноваційних технологій у галузі охорони здоров'я регламентовані рядом державних нормативних актів, у тому числі Законами України «Про внесення змін до Закону України «Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки» від 09.09.2010 року №2519-VI та «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 08.09.2011 року №3715-V, Державною цільовою програмою «Створення в Україні інноваційної структури» на 2009-2013 роки, затвердженою постановою Кабінету Міністрів України від 14.05.2008 року №447, постановами Кабінету Міністрів України від 07.09.2011 року №942 «Про затвердження переліку пріоритет-

них тематичних напрямів наукових досліджень і науково-технічних розробок на період до 2015 року», від 12.03.2012 року №294 та від 17.05.2012 року №397, які затвердили середньострокові пріоритетні напрями інноваційної діяльності загальнодержавного та галузевого рівнів на 2012-2016 роки.

Разом із тим, сучасний динамічний розвиток медичної науки та поява нових медичних технологій зумовлюють виникнення ряду проблем щодо тактики вибору та подальшого впровадження найбільш оптимальних технологій з позицій клінічної, соціальної, економічної і етичної ефективності та безпеки їх застосування для пацієнтів. Функціонування сучасної системи охорони здоров'я України в умовах ринкових відносин та досить обмежених у медичних закладах наявних матеріальних, фінансових і кадрових ресурсів вимагає розробки заходів для зростання ефективності їх використання.

У зв'язку з цим, виникають проблеми організаційно-економічного характеру, одними з яких є планування і управління процесами розробки та впровадження медичних інновацій, спрямованих на задоволення споживачів якістю нових технологій медичної допомоги та підвищення ефективності діяльності закладів охорони здоров'я. Безумовно, орієнтуючись на максимально оптимальні якісні кінцеві результати, увага при цьому повинна також акцентуватись на раціоналізацію використання наявних ресурсів. Якість має ставати метою управління даним процесом при розробці та впровадженні будь-якої нової медичної технології в рамках комплексного інтегрованого інноваційного циклу.

Для реалізації цих завдань виникає необхідність розробки практичних рекомендацій для керівництва закладів охорони здоров'я з чітким і науково обґрунтованим алгоритмом дій щодо управління впровадженням сучасних інноваційних технологій у діяльність медичних організацій. Складність розробки таких заходів зумовлена недостатністю рекомендацій загального характеру щодо конкретних технологій управління даним процесом у закладах охорони здоров'я.

У міжнародній практиці, у рамках впровадження інноваційних методів профілактики, лікування та діагностики, особлива увага приділяється процесу вибору необхідної медичної технології. Наприклад, в умовах Національної системи охорони здоров'я

Великобританії вибір тієї чи іншої медичної технології визначається на основі наявних доказів її клінічної ефективності та економічної доцільності. Клінічна ефективність медичної технології визначається за допомогою застосування підходів доказової медицини, при чому рішення про застосування профілактичних, діагностичних та лікувальних заходів приймається, виходячи з наявних доказів їх ефективності і безпеки, які піддаються порівнянню, узагальненню і широкому поширенню для використання в інтересах пацієнтів. Економічна доцільність медичної технології визначається за допомогою аналізу ефективності витрат (cost-effectiveness analysis), аналізу рентабельності (cost-benefit analysis) та/або аналізу корисності витрат (cost-utility analysis).

У більшості розвинених країн світу на національному рівні організуються центри і розробляються програми з оцінки медичних технологій – це систематична оцінка властивостей, впливів або інших наслідків технологій в охороні здоров'я.

Основною метою оцінки медичних технологій є поінформоване ухвалення рішень в охороні здоров'я, у тому числі рішень, прийнятих на рівні індивідуального пацієнта, на рівні постачальника медичних послуг і медичних організацій, або на регіональному, національному та міжнародному рівнях.

Інноваційні проекти часто вимагають певних фінансових витрат. Світова тенденція розглядати економічну доцільність розподілу фінансових ресурсів призвела до створення бюджетування, орієнтованого на результати (БОР, або performance-based budgeting). При такому підході планування витрат здійснюється в безпосередньому зв'язку з кінцевими бажаними результатами.

Впровадження інноваційних технологій, а саме нових методів профілактики, діагностики та лікування, організаційних технологій тощо, включає в себе три основних етапи: придбання первинної інформації (знань і технічних навичок) про технології; організацію впровадження технології з рішенням матеріально-технічних, юридичних, фінансових і кадрових питань надання послуги або продукту; і після впровадження – підтримку організаційних заходів – таких, як отримання державного замовлення на медичні послуги, з урахуванням запровадженої технології, маркетинг технології тощо.

На першому етапі спеціаліст або організація набувають первинні знання про інновації, а також технічні навички, необхідні для впровадження технології. На організаційному етапі впровадження технології вирішуються юридичні, фінансові питання, адаптується організаційна структура. Якщо нова технологія призведе до надання нової медичної послуги, постає питання щодо розробки медико-економічних протоколів, реєстрації нових лікарських засобів або медичного обладнання. На етапі підтримки впровадженої технології проводяться такі заходи, як маркетингові дослідження, забезпечення адекватної компенсації за виконання технології тощо. Також важливо оцінювати ефективність впровадженої технології за показниками здоров'я пацієнтів, за показниками зручності для персоналу та успішності виконання вимог, фінансовими показниками. У результаті оцінки результатів запровадженого методу виробництва послуги або продукту, організацією можуть бути зроблені заходи щодо вдосконалення технології.

Вищевказані етапи – це послідовні кроки інноваційного циклу в медичній галузі. Вибір технології – це процес визначення технології, що представляє інтерес для впровадження в закладі з метою надання нових і поліпшених послуг або процесів, іноді з їх подальшою комерціалізацією.

Таким чином, визначається область розподілу ресурсів у рамках обраної для впровадження технології. На вибір технології також можуть вплинути такі чинники, як (а) державне замовлення; (б) маркетингові дослідження; (в) зіставлення потреб і ресурсів медичного закладу (аналіз виробничих потреб та ефективності витрат); (г) оцінка медичних технологій.

Державне замовлення у формі бюджетних програм у рамках законів, стратегій і політик державних органів може істотно вплинути на розвиток тієї чи іншої сфери або сервісної лінії/послуги. Ключову роль у формуванні інноваційних проектів можуть відіграти результати маркетингових досліджень. Зіставлення потреб і ресурсів закладу дозволяє об'єктивно оцінити можливості реалізації інноваційного проекту. Моніторинг фінансових показників, потенціалу кадрових ресурсів та інші види оцінки є необхідною умовою для об'єктивної оцінки ресурсів медичного закладу.

Необхідно відмітити, що оцінки медичних технологій у світовій практиці є визнаним і популярним методом систематичної оцінки соціальних, етичних, технічних і економічних наслідків впровадження та використання інноваційної медичної технології. Для медичних організацій питання оцінки технологій частіше зводиться до оцінки вартості обладнання щодо корисного внеску в процес надання медичних послуг. Для страхових компаній оцінка технологій – це процес з'ясування питання, чи вони мають справу з експериментальною розробкою або з дійсно високотехнологією для прийняття рішення про оплату за послугу з використанням даної технології.

Важливими критеріями при виборі нової технології для включення до переліку високоспеціалізованих медичних послуг є: унікальність медичної технології або послуги; клінічна ефективність і безпека; економічна ефективність; соціально-значуще захворювання; рідкісне захворювання.

Матеріально-технічне забезпечення є важливим розділом системи впровадження інноваційних методів профілактики, діагностики та лікування. Тут вирішується ряд таких питань:

- оцінка ресурсів організації;
- закупівля ресурсів (обладнання, лікарські засоби тощо);
- реконструкція нерухомого майна для відповідності потребам проекту;
- контроль та моніторинг.

Ключовим моментом є завчасне або своєчасне включення витрат на бажану медичну технологію до бюджету організації.

Під юридичними та правовими питаннями впровадження інноваційних медичних технологій мається на увазі діяльність із забезпечення юридичного

супроводу впроваджуваної технології. Крім створення проектною командою, складання проекту і визначення юридичних проблем, важливими аспектами

- даного розділу системи впровадження технологій є:
- робота з уповноваженими органами (накази, ліцензії);
- реєстрація лікарських засобів, виробів медичного призначення, обладнання;
- розробка методичних рекомендацій тощо.

Рішення загальних організаційних питань передбачає проектний менеджмент. Управлінський потенціал важливий протягом усього життєвого циклу інноваційного проекту. Проектний менеджмент включає планування, організацію, моніторинг та контроль всіх аспектів проекту в ході безперервного досягнення його мети.

У сукупності координування необхідних ресурсів для реалізації інноваційного проекту повинні відповідати на такі питання: «Що повинно бути зроблено, ким і до якого терміну?», «Які ресурси потрібно залучити (люди, обладнання, матеріали, інструменти, споруди, транспорт тощо)?», «Чи будуть вони в готовності, коли це буде необхідно?». Враховуючи, що в організації одночасно може проходити кілька проектів, їх реалізація повинна проводитись скоординовано та відповідно до загальних завдань медичного закладу.

Важливим аспектом при реалізації інноваційного циклу є точне формулювання мети і завдань та ефективно їх досягнення.

Іншим аспектом в управлінні інноваційним проектом є менеджмент людських ресурсів, або управління людьми, які забезпечують процеси управління, комунікації і прийняття рішень по проекту. Формування та створення проектної команди є важливим процесом цілеспрямованого створення особливого способу взаємодії людей, що дозволяє ефективно реалізовувати їх професійний, інтелектуальний і творчий потенціал у відповідності зі стратегічною метою.

Команда в цьому випадку визначається як група людей, які взаємодоповнюють та можуть замінювати один одного в ході досягнення поставленої мети. Умовно можна визначити чотири види команд, класифікованих за змістом їхньої роботи, які найбільш часто формуються в практичній діяльності організацій, що може застосовуватись й в медичних закладах:

Команди, що створюють новий продукт для організації.

Команди, які мають справу з проблемами, метою і завданнями на підприємстві шляхом аналізу, контролю та рекомендацій.

Команди, які не є спеціальними, а складають постійну частину організаційного розвитку та здійснюють процес виробництва та виконання робіт.

Управлінські команди, які можуть функціонувати у формі виконавчих комітетів або іншої вищої управлінської ланки закладу.

Ефективність керівника команди в даному контексті полягає в тому, щоб забезпечити конструктивний перехід команди проекту з однієї стадії проекту в іншу і довести проект до успішного завершення. Таким чином, будь-які зміни, нововведення, які заклад втілює в життя за допомогою реалізації тих чи інших проектів, вимагають цілеспрямованого підбору професіоналів, здатних організувати роботу проектних команд.

Разом із тим, викликає науковий інтерес класифікація рівнів інноваційного розвитку медичних установ, відповідно до якої можна визначити такі рівні:

I рівень – початковий, базовий;

II рівень – стандартизований;

III рівень – комплексний, розвинутий, орієнтований на модернізацію;

IV рівень – що реалізує інновації, здатний до динамічного та самостійного розвитку.

Така класифікація рівнів інноваційного розвитку медичних організацій дозволяє всебічно оцінити досягнення медичного закладу в галузі за основними напрямками: лікувально-діагностичний процес, систему організаційно-управлінську та інформаційного забезпечення, а також дає можливість медичним організаціям виявляти сильні та слабкі моменти свого інноваційного розвитку, розробляти і здійснювати необхідні заходи щодо активізації інноваційної діяльності за пріоритетними напрямками.

Основними джерелами розробок медичних інновацій в Україні є вищі медичні навчальні заклади, науково-дослідні установи, інноваційна активність яких оцінюється кількістю патентів, винаходів, ноу-хау, публікацій. Однак варто зазначити, що для практичної охорони здоров'я більш важливими показниками стають показники ефективності впровадження нових медичних технологій у клінічну практику, питома вага медичних закладів, що здійснюють технологічні медичні інновації, тобто розробку і впровадження нових або вдосконалених медичних товарів, робіт, послуг, технологічних процесів та інші види інноваційної діяльності.

Враховуючи це, для оцінки реального інноваційного розвитку практичних закладів охорони здоров'я доцільним вбачається орієнтуватись

не на загальноприйнятні показники оцінки результативності фундаментальних досліджень (кількість патентних заявок і виданих патентів, індекс публікаційної активності співробітників тощо), так як їх кількість не впливає на показники здоров'я населення і враховується в загальному індексі інноваційного розвитку регіону. Разом із тим, для практичної охорони здоров'я важливі, насамперед, медико-демографічні показники, на динаміку яких має вплинути впровадження інновацій, а також кількісні та економічні показники ефективності впровадження медичних технологій у клінічну практику.

Одним із ключових компонентів успішного впровадження інноваційних медичних технологій є розробка основних принципів та технологій застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, медичних інформаційних систем як окремого напрямку підвищення ефективності системи охорони здоров'я. Раціональне використання інноваційних медичних інформаційних систем суттєво впливає на підвищення якості та доступності медичних послуг населенню, у тому числі за рахунок зручного моніторингу та аналізу показників якості медичної допомоги, планування та управління ресурсами як медичної установи, так й системи охорони здоров'я в цілому. Без застосування сучасного комп'ютерного та програмного забезпечення практично неможливо забезпечити повноцінний моніторинг стану здоров'я населення, формувати потоки пацієнтів і керувати ними та ресурсними базами, здійснювати зворотний зв'язок і оперативний контроль за дотриманням нормативів та стандартів лікування, забезпечувати перехід від постатейного бюджетування до сучасних методів економічного управління у сфері охорони здоров'я. Впровадження інформаційних систем є значним інформаційним та фінансовим підґрунтям для керівників закладів охорони здоров'я на шляху до розширення автономізації та роботи в нових економічних умовах.

Таким чином, забезпечення необхідного рівня якості продукції та послуг в охороні здоров'я має здійснюватися на всіх рівнях системи охорони здоров'я взаємопов'язаними заходами щодо оптимізації використання ресурсів, модернізації, впровадження інновацій, сучасних технологій управління, з подальшою оцінкою ефективності одержуваних результатів.

Упровадження ефективних інноваційних моделей управління медичними закладами, орієнтованих на потреби місцевих громад як в містах, так і в сільській місцевості, забезпечить покращання рівнів доступності та якості системи надання медичної допомоги, профілактики хвороб і сприяння здоровому способу життя шляхом вдосконалення раціонального використання ресурсів системи охорони здоров'я населення України.

Література

1. Свінціцький А. С., Висоцька О. І. Актуальні питання щодо впровадження медичних інноваційних технологій у закладах охорони здоров'я. *Практикуючий лікар*. № 1. 2015. С. 7-13.
2. Safonov Y., Borshch V. Main tendencies and issues of Ukrainian health care system reformation on the modern stage of economic development. *Management of the 21st century : globalization challenges. Monograph ; in edition I. Markina. Prague, Nemoros s.r.o., 2018. Pp. 28-34.*

РОЗДІЛ 14

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ

*К. е. н. ,
доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту
Хмельницький кооперативний
торговельно-економічний інститут
Домінська О.Я.*

Сьогодні інноваційний фактор забезпечує розвиток усіх сфер діяльності та галузей економіки кожної країни. Без інноваційності не можливо забезпечити економічне зростання. Це також стосується інновацій у фінансовому секторі України, зокрема в оподаткуванні, адже цей інструмент суттєво впливає на зростання ВВП, міграцію трудових ресурсів, рівень прозорості підзвітності суб'єктів господарювання та надходжень до державного бюджету. Саме інноваційний розвиток оподаткування може забезпечити приплив іноземних інвестицій.

Українська економіка демонструє невисокі показники інноваційності та знаходиться на початковому етапі становлення інноваційної економіки. Тому використання позитивного досвіду інших країн і створення на його ґрунті власної системи регулювання інноваційного розвитку набуває особливої актуальності. Потенціал інноваційної економіки визначається структурою і загальним рівнем податкового навантаження, розподілом податкового тягаря між платниками податків, рівнем і напрямками фінансування інноваційної діяльності.

Нині в Україні склалася ситуація, коли результативність, якість функціонування і структура національної інноваційної системи не відповідають існуючим потребам інтенсивного розвитку економіки [4].

Міжнародна практика показує, що високі результати у процесі реформування державного управління можна здобути лише за умови інноваційної діяльності. Враховуючи, що податкова служба країни повинна реагувати на зміни зовнішнього середовища, та беручи до

уваги технологічне відставання національної сфери оподаткування, необхідне системне упровадження нововведень у діяльність податкового відомства.

Сьогодні Україна повинна використовувати нові технології у фінансовому секторі, зокрема в оподаткування, адже на разі спостерігається зростаюча роль податків на споживання порівняно з оподаткуванням доходів. Сьогодні провідні держави світу розглядають оподаткування споживання як альтернативу, що передбачає скорочення ставок податків на доходи юридичних та фізичних осіб та водночас збільшення оподаткування споживання. Провідні експерти зазначають, що така тенденція зумовлюватиме економічне зростання та створить сприятливі умови для залучення іноземних інвестицій.

Існує багато авторських визначень змісту категорії інновації. Деякі з визначень, у яких віддзеркалено найважливіші характеристики явища інновації.

Санто Б. [10] визначає інновації, як «такий суспільний техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей і винаходів приводить до створення кращих за своїми властивостями виробів та технологій, та у випадку, коли вони зорієнтовані на економічну вигоду, на прибуток, їх поява на ринку може принести додатковий доход. Інновація охоплює весь спектр видів діяльності від досліджень і розробок до маркетингу».

Фрміен К. визначає інновації, як технічну, дизайнерську, виробничу, управлінську діяльність, виготовлення нових товарів, перше комерційне використання нових процесів або обладнання [15].

На думку Черваньова Д. М. [13] нововведення – процес доведення наукової ідеї чи технічного винаходу до стадії практичного використання, що приносить дохід.

За визначенням Антонюка Л. Л. інновація – нове явище, новаторство або будь-яку зміну, яка вноситься суб'єктом господарювання у власну діяльність із метою підвищення своєї конкурентоспроможності на внутрішньому і на зовнішньому ринках [1].

Податкове регулювання інновацій полягає у зниженні ставки податків, податкових пільгах та знижках, податкових кредитах, відміні податків на реінвестування, податкових угодах з іншими країнами, особливих умовах оподаткування в межах інноваційних союзів.

Інноваційний розвиток можна визначити як процес створення інновацій, що характеризується внесенням змін у існуючі продукти, послуги, технології з метою зростання доходу, забезпечення конкурентної спроможності, створення кращих продуктів чи умов.

Інноваційний розвиток оподаткування можемо визначити як процес створення інновацій шляхом встановлення таких ставок оподаткування та умов їх сплати для окремого кола фізичних чи юридичних осіб, які мають на меті забезпечення спрощення процедур оподаткування, економічного зростання, стимулювання прозорої діяльності суб'єктів господарювання та фізичних осіб.

Богер О. В. [2] зазначає, що основними напрямками удосконалення податкового законодавства мають стати:

- податкові канікули для стартапів з терміном від 1-го до 5-ти років;
- застосування прискореної амортизації для інноваційних фірм;
- податкові знижки та податкові кредити на сплату податку на прибуток, та/або податку на доходи фізичних осіб;
- відстрочка податкових платежів і звільнення від сплати деяких податків і зборів

Грицино О.М. [5] пропонує з метою стимулювання розвитку інноваційної діяльності в Україні слід удосконалити механізм оподаткування ПДВ:

- 1) з бази оподаткування ПДВ виключити місцеві податки і збори. Це дасть змогу уникнути подвійного оподаткування;
- 2) з бази оподаткування інноваційної продукції виключити заробітну плату та/або амортизаційні відрахування. Це дасть змогу зменшити податкове навантаження в частині цього податку на інноваційну діяльність.

Світовий досвід державного регулювання інноваційних процесів засвідчує, що між рівнем оподаткування та схильністю до підприємництва взагалі й, зокрема, інноваційного підприємництва спостерігається суттєва залежність. Стимулювання інноваційної діяльності за допомогою податкових інструментів застосовують більшість країн ЄС та ОЕСР. Це обґрунтовано тим, що вони [3].

– мають широке коло дії, охоплюючи всіх суб'єктів економічної діяльності і тим самим забезпечуючи необхідний рівень інноваційної активності в країні;

- не спотворюють конкуренції, оскільки не є безпосередньою підтримкою конкретних фірм;
- знижують рівень залежності від перебігу бюджетного процесу та прихованого лобювання вибору конкретного проекту;
- оптимізують витрати суб'єктів інноваційної діяльності, стимулюють їх брати на себе ризик ведення інноваційної діяльності;
- створюють диференційовані стимули для суб'єктів інноваційної діяльності (застосовуючи різний набір податкових стимулів) залежно від встановлених державою пріоритетів, етапу життєвого циклу інновації тощо.

На сьогодні державна підтримка науково-дослідної та інноваційної діяльності підприємств в Україні здійснюється у формі податкових пільг та прямого бюджетного фінансування. Податкове стимулювання інноваційної діяльності включає деякі пільги з податку на додану вартість, податку на прибуток, мита, та податку на доходи фізичних осіб. Аналізуючи різні точки зору, варто зазначити, що податкові пільги в Україні не використовують зважено, оскільки вони великі за обсягом і певною мірою нераціонально розподілені за галузями [6].

Переважання непрямих податків – непрямі податки надійніші, легко контрольовані та мають вищу еластичність; є ціноутворюючим фактором, тому перекладаються на кінцевих споживачів. Виступають чинником зростання внутрішніх цін, звуження внутрішнього ринку, обмеження попиту та інших негативних наслідків.

Неефективні екологічні податки – платежі за забруднення навколишнього середовища не відповідають рентному доходу, який можна було б забезпечити, враховуючи потенціал екосистеми.

Нерівномірний розподіл і високий рівень податкового тягаря – не стимулює до розвитку підприємницької та іншої діяльності, сприяє зростанню недоїмки по податкових платежах у бюджет; сприяє тінізації доходів, прихованню їх від сплати податків [12].

Однією з інновацій в оподаткуванні, що забезпечить розвиток фінансового сектору, стало прийняття в Україні законопроєкту щодо запровадження податку на виведений капітал, який вступить в дію у 2018 році. Ідея податку на виведений капітал не нова. Ця модель оподаткування з 2000 року працює в Естонії, яка в рейтингу DoingBusiness за легкістю ведення бізнесу займає 12 місце (для порівняння, Україна –

80-е). Основна ідея податку на виведений капітал полягає в тому, що прибуток, отриманий підприємством, не оподатковується доти, поки він не виплачується власникам у формі дивідендів і прирівняних до них платежів.

Головна мета – запровадити оподаткування прибутку підприємств, розподіленого у формі дивідендів чи прирівняних до них платежів та відмовитися від податку з доходів нерезидентів. Запровадження податку на виведений капітал замість податку на прибуток стане стимулом для бізнесу реінвестувати кошти у виробництво та розвиток. Це також спростить правила оподаткування та процедуру адміністрування і покращить інвестиційний клімат в країні. Проте слід відзначити, що реалізація норм законопроекту у 2018 році призведе до втрат державного бюджету в сумі 26,0 млрд. грн. та місцевих бюджетів – 5,4 млрд. гривень [12].

Законом передбачається дві ставки податку [9]:

15 % – з операцій з виведення капіталу безпосередньо власникам (дивіденди та інші прямі виплати в грошовій та натуральній формі, навіть якщо вони не оформлені як дивіденди);

20 % – з операцій, які прирівнюються до виведення капіталу, і для донорахувань.

Закон побудовано на основі принципу оподаткування споживання: підлягають оподаткуванню лише ті кошти, які вилучаються з бізнесу. Також використано принцип адміністрування непрямих податків, базою оподаткування визнано вартість операції, які використовуються для виведення коштів з бізнесу без сплати податків на мінімальному рівні. Така модель оподаткування може позитивно вплинути на рівень ВВП, призвівши до його зростання [14].

Можемо виділити позитивні сторони цієї моделі оподаткування:

1) створення стимулів для ділової й інвестиційної активності. Можливим є зростання притоку іноземних інвестицій.

2) відсутність необхідності підприємствам занижувати фінансові результати, а отже, фінансова звітність може стати прозорішою та привабливішою для інвесторів та банків;

3) забезпечення легкості перевірки податкових зобов'язань, адже операції, які будуть відноситися до об'єкта оподаткування, складно приховати.

Також можна виокремити негативні сторони введення такої інновації в оподаткуванні:

суперечність щодо ефективності, адже на разі лише в Естонії запроваджено таку модель оподаткування, тоді як більшість країн використовують корпоративний податок;

значні витрати коштів з державного бюджету на реалізації моделі при одночасних низьких надходженнях на початкових етапах;

зростання ризику виведення готівкових коштів підприємствами на так звану «купівлю фіктивних активів»;

зміни негативно вплинуть на бухгалтерський облік підприємств, спричинятимуть непорозуміння та призводить до загрози застосування відносно суб'єктів господарювання штрафних санкцій.

В Україні податкові пільги у багатьох випадках замість стимулювання ефективного виробництва допомагають мінімізації оподаткування. Доволі розгалужена система податкових пільг, яка діяла в Україні, останніми роками дедалі більше піддавалася сумніву через їх низьку ефективність.

Приміром, ще в 2010-у законодавці вирішили підтримати конкурентоспроможність вітчизняної легкої промисловості, звільнивши підприємства галузі, крім тих, що працюють за давальницькими схемами, від податку на прибуток на 10 років. Втім, уже в 2012 році довелося констатувати: податкові пільги очікувань не виправдали. Більше того, за підсумками 2012 року в легкій промисловості прослідковувалася тенденція до зниження виробництва на 5,3%, імпортозаміщення не відбувалося [8].

Натомість успішним прикладом стало пільгове оподаткування агросектору. В Україні такий режим для сільгоспвиробників діяв з 1998 року, включаючи фіксований сільгосподаток, спецрежим оподаткування ПДВ. Відповідно до підпункту 4 пункту 2 розділу XIX «Прикінцеві положення» Податкового кодексу України спеціальний режим оподаткування сільгоспвиробників мав діяти до 31 грудня 2017 року. Однак згідно з положеннями Меморандуму про економічну і фінансову політику, підписаного з МВФ, на весь сільськогосподарський сектор відповідно до міжнародної практики з 1 січня 2016 року мала поширитися дія загального режиму оподаткування ПДВ. У попередні роки сільськогосподарські підприємства, які застосовували спе-

ціальний режим, не сплачували ПДВ до бюджету, а перераховували 100% суми податку на свої спеціальні рахунки. У процесі дискусій народилося компромісне рішення: платник залишатиме собі не всю суму ПДВ, а лише певну частину, яку використовуватиме виключно у виробництві сільськогосподарських товарів/послуг; решту суми ПДВ – переказуватиме до бюджету. У процентному співвідношенні сума ПДВ, яка залишатиметься у розпорядженні платника, залежить від виду здійснюваної сільськогосподарської діяльності [8].

Натомість, інноваціями можна було б вважати допомогу дрібним та середнім господарствам шляхом запровадження прямої фінансової підтримки у вигляді адресних цільових дотацій для сільгоспвиробників, щоб сприяти розвитку всієї аграрної галузі і підвищити справедливість оподаткування різних галузей економіки в цілому [8].

Як експеримент з 2013 року терміном на десять років в Україні запровадили пільги для ІТ-підприємців. Так, операції з поставання програмної продукції тимчасово звільнили від сплати ПДВ, а ставку податку на прибуток встановили на рівні 5%. Однак вже на початку 2014 року і минулого року Мінфін, аби збільшити надходження до держбюджету, планував скасувати податкові пільги ІТ-компаніям [8].

Проаналізувати рівень інноваційного розвитку оподаткування в Україні можливо на сонові динаміки ставок оподаткування.

На рис. 1. відображено динаміку загальної ставки податок на прибуток в Україні у 2006-2017 році.

Загалом можемо говорити про поступове скорочення ставки податку на прибуток в Україні, зокрема у 2017 році ставка скоротилась до 37,8%. Це прямо свідчить про позитивні зміни в системі оподаткування в Україні та скорочення рівня податкового тягара, проте, на нашу думку, не вказує на інноваційність оподаткування.

На рис. 2. відображено динаміку витрат часу на підготовку та сплату податків (годин) у 2006-2017 роках в Україні.

Нерівнозначна також динаміка витрат часу на сплату податків за 10 років в Україні вказує на відсутність стабільного інноваційного розвитку оподаткування.

На рис. 3. відображено динаміку податків на доходи фізичних осіб у 2006-2017 роках в Україні (% від комерційної вигоди).

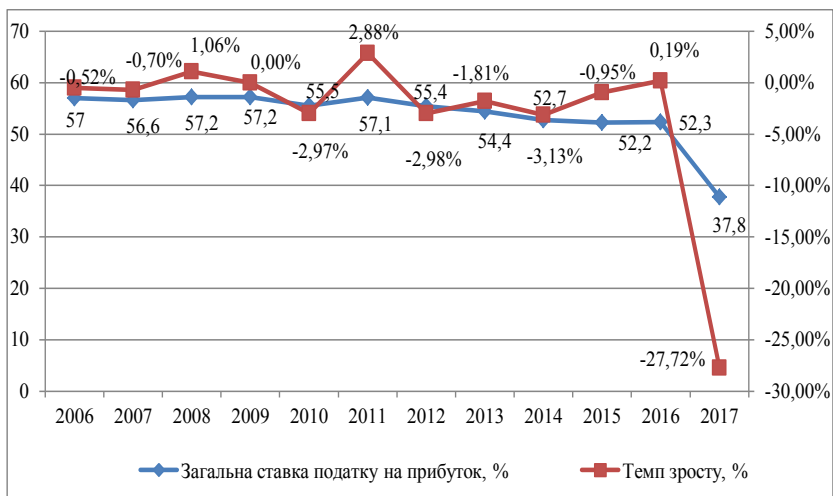


Рис. 1. Динаміка загальної ставки податок на прибуток в Україні у 2006-2017 році [11]

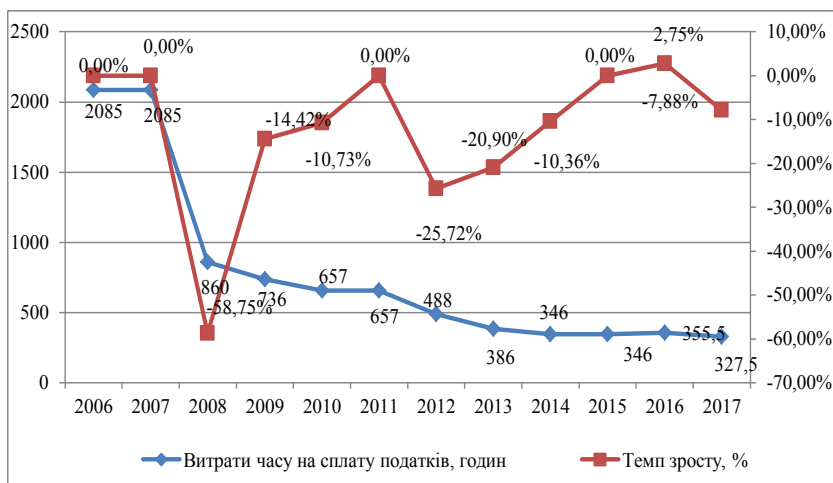


Рис. 2. Динаміка витрат часу на підготовку та сплату податків (годин) у 2006-2017 роках в Україні [11]

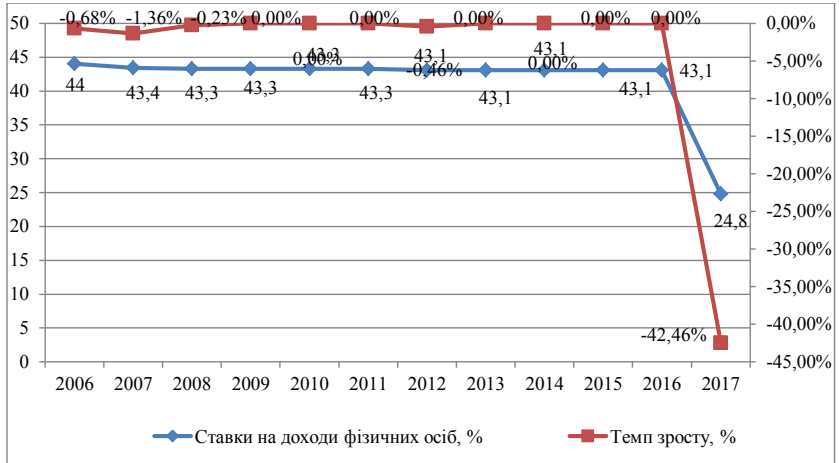


Рис 3. Динаміка податків на доходи фізичних осіб у 2006-2017 роках в Україні (% від комерційної вигоди) [11]

Суттєві зміни відбулися у 2015 році, коли в Україні було суттєво скорочено ставку ПДФО та ЄСВ, що можна прослідкувати за допомогою динаміки податків на доходи фізичних осіб. Вважаємо, що скорочення оподаткування призвело до не суттєвого скорочення тінізації доходів населення, а, отже, частково призвело до позитивних нововведень в системі оподаткування України.

На рис. 4. відображено динаміку податку на прибуток у 2006-2017 роках в Україні (% від комерційної вигоди).

Можна говорити про постійну динаміку скорочення податку на прибуток в Україні, хоча у 2011 році відбулося її підвищення та у 2017 році відбулося зростання на 36,78%. При цьому такі коливання не забезпечили інноваційного розвитку оподаткування, адже не забезпечили прозорості діяльності суб'єктів господарювання або ж скорочення рівня тінізації економіки.

На рис. 5. відображено динаміку інших податків, що сплачуються підприємствами у 2006-2017 роках в Україні (% від комерційної вигоди).

Різновекторна динаміка інших податків в Україні також дає змогу зробити висновок, що протягом 10 років відбулися певні зміни

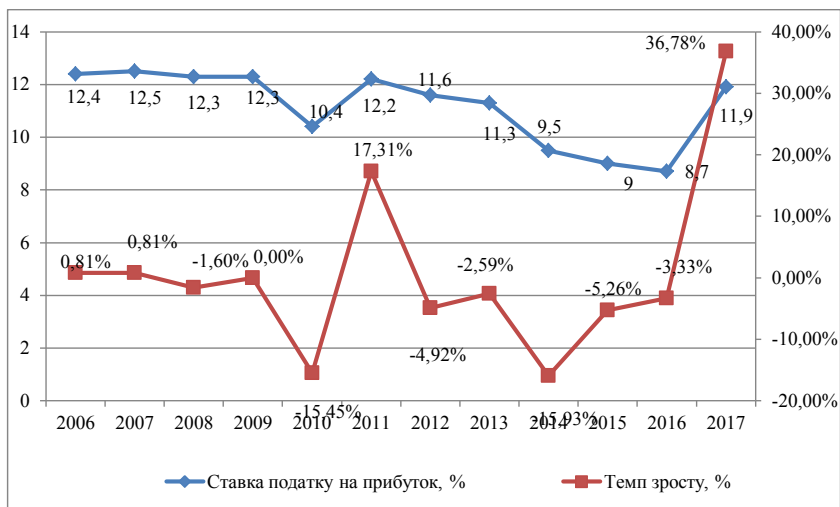


Рис. 4. Динаміка податку на прибуток у 2006-2017 роках в Україні (% від комерційної вигоди) [11]

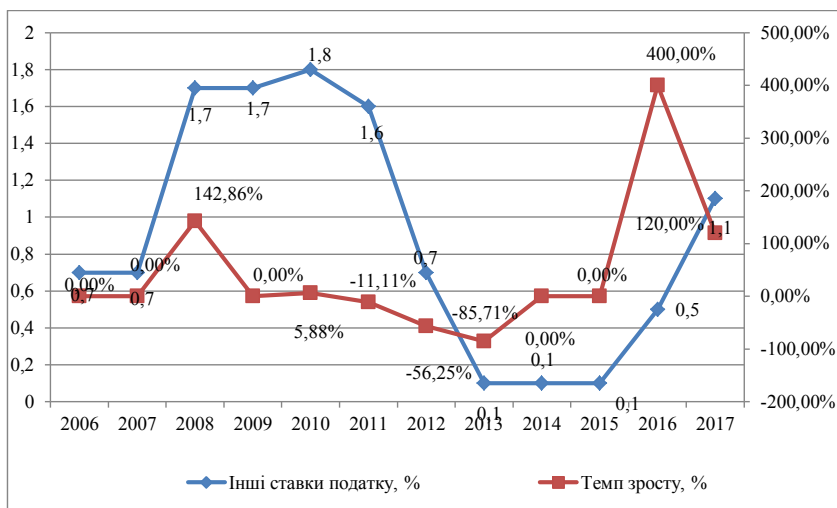


Рис. 5. Динаміка інших податків, що сплачуються підприємствами у 2006-2017 роках в Україні (% від комерційної вигоди) [11]

у кількості ставок оподаткування, що забезпечило певні інновації, проте низька ефективність цих нововведень очевидна.

Таким чином, можемо зробити висновок, що на сьогодні спостерігається відсутність інноваційного розвитку оподаткування в Україні, що підтверджується безсистемністю та відсутності поступового плавного переходу до новітніх режимів оподаткування. проте, однією з позитивних сторін можемо вважати започаткування принципово нової для України моделі оподаткування корпоративного податку, що має забезпечити прозорість діяльності суб'єктів господарювання, приплив іноземних інвестицій, зростання ВВП та скорочення темпів міграційних процесів, а як наслідок – економічне зростання.

Література

1. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : [монографія] / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – К. : КНЕУ, 2003. – 394 с.
2. Богер О. В. Перспективна модель податкового стимулювання інновацій в Україні. – 2016. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://gw.kneu.kiev.ua/bitstream/2010/20100/1/201-203.pdf>
3. Богер О.В.Податкове регулювання становлення інноваційної економіки: дис..кандекон наук: 08.00.03 / Богер Олена Володимірівна. – К., 2016. – 196 с:
4. Богер О. В. Податкові пільги в Україні та стимулювання інноваційного розвитку / О. В. Богер // Креативна економіка. – 2013. – Випуск №6. – С. 78-83.
5. Грицино О. М. Податок на додану вартість в оподаткуванні інноваційної діяльності / О. М. Грицино // Гроші, фінанси і кредит. – 2016. – Випуск 9-1. – С. 104-107.
6. Луніна І. О. Бюджетно-податкове стимулювання інноваційної діяльності в Україні / І. О. Луніна, О. С. Білоусова, О. О. Булана // Економіка і прогнозування. – 2016. – № 1. – С. 41-56. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2016_1_5_, с. 42.
7. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/conv>
8. Податкові пільги: стимул до інновацій чи позитивний бонус. Вісник. – 2016. – Випуск №14. <http://www.visnuk.com.ua/ru/pubs/id/9614?issue=265>

9. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо податку на виведений капітал. Закон України. Електронний ресурс. – Режим доступу: [https://www.minfin.gov.ua/uploads/redactor/files/Проект%20Закону%20України%20-%20ПнВК%20\(1\).pdf](https://www.minfin.gov.ua/uploads/redactor/files/Проект%20Закону%20України%20-%20ПнВК%20(1).pdf)
10. Санто Б. Інновация как средство экономического развития / Б. Санто. – М.: Прогресс, 1990. – 296 с. – С. 35., с. 35
11. Світовий банк. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://data.worldbank.org/indicator/IC.TAX.METG?locations=UA>
12. Уряд схвалив законопроект про податок на виведений капітал і передав його для подальшого обговорення в Нацраду реформ. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/250323548>
13. Черваньов Д. М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України / Д. М. Черваньов, Л. І. Нейкова. – К. : Знання, 1999. – 514 с.
14. Шеметкін О., Шевцова Т. Інновації у фінансовому секторі. Офіційне видання «Дзеркало тижня». – 2017. – <http://kmp.ua/ua/analytics/press/innovations-in-the-financial-area-ukraine-can-still-be-a-leader/>
15. Freeman C. 11th September 1921 – 16th August 2010 [Електронний ресурс] / ChristopherFreeman // ScienceandTechnologyPolicyResearch; UniversityofSussex. – Режим доступу: <http://freemanchris.org/obituary/>.

II. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

РОЗДІЛ 15

ФІНАНСОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ

*к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та підприємництва,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Ломачинська І.А.*

В загальному розумінні Ф. Мишкін [1] визначає фінансову систему як сукупність фінансових інструментів, ринків, інститутів. М. Романовський, узагальнюючи зарубіжні фінансові системи, визначає, що «фінансова система – це сукупність ринків та інших інститутів, які використовуються для укладання фінансових угод, обміну активами і ризиками. Ця система включає в себе ринки акцій, облигацій та інших фінансових інструментів, фінансових посередників (банки і страхові компанії), фірми, що пропонують фінансові послуги (наприклад, фінансово-консультаційні компанії), і органи, які регулюють діяльність всіх цих установ» [2, с. 36] ... Фінансова система включає в себе ринки, посередників, фірми, що надають фінансові послуги за допомогою яких домогосподарства, приватні компанії, урядові організації реалізують прийняті ними фінансові рішення [2, с. 62]».

Інституційні та технологічні зміни є головними детермінантами сучасного соціального та економічного розвитку [3, с. 133]. Інституційні зміни – це складний процес, пов'язаний зі зміною базових або інших інститутів (правила, механізми, що забезпечують їх виконання, норми поведінки) під впливом різноманітних чинників. Ці зміни можуть відбуватися або еволюційним шляхом, тобто поступовими змінами формальних і неформальних правил, та революційним, що відбувається переважно за рахунок імпорту інститутів. Окрім того, в контексті інсти-

туційного розвитку формування інститутів можуть відбуватися або сценарієм конвергенції, або дивергенції. Перший сценарій прискорює розвиток економічної системи, а другий його стримує.

У контексті становлення фінансової системи її інституційний розвиток пов'язаний, перш за все, із формуванням фінансових інститутів, які наділяються відповідними функціями, повноваженнями, правилами поведінки, та їх взаємозв'язком, що визначає архітектуру та модель фінансової системи [4]. Також, враховуючи, що фінансова система – це складова соціально-економічної системи держави, її інституційний розвиток визначає роль, місце фінансового сектору в цій системі та умови взаємодії з реальним сектором.

Враховуючи сучасні умови господарювання в контексті глобалізації, можна визначити, що фінансові системи, особливо країн, що розвиваються, формуються переважно революційним шляхом. Це, в свою чергу, посилює роль технологічних змін, які в загальному розумінні являють собою процес створення, раціоналізації, поширення технологій або процесів, та розглядаються як синонім технологічного розвитку, технологічних досягнень, технічного прогресу. При цьому слід зауважити, що, як правило, недостатні або неефективні технологічні зміни у фінансовому секторі призводять саме до сценарію дивергенції.

Якщо функції фінансової системи мають більш стабільний характер, то її інститути трансформуються відповідно змінам у зовнішньому середовищі, які на сьогодні пов'язані, перш за все, з процесами глобалізації та новим технологічним укладом. При цьому інновації у фінансовій сфері та конкуренція серед інститутів у кінцевому підсумку призводять до підвищення ефективності функціонування фінансової системи, що часто пов'язано з появою нових фінансових продуктів, модернізацією інфраструктури фінансового ринку, безпосередньою трансформацією фінансових інститутів.

Фінансові інститути на сучасному етапі розвитку наділяються відповідними функціями, повноваженнями, правилами поведінки, та їх взаємозв'язком, що визначає архітектуру та модель сучасної фінансової системи будь-якої країни. Так, сучасна архітектура національної фінансової системи, як правило, відображає її структуру щодо економічної суті та ролі фінансового ринку (в контексті фондового) та банківських установ, а також природи інформаційної асиметрії,

яка визначає економічну поведінку агентів. Враховуючи особливості банко- та фондовоорієнтованої моделі фінансової поведінки, перевага тих чи інших інститутів по різному забезпечує реалізацію базових функцій фінансової системи, що, в свою чергу, має різний вплив на фінансові й економічні рішення суб'єктів господарювання, динаміку й структуру зростання економіки країни в цілому.

Втім в умовах розвитку нового технологічного циклу відбувається кардинальна трансформація господарських та фінансових відносин, в результаті чого формуються й новітні підходи до розвитку фінансових систем, а також ролі в цьому процесі різноманітних фінансових інститутів.

Поява й удосконалення фінансових інновацій як складової фінансової політики завжди було і залишається важливою умовою стабільного соціально-економічного розвитку країни. Процес реформування наявної практики та методики направлений на пошук нових інструментів та способів фінансової взаємодії суб'єктів економіки, і, як результат, отримання майбутньої вигоди. При цьому інноваційний процес передбачає створення не лише нових технологій та інструментів, а й повноцінних інституціональних структур (ЄЦБ, ОЕСР, МБРР та інші). Саме тому процес дослідження розвитку інновацій у сфері фінансів відіграє важливу роль для розуміння сучасних процесів щодо забезпечення стійкого зростання соціально-економічного добробуту.

Фінансові технології (FinTech) мають давню історію розвитку [5].

Перший етап FinTech 1.1 розпочався з прокладення першого трансатлантичного телеграфного кабелю в 1866 р., який з'єднав Західну Європу з Північною Америкою і дозволив миттєво здійснювати зв'язок між основними фінансовими центрами (Лондон, Нью-Йорк), забезпечивши накопичення і зберігання величезного масиву даних щодо операцій у глобальних фінансових центрах. Далі в період 1867-1914 рр. відбувається формування технологічної інфраструктури фінансового сектору, хоча перша світова війна, криза фондового ринку США у 1929 р., а далі Велика депресія призупинили цей процес на наступні 25 років. Значною подією у розвитку FinTech стало розробка кодів для безпечних комунікацій для військових операцій в період Другої світової війни.

Друга велика ера FinTech 2.0 розпочалась в 1967 р., коли впровадили оцифрування аналогових систем. Саме в цей період відбувається прогресивний розвиток ранніх технологій FinTech, які, у тому числі, широко використовуються й сьогодні. Прикладом є автоматизована касова машина (АТМ), яка вперше була розміщена в Barclays Bank у Великій Британії і значно змінила відношення людей до грошових операцій, оскільки банкомати відіграли і відіграють важливу роль в раціоналізації грошового обороту. Цікавим прикладом також є портативний калькулятор TI 2500 Data Math від Texas Instruments (1972 р.), який по суті став попередником сучасного смартфона.

Найбільш значущими подіями 1970-90-их рр., які вплинули на трансформацію фінансових відносин, стало створення внутрішніх та міжнародних платіжних систем (у 1973 р. з'явилась система SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications), яка сьогодні обслуговує понад 200 країн та 11 000 установ по всьому світу, є стандартом у глобальних платіжних систем), поява цифрових бірж (у 1971 р. створена NASDAQ, яка є сьогодні стандартом функціонування фінансових ринків), виникнення Інтернет-банкінгу (у 1980-их рр. з'явився Інтернет, який практично зразу сприяв створенню систем Інтернет-банкінгу), поява компаній, які стрімко розвиваються завдяки Інтернету та використовуючи FinTech для оптимізації господарського процесу (Amazon, Google, Alibaba).

Особливо бурхливий розвиток FinTech відбувається в епоху FinTech 3.0 після глобальної фінансово-економічної кризи 2008 р., оскільки існують проблеми, які потребують вирішення, і для розвитку стартапів це ідеальне середовище. Крім того, відбувається перехід до нового технологічного укладу, який характеризується появою нових, кардинально відмінних від попередніх базових технологій. В результаті можемо спостерігати вибухове зростання проникнення Інтернету, в тому числі мобільного, поширення смартфонів, соціальних мереж і мобільних додатків, починається використання штучного інтелекту в бізнес-процесах, спілкуванні зі споживачами (роботи, чат-боти) й ін. Ці процеси, в свою чергу, прискорили поширення фінансових інновацій поза банками.

XXI сторіччя – це епоха інформаційних технологій. Еволюція цифрових технологій значно змінила світ у останні десятиліття. Кожного

дня розробляються нові цифрові послуги, які поступово змінюють поведінку клієнтів, що і призводить до зміни традиційних бізнес-моделей.

Отже, поява нововведень у сучасному фінансовому просторі є результатом злиття інтересів споживачів та виробників інформаційних технологій. По-перше, все більшого значення набувають переваги клієнтів, особливо щодо зручності, швидкості та вартості фінансових послуг. По-друге, на сьогоднішній день провідну роль в причинах появи та впровадження інновацій у сфері фінансів відіграє бурхливий розвиток технологій, зокрема пов'язаних з Інтернетом, великими даними, мобільними технологіями та обчислювальною потужністю. Тобто вже декілька десятиліть інновації у сфері фінансів призвані спростити діяльність та взаємодію основних суб'єктів фінансової системи. FinTech підвищують ефективність фінансів, що в кінцевому підсумку сприяє економічному та соціальному розвитку. Слід зауважити, що, якщо в основі розвитку фондового ринку інформаційні технології, то банківський сектор є більш традиційним, а отже найбільші трансформації під впливом FinTech у фінансовій системі можна очікувати саме у банківській діяльності.

Сучасні фінансові технології або FinTech – сектор, в якому працюють компанії, що використовують технології та інновації з метою конкуренції з традиційними фінансовими організаціями – банками та посередниками на ринку фінансових послуг. До 5 технологічних досягнень, які відіграють ключову роль в оцифруванні фінансової галузі, сьогодні відносять Blockchain, RegTech, Smart contracts, the Internet of Things and Artificial Intelligence.

За останні 10 років відбулися корінні зміни у звичному характері функціонування фінансової системи, встановилася тенденція до майбутньої децентралізації основних фінансових процесів. В першу чергу це відбулося у зв'язку з виникнення технології blockchain та зокрема криптовалюти. Технологія blockchain або система децентралізованих реєстрів являє собою цифрову модель зберігання інформації за допомогою певного ланцюга даних. Зазвичай цю модель пов'язують з криптовалютами, оскільки вперше вона була застосована у системі Bitcoin. Сьогодні для ринку криптовалют характерна висока волатильність, яку пов'язують з невизначеністю правового статусу криптовалюти, відсутністю відповідного регулювання, значною кількістю непрофесі-

ональних учасників фінансових операцій. Втім система блокчейн реалізується й у багатьох інших продуктах та послугах, адже вона пропонує споживачам нову систему довіри, забезпечує зниження витрат, зокрема шляхом позбавлення від посередників. Найбільш розповсюдженим прикладом є модернізація на основі блокчейну системи «Знай свого клієнта» («Know your customer») – процес ідентифікації бізнесу та перевірки особистості його клієнтів, націлений на боротьбу з відмиванням грошей та інших видів шахрайства. Зібрані лише один раз дані клієнта можуть бути використані декількома регулятивними інститутами у майбутньому. Подібну інновацію вже застосували Deutsche Bank, HSBC Bank, Mitsubishi UFJ Financial Group, Cargill Asia Pacific Treasury Ltd й ін.

Прикладом ефективного використання блокчейн технології у фінансовій сфері також є протокол Ripple, який застосовується, в першу чергу, для миттєвих банківських переказів. Вже сьогодні він складає конкуренцію SWIFT. Протокол платіжної системи дозволяє розширити клієнтську базу банків і спектр послуг, значно знизити операційні витрати. Прямий конкурент Ripple компанія Stellar, заручившись підтримкою технологічного гіганта IBM, визначає себе як більш «народну» платформу, позбавлену комерційної складової.

Згідно з індексом Fintech Adoption [6], майже третина споживачів у світі використовує дві і більше фінансових технологій. Найбільш популярні Fintech-сервіси – онлайн-платежі (50% опитаних), сервіси для страхування авто і здоров'я (24%), додатки для інвестування і примноження капіталу (20%), онлайн-платформи для позики (10%), інструменти фінансового планування (10%). За кількістю користувачів Fintech-сервісів лідирують Китай (69% населення країни), Індія (52%), Велика Британія (42%), Бразилія (40%) і Австралія (37%). Рівень проникнення FinTech-сервісів у США становить всього 33%. У 2016 р. з 27 світових FinTech-компаній з капіталізацією 1 млрд дол. США 14 стартапів інкорпоровані в США, вісім – в Китаї і п'ять – в інших країнах світу. Обсяг глобальних вкладень в галузь зростає щорічно майже на 50%. Загальна вартість інвестицій в сектор зросла з 1 млрд дол. США в 2008 р. до 24 млрд дол. США в 2017 р.

Дійсно, фінансова система та банківська галузь, зокрема, зазнають збоїв у зростаючих темпах глобального розвитку і FinTech

допомагають їх вирішити. В свою чергу, конкуренція FinTech-компаній забезпечує зниження маржі традиційного банківського обслуговування. Фінансові технології формують сервіси, що найбільш повно задовольняють потреби клієнтів на основі безпеки, аналітики, інтеграції. Фінансові послуги стають все більш персоналізованими. При цьому послуга – це не об'єкт продажу, а спосіб вирішення якоїсь проблеми. Стратегії та бізнес-моделі орієнтуються переважно на клієнта, основою дизайну фінансових продуктів стають основні агреговані персоналізовані цінності, історичні тенденції, у тому числі нефінансові, когнітивні розрахунки. Однією з найбільш важливих переваг FinTech є цифрова довіра, яка є й чинником того, як довго ще будуть існувати банківські установи в традиційному розумінні. Якщо бренд банку як відображення довіри, чесності, безпеки, якості мав до цього обмежену цінність, то сьогодні стає основою цінністю і гарантією успішного майбутнього банківської установи.

Успіх багатьох FinTech-компаній змушує традиційні банки змінюватися і адаптуватися до нових технологій. Найбільші банки розширюють свій спектр цифрових послуг, збільшуючи інвестиції в розробку технологій, або укладаючи угоди з FinTech-компаніями. Протягом останніх кількох років традиційні фінансові установи та невеликі фірми FinTech почали розуміти, що співпраця може бути найкращим шляхом для довгострокового зростання. Обґрунтування співпраці полягає у спроможності об'єднати сильні сторони як банків, так і FinTech-компаній, для більш ефективного функціонування. Стартами здатні забезпечити новий, зручний підхід до фінансових послуг, а банки, в свою чергу, здатні допомогти молодим Fintech-компаніям орієнтуватися в правилах, які домінують в галузі фінансових послуг, що дозволить стартапам створювати більш ефективні продукти. Основними перевагами при цьому є інноваційний настрій, швидкість руху (швидкість коректування), споживча орієнтація, інфраструктура, побудована для цифрових технологій. Це переваги, якими більшість застарілих фінансових установ не володіють. Але більшість банківських установ мають масштаб та більш значне визнання бренду. Вони також мають достатній капітал, знання про відповідність нормативним актам та встановлену дистрибуторську мережу.

Поряд з цим існують і великі FinTech-компанії, які представляють найбільшу загрозу для банків, оскільки вони не згодні співпрацювати з ними, і по суті починають перебирати на себе банківські послуги. До глобальних фінтех-компаній відносять Google, Apple, Facebook, Amazon, Alibaba та ін. Ці компанії використовують свої платформи, завдяки яким вони у реальному часі мають доступ до інформації про продукти, продажі та рівні задоволеності клієнтів. Також вони зберігають інформацію, яку можуть використати, щоб швидко й об'єктивно визначити рівень життя клієнта, оцінити його кредитний ризик, споживчі переваги, фактори від яких вони залежать й ін. Крім того, такі фірми мають дуже велику клієнтську базу і завдяки клієнтоорієнтованій бізнес-моделі можуть користуватися інформацією, що належить клієнтові, набагато ефективніше, ніж банки, які, як правило, орієнтовані на продукти.

Дуже складно оцінити яким буде наслідок активного впровадження фінансових послуг, оскільки багато інновацій ще не пройшли випробування у повному фінансовому циклі. Результати SWOT-аналізу поширення FinTech в банківський сектор (див. табл. 2) демонструють, як переваги, так і недоліки цього процесу. Але, поряд з цим, можна відзначити дві тенденції. По-перше, комерційним банкам доведеться вкладати значні кошти в технології та власний бренд, щоб конкурувати між собою і з новими учасниками ринку. А, по-друге, структура фінансової системи буде радикально трансформуватися в найближчі десять років з веденням нових небанківських FinTech-компаній.

Втім, на нашу думку, незалежні великі FinTech-компанії не зможуть замінити банки у повному обсязі. Оскільки вони виконують лише одну або декілька функцій, а якщо буде бажання розширити свій бізнес, щоб використовувати економію масштабу, вони, мабуть, трансформуються у банки.

Отже, сьогодні можна спостерігати як FinTechs вдосконалюють традиційні фінансові послуги та з часом новітні технології сформують новий ландшафт фінансової екосистеми, в основі якої будуть не традиційні банки, інвестиційні та страхові компанії, фондові біржі як ті, що забезпечують трансформацію заощаджень в інвестиції, а єдина технологічна платформа, в основі якої Blockchain та DLT, алгоритм машинного навчання та штучний інтелект, засоби онлайн та офлайн

Таблиця 1. SWOT-аналіз поширення FinTech у банківському секторі

STRENGTHS	WEAKNESSES
<ul style="list-style-type: none"> - Значні інвестиції в сектор FinTech - Очолоюють банкіри та програмісти топ-рівня - Клієнтоорієнтованість - Постійна модернізація послуг - Гнучкість - Швидка адаптація до змін - Ефективне управління ризиками - Широкий доступ до послуг - Низька вартість послуг - Відсутність жорсткої територіальної приналежності - Цифрова довіра. 	<ul style="list-style-type: none"> - Потреба в розвинутій інфраструктурі - Проблема з даними - Відсутність підтримки на законодавчому рівні - В деяких країнах не достатньо поширені смартфони - Недостатня безпека - Потреба у додаткових інвестиціях у нові технології.
OPPORTUNITIES	THREATS
<ul style="list-style-type: none"> - Створення інфраструктури для посилення комунікації та співпраці між галузями - Зміна в законодавстві - Співпраця з великими банками - Зростання клієнтської бази - Зниження вартості інтернет-послуг та збільшення проникнення мобільних та смартфонів у малі країни та в ті, що розвиваються. 	<ul style="list-style-type: none"> - Кіберзлочинність може потенційно підірвати цілісність всієї фінансової системи - Порушення конфідейційності - Інтенсивна конкуренція - Зміна споживчої поведінки покупців - Легкий доступ до фінансування може стимулювати ризиковану поведінку (надмірне запозичення та високий рівень накопичення особистих боргів).

доступу до фінансових послуг, ефективної дистанційної комунікації (смартфон, біометрична ідентифікація, мобільні додатки, чат-боти, онлайн-помічники, соціальні мережі й ін.). Базовими елементами цього процесу стануть хмарні технології, штучний інтелект, аналітика Big Data. Ця технологічна платформа має стати дієздатним менеджером нової фінансової екосистеми, яка збалансує потреби виробників фінансових продуктів з попитом споживачів у реальному часі. Такі процеси змінюють не лише інституційну структуру фінансових систем, а й модернізують функціональну. Роль споживача у функціонуванні фінансової системи зростає, а роль традиційних інститутів (банківські установи, фондові біржі, страхові компанії й ін.) та регулюючих органів зменшується.

Споживач поступово буде ставати центром модернізації фінансових відносин. З одного боку, завдяки новим наборам сервісів споживач отримає можливість найбільш повно задовольняти свої потреби на основі персоналізації фінансових послуг, що передбачає стратегії та бізнес-моделі, орієнтовані на клієнта, дизайн фінансових продуктів на основі агрегованих персоналізованих цінностей, історичних тенденцій, у тому числі нефінансових, когнітивних розрахунків. З іншого, перспективи подальшого існування банківських та інших фінансових установ будуть залежати від їх здатності розуміти мотивацію і потреби споживачів фінансових послуг та продуктів, їх бренду як відображення довіри, чесності, безпеки, якості. В результаті, основними тенденціями буде розширення фінансових послуг, підвищення доступності фінансових продуктів і послуг для клієнтів, зниження витрат та зростання швидкості надання фінансових послуг на основі безпеки, аналітики, інтеграції. Великий обсяг даних створюватиме нові можливості для аналізу статистичних даних і збільшить прозорість надання та споживання фінансових послуг.

Формування нових господарських та фінансових відносин супроводжуватиметься посиленням нових ризиків, зокрема захисту інформації, невизначеності, у тому числі щодо стабільності фінансових потоків, недостатнього контролю за неформальним рухом фінансових ресурсів, недостатнього рівня фінансової обізнаності та грамотності й ін. У цих умовах має відбуватися модернізація ролі регулюючих фінансових органів у відповідності до наступних умов [7]:

- від жорсткої системи контролю до «арбітру ринку»;
- забезпечення балансу між інноваціями та ризиком, справедливістю та технологічною нейтральністю;
- забезпечення нових способів взаємодії між суб'єктами нової фінансової екосистеми (трейдери капіталу, провайдери капіталу, користувачі капіталу, FinTech компанії, менеджери з ризику, посередники, представники фундаментальних транзакцій, регулюючі органи й ін.);
- забезпечення балансу між сприянням інновацій та конкуренції, з одного боку, та збереженням цілісності фінансових ринків та забезпечення захисту прав споживачів фінансових послуг з іншого;
- забезпечення захисту інформації та прав інтелектуальної власності, інформування останніх про можливі ризики, координація фінансової освіти й ін.

Виконання цих умов потребує концептуальної зміни регуляторної діяльності від інститутів, компаній на фінансові послуги, продукти.

Щодо України, то зараз український FinTech знаходяться на етапі зародження. На сьогодні існує понад 80 FinTech-компаній різної міри зрілості, які працюють в таких напрямках, як платежі та грошові перекази (31,6%), технології та інфраструктура (19,3%), кредитування (14%), маркетплейси (7%), іншуртех (5,3%), діджитал і необанки (5,3%), управління фінансами (5,3%), мобільні гаманці (5,3%), блокчейн (3,4%),криптовалюти (1,75%), регтех (1,75%). Активна поява нових стартапів припала на останні три роки – 58 компаній виникли після 2015 р. [8]. Основними драйверами розвитку Fintech-сфери в Україні є доступність мобільного інтернету і смартфонів, втрата довіри до банків і незадоволеність якістю банківських сервісів.

Ринок FinTech в Україні розвивається і можна відмітити, що розробкою стартапів в сфері фінансових послуг займаються спеціалісти з IT-сфери (63%) та спеціалісти з фінансів (30%). Також, за даними досліджень, топ-менеджмент FinTech-провайдерів переважно складається з колишніх банкірів (70%) з досвідом роботи у великих комерційних банках, зокрема Приватбанк, ПУМБ, Райффайзен Банк Аваль, Альфа-Банк та Універсал Банк. Близько 23% менеджерів прийшли в цю сферу з бізнесу і лише 7% – з IT сектору. [8]

Аналіз демонструє, що розвиток FinTech в Україні орієнтований на прагнення до постійного зростання зручності та простоти взаємодії для клієнта у сферах: електронна комерція, банківські послуги, прийом платежів, споживче кредитування, ритейл. При цьому зростання прибутку від платіжних операцій забезпечується за рахунок постійного апгрейду UI/UX, постійного зростання рівня безпеки транзакцій та їх простоти. З точки зору українського споживача в кінці 2018 р. платежі з мобільних додатків – це те, що потрібно тут і зараз, а якщо такої опції немає, клієнт забирає свої гроші і йде до конкурента [9].

До найяскравіших прикладів в українській Fintech-сфері слід віднести використання Apple Pay і Google Pay. Першими цю функцію підключили Приватбанк та Ощадбанк. А такий функціонал, як Monobank можна вважати передовим фінансовим стартапом в Україні.

Згідно з результатами премії FinAwards 2018 кращим технологічним банком країни у 2018 р. визнано Ощадбанк, який отримав нагороду

за технологію еквайрингу в рамках кешлесс MasterPass; MetroPass – поповнення карт передплаченими поїздками в терміналах кас метро; випуск платіжного NFC-кільця; оплату безконтактною карткою в транспорті. Кращим небанком року звісно став Monobank – перший український банк без відділень, заснований командою экс-менеджерів ПриватБанку в партнерстві з Universal Bank. Кращим інтернет-банком є ПриватБанк (Приват24). Саме інтернет-банкінг в країні є найбільш розповсюдженою фінансовою інновацією і цю послугу надають майже всі фінансові установи. Найбільшими і найбільш технологічними вважаються онлайн-сервіси ПриватБанку, Альфа-Банку, ОТБ Банку, ПУМБ, Райффайзен Банку Аваль, УкрСибБанку та Укрсоцбанку. Можливості інтернет банкінгу провідних банківських установ представлені в таблиці 2.

Таблиця 2. Переможці національної премії FinAwards 2018

Номінація	Банк	Продукт-переможець/ відзнака
Самий стійкий банк	Райффайзен Банк Аваль	За рейтингів стійкості «Мінфіну»
Самий технологічний банк	Ощадбанк	Впровадження технологій, нового функціоналу
Кращий інтернет-банкінг	ПриватБанк	Privat24
Кращий Необанк	monobank	Мобільний додаток
Краща дебетова картка VIP	Альфа-Банк	Platinum Black
Краща дебетова картка Mass	ПриватБанк	Картка для виплат
Краща кредитна картка Mass	Альфа-банк	Максимум
Краща кредитна картка VIP	ПУМБ	SOLOМандри
Кращий кредит готівкою	ПУМБ	Тестдрайв
Краще відділення	Креді Агриколь	Київ, вул.Сагайдачного 25
Кращий кобренд продукт	ОТП Банк	Global Auto Card
Кращий ощадний вклад	Приватбанк	Строковий в гривні
Краща рекламна кампанія	Ощадбанк	Загальні рекламні кампанії та піар

Джерело: складено за даними [10]

Важливість розвитку і впровадження фінансових технологій важко переоцінити, оскільки весь банківський сектор у майбутньому буде мати наступні тенденції: відсутність фізичних відділень; відсутність загальних банківських продуктів у зв'язку зі створенням нової моделі взаємодії банків з клієнтами, яка передбачає повну персоналізацію та орієнтацію на потреби конкретного клієнта; нові стандарти поширення та зберігання інформації тощо. Україна має потенціал для розвитку FinTech-індустрії, оскільки тут є і креативні IT-фахівці, постійний попит на фінансові інструменти. Майже всі українські банки впроваджують мобільні додатки, розуміючи, що їх клієнти – це мілленіали, які буквально «живуть» в мобільному гаджеті. Можна визначити, що в найближчий час визначальний вплив на трансформацію фінансової системи України будуть мати чотири Fintech-тренди: Мобільний Fintech, розширення співпраці між банками і FinTech-компаніями, Blockchain, FinTech-кредитування.

Хоча на українському ринку ще не так багато FinTech-компаній, але їх кількість зростає, з'являються нові гравці ринку, а вже існуючі не перестають вдосконалюватись та впроваджувати нові технології. Але, поряд з цим, існує ряд проблем, які потребують вирішення в найближчий час: недосконала законодавча база; нестабільна фінансова система та банківський сектор зокрема; недостатній рівень ліквідності та фінансової стійкості банківської системи, зокрема в результаті високого рівня «непрацюючих» кредитів; нерозвиненість фондового ринку; високий рівень спекулятивних операцій; низький рівень довіри до фінансової системи та держави; недостатній рівень фінансової грамотності й ін. Втім, позитивним щодо перспектив розвитку FinTech в Україні можна вважати: прийняття НБУ цифрової стратегії України 2020; запуск універсальних цифрових ідентифікаторів Bank ID і Mobile ID; перехід на цифровий документообіг, дозвіл на використання електронного підпису тощо.

Література

1. Мишкин Ф. Экономическая теория денег, банковского дела и финансовых рынков / Ф. Мишкин. – М.: Вильямс. – 2006. – 880 с.
2. Романовский М. В. Финансы и кредит / М. В. Романовский, Г. Н. Белоглазова. – М.: Юрайт-Издат. – 2003. – 348 с.

3. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. / Пер. с англ. А.Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б.З. Мильнера. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с.
4. Ломачинська І.А. Архітектура фінансової системи України: теоретичні основи оптимізації в сучасних умовах / І.А. Ломачинська // Вісник соціально-економічних досліджень: збірник наук. праць. – 2011. – 41 (2). – С. 244-249.
5. Report from the OECD to the G20 Sub-Group on Capital Flow Management / [Електронний ресурс]. OECD. June 2017. – Режим доступу: <https://www.oecd.org/economy/48972216.pdf>
6. FinTech Adoption Index 2017. Key findings / [Електронний ресурс]. EY, 2017. – Режим доступу: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-fintech-key-findings-2017/\\$FILE/ey-fintech-key-findings-2017.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-fintech-key-findings-2017/$FILE/ey-fintech-key-findings-2017.pdf)
7. Ломачинська І.А. Вплив технологічних змін на трансформацію фінансових систем / І.А. Ломачинська, А.О. Мумладзе // Право, економіка та управління: генезис, сучасний стан та перспективи розвитку : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 20-річчю економіко-правового ф-ту ОНУ імені І. І. Мечникова (м. Одеса, 14–15 верес. 2018 р.). – Одеса. – С. 252-255.
8. FINTECH IN UKRAINE: Trends, Market Overview and Catalogue. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_en.pdf
9. Дегрик А. Современные Fintech-инструменты, меняющие платежный бизнес./ [Електронний ресурс] / А. Дегрик // Investgazeta. – 26.10.2018. – Режим доступу: <https://investgazeta.ua/blogs/sovremennyye-fintech-instrumenty-menyayushchie-platezhnyj-biznes>
10. FinAwards 2018 & Fintech Forum 2018. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://sp.treeum.net/finawards-2018>

РОЗДІЛ 16

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОБ'ЄКТ ВИМІРУ ТА ОЦІНКИ

*д.е.н., доцент,
професор кафедри менеджменту зовнішньоекономічної
та інноваційної діяльності
Одеський національний політехнічний університет
Коваленко О.М.*

*к.т.н., доцент,
доцент кафедри спеціальних та професійних дисциплін
Херсонський факультет Одеського державного університету
внутрішніх справ
Моргунова Т.І.*

Інновацію трактують як процес, або як явище, або як кінцевий результат діяльності, або як особливий вид діяльності, що відповідає цілям конкретного дослідження або його об'єкту.

Залежно від об'єкта і предмета свого дослідження різні вчені по різному класифікують інновації. Серед великої множини підходів до класифікації інновацій, на наш погляд, заслуговують уваги розробки Й. Шумпетера, Г. Менша, К. Фрімена, К. Павітта, Ю. Яковця. Незважаючи на окремі відмінності, базою для їх розробки є класифікація Й. Шумпетера, що була основою його власної теорії економічного розвитку. Можна погодитися з А. Юдановим, що поняття інновації Й. Шумпетера має широкий зміст та охоплює такі види:

- використання нової техніки, нових технологічних процесів або нового ринкового забезпечення;
- виробництво продукції з новими властивостями;
- використання нової сировини;
- зміни в організації виробництва і його матеріально-технічне забезпечення;

– виявлення нових ринків збуту.

Згадуються і ще два виду інновацій:

– комбіновані;

– комплексні.

У випадку сполучення двох видів інновацій має місце комбіноване нововведення, при взаємозалежному здійсненні всіх трьох видів – комплексне.

Продовжуючи теорію Й. Шумпетера, Г. Менш виділив з усієї сукупності інновацій базисні, поліпшуючі і псевдоінновації. До перших віднесено нововведення, які забезпечують створення нових галузей промисловості, до других радикальних) – удосконалюючи базові існуючі виробництва. У нових та модернізованих галузях базові інновації щодня розвивають серії поліпшуючих інновацій. Нововведення, що не змінюють техніко-економічного рівня виробництва принципово (ні базові, ні поліпшуючі), названо Г. Меншем псевдоінноваціями. В.Захарченко та Ю.Морозов доводять, що такий поділ є наслідком типології інноваційного процесу: перший тип – реалізація стратегії на досягнення світової першості, а другий – реалізація інновацій, націлених на поліпшення властивостей чинних процесів і наявних продуктів.

З погляду значного економічного ефекту в разі успішної реалізації на ринку виділяють базисні інновації, які мають високий рівень новизни. Отже, найважливішим критерієм є новизна, вона може розглядатись у науково-технічному, ринковому аспектах для виробника чи споживача тощо.

Залежно від об'єкта і предмета дослідження інновації розглядаються як:

– зміни (Й. Шумпетер, Ю. Яковець та інші);

– процес (Д. Тідд, Д. Бессант, К. Павітт, Б. Твісс, Б. Санто, вітчизняні економісти І. Школа, І. Буднікевич, О. Лапко, Д. Черваньов, Л. Нейкова та ін.);

– результат (Х. Рігс, В. Хіпель, Р. Фатхутдінов, С. Філіппова, С. Покропивний).

Крім того, можна виділити два підходи до визначення інновацій: вузький і широкий. За першим інновацію ототожнюють з новою технікою, технологією, промисловим виробництвом. Так вважає багато відомих економістів, зокрема, Б. Твісс, Б. Санто, Ю. Яковець, В. Хіпель,

Х. Рігс та ін. Згідно другому підходу інновацію розглядають як комерційне використання ідей, винаходів, втілене у нові продукти, послуги, організаційно-технічні і соціально-економічні рішення виробничого, фінансового, комерційного характеру. За таким підходом інновація як категорія властива інтелектуальній та виробничій діяльності суспільства, у процесі якої:

- створюються нові явища, продукти і послуги, що комерціалізуються в процесі господарської діяльності;
- вдосконалюються раніше створені об'єкти у матеріальній сфері;
- розробляються організаційні, економічні, соціальні та юридичні методи, засоби й форми управління.

Прихильниками цього напряму є дослідники різних років: М. Портер, П. Друкер, Д. Тідд, Д. Бессант, К. Павітт, Ю. Морозов та ін.

На погляд Н. Чухрай, специфічний зміст категорії «інновації» становлять зміни, а отже, головною функцією інноваційної діяльності є функція змін. Тоді інновацію як зміну можна розглядати в трьох аспектах:

- в широкому значенні – як будь-яку зміну, яка підвищує конкурентоспроможність підприємств;
- у вузькому значенні – як процес дифузії або трансформації наукових досягнень у виробництво;
- комплексно – як нові явище, впроваджене в господарську практику.

П. Друкер справедливо називає «Суперзіркою» підприємництва інновації на базі нових знань, які відрізняються від інших видів інновацій основними характеристиками: тривалістю, частотою невдач, можливістю прогнозування результатів. Тривалість періоду підготовки знань для того, щоб вони стали підґрунтям для реалізації інновацій, залежить від природи знань, причому деякі з них можуть і не бути результатом наукових досліджень. Ризик є невід'ємною властивістю будь-якої діяльності на основі нових знань, але особливо він великий у новітніх галузях, наприклад, біо- та комп'ютерні технології. Об'єднані інноваційні зусилля його суттєво знижують, тому що поодинокі вони розсіюються. Тому П. Друкером виділено такі три умови, що забезпечують успіх впровадження інновацій:

- новаторство – це кропітка робота, яка потребує майстерності, наполегливості, самовідданості, таланту, освіченості та творчості, переважно в одній сфері діяльності;

– новатори повинні покладатись, перш за все, на себе у процесі реалізації нововведення через високий ризик;

– новаторство має бути пов'язане з ринком, завжди сфокусовано на ринок та керуватись його вимогами.

На будь-якому підприємстві, підкреслює П. Друкер, всі повинні чітко розуміти, що інновація – це найкращий засіб його зберегти, адже в протилежному випадку воно занепадає. Теза набуває актуальності в економіці знань.

Серед розробок даного напрямку важливе місце посідають дослідження К. Павітта, який виділяє сім типів інновацій:

– інновації, що базуються на фундаментальних наукових знаннях, результати яких широко застосовуються в народному господарстві;

– інновації, що базуються на наукових дослідженнях, але мають обмежену сферу застосування;

– інновації, що розроблені з використанням технічних знань, які вже існують і мають обмежену сферу використання;

– інновації, що входять до комбінацій різних типів знань в одному виробі;

– інновації, що приводять до використання нового продукту в різних сферах;

– інновації, що приводять до технічно складних новинок;

– інновації, що приводять до застосування вже відомої техніки чи методів у новій галузі.

Характер інновації доцільно враховувати в процесі розробки інноваційної стратегії. У подальших роботах К. Павітт у співавторстві з Д. Тіддом та Д. Бессантом, підтримавши ідеї К. Фрімена, логічно зазначали, що найголовніша ознака інновацій – це зміни і тому їх доцільно згрупувати як продуктові і процесні.

Продуктові – це реалізація нових або вдосконалених продуктів, які, як правило, впливають на капіталомісткість і трудомісткість виробництва, але ці показники не є узагальнюючими. Зміна їх значень не є наслідком зростання ефективності інновацій, тому за їх допомогою доцільно тільки аналізувати тенденції явищ. Процесні інновації – це опанування нової або суттєво вдосконаленої продукції, організації виробництва.

Російський економіст Ю. Морозов до продуктових і процесних інновацій додає ще нетехнологічні, під якими має на увазі зміни в

організаційних формах господарської діяльності, а також у факторах соціального характеру та інших зрушеннях.

Кількість, склад та якість інновацій впливають на потенційні можливості підприємства. Термін «потенціал» (від латинського слова *potentia*) зазвичай трактується як «сила», «потужність» та використовується для позначення наявних ресурсів і джерел, що можна використати для досягнення певної мети, розв'язання певної проблеми, а також можливостей окремої особи, суспільства, держави у відповідній галузі.

Поняття «інноваційний потенціал» визначається як «сукупність інноваційних можливостей» підприємства – це сукупність показників або чинників, що характеризують його силу, джерела, можливості, засоби, запаси, здібності, ресурси та інші виробничі резерви, які можуть бути використані в інноваційній економічній діяльності.

Поняття потенціалу посіло важливе місце серед категорій економіки. внаслідок радикальних змін стратегічних пріоритетів глобальних організацій, у тому числі філософії підприємництва: на зміну «отримання прибутку нині» прийшло «формування потенціалу нині», що складає основу «отримання прибутку завтра». В швидкозмінному ринковому середовищі нова філософія підприємництва стає чи не єдиною можливим засобом забезпечення сталого економічного зростання.

Використовуючи сформований власний потенціал, підприємство не завжди в змозі об'єктивно оцінити ринковий попит на його складові. Ринкові, галузеві, географічні, часові та ін. чинники актуалізують окремі складові потенціалу. Внаслідок чого підпорядковуються категорії економічного, виробничого, конкурентоспроможного, інвестиційного, інноваційного та ін. потенціалів. Їх розрізняє сфера інтеграції чинників цілі потенціалів, обрана ринкова стратегія та стан підприємницького середовища. Тобто, різноманітність та підпорядкованість категорій потенціалу підприємства треба розглядати з точки зору мети його оцінки та використання.

Відповідно, необхідно виконати ідентифікацію базових чинників макро- чи мікроекономічного потенціалу. Існує традиційне розуміння чинників потенціалу як структурованого подання факторів пропозицій (природних, матеріальних, трудових, капітальних, технологічних ресурсів) та факторів попиту (організації виробництва, розподілу існуючих ресурсів).

Досліджуючи проблему економічного зростання, К.Р. Макконел і С.Л. Брю визначають шість складових: чотири фактори пропозиції (кількість та якість природних ресурсів; кількість та якість трудових ресурсів; обсяг капітальних благ; технологія), фактор попиту (повне використання усіх ресурсів), фактор ефективності (виробнича, розподільча ефективність). Отже, інноваційний потенціал представлено у вигляді сукупності елементів, необхідних для вирішення певних виробничих проблем, і готовність підприємства до їх вирішення. Більшість джерел інноваційний потенціал характеризує як множину переваг, перспектив і змін, які можуть бути реалізовані щодо повного задоволення попиту на дану інновації в оптимальний термін. Залежно від об'єкта, що досліджується, розрізняють інноваційний потенціал:

- соціокультурної сфери;
- регіону;
- галузі;
- підприємства.

Окремими авторами потенціал будь-якого підприємства завжди визначається:

- наявністю і якістю ресурсів (чисельність зайнятих, основні виробничі і невиробничі фонди, оборотні фондами або матеріальні запаси, фінанси і нематеріальні ресурси – патенти, ліцензії, інформація, технологія);
- здатністю персоналу створювати певну продукції (його освітній, кваліфікаційний, психофізіологічний і мотиваційний потенціал);
- інноваційним забезпеченням (здатністю та готовністю підприємства оновлювати виробництво, змінювати технологію, тощо);
- здатністю менеджменту використовувати наявні ресурси підприємства (професійна підготовка робітників системи управління, уміння формувати і вдосконалювати організаційну структуру підприємства);
- інформаційними здібностями (здатністю обробляти і систематизувати інформацію для її ефективного використання);
- фінансовими умовами (фінансовим станом, кредитоспроможністю тощо).

На інноваційний потенціал промислового підприємства впливає специфіка та масштаби його діяльності, тому рівень розвитку визначає

реальні інноваційні можливості, схильність до нововведень та інноваційну активність. Дехто з вчених стверджує, що «інноваційний потенціал» та «інноваційна сприйнятливість» не тотожні поняття, тому що можливості створення інновацій не завжди відповідають реальній потребі щодо їх впровадження. Але оцінюючи інноваційну активність, вони оцінюють стан та показники використання інноваційного потенціалу. Зміст інноваційної сприйнятливості як поняття ширше ніж потенціалу, адже характеризує здатність підприємства до швидкої комерціалізації інновацій, створення для цього необхідних умов, та відображає реальний рівень інноваційності всіх складових підприємства. Інноваційний потенціал характеризується ресурсом інноваційної діяльності щодо: персоналу (чисельність, структура, кваліфікація тощо); матеріально-технічної бази (сировину, обладнання, інтелектуальну власність тощо); фінансів (власні, залучені тощо); форм організації й управління інноваційною діяльністю; наукової інформації.

Цікавим є підхід до тлумачення співвідношення загального і інноваційного потенціалу підприємства, що запропонував, де склад загального потенціалу підприємства утворюється з: «...виробничо-технологічного потенціалу, науково-технічного потенціалу, фінансово-економічного потенціалу, кадрового потенціалу і власне інноваційного потенціалу, який становить ніби ядро всього потенціалу, органічно входячи в кожну його частину...»

У роботі [18] інноваційний потенціал також розглядається як сукупність кадрового, наукового й економічного потенціалу. Однак, у подальших роботах тих же авторів [7, 19] кадровий і науковий потенціал вже об'єднано в інтелектуальні ресурси.

Треба особо виділити підхід Н. Чухрай, яка інноваційним потенціалом називає інтегровану сукупність всіх наявних матеріальних і нематеріальних активів, які використовуються для здійснення інноваційної діяльності підприємства. В ринкових умовах до інноваційного потенціалу доцільно віднести всі ресурси, залучені до розробки і запровадження інновацій, які забезпечують конкурентні переваги підприємству.

Спільно з виробничим, фінансовим, маркетинговим, трудовим, управлінським і комунікаційним потенціалами інноваційний потенціал відіграє істотну роль в економічному зростанні підприємств, на що звертають увагу деякі дослідники. Зокрема, В. Ландик вва-

жає «управління інноваційним потенціалом – одне з найважливіших завдань, оскільки ефективність діяльності промислового підприємства в жорстких умовах конкурентної боротьби насамперед залежить від його здатності до нарощування і активного використання його організаційних, технічних, маркетингових та інших інноваційних можливостей, які складають інноваційний потенціал...».

Різні підходи щодо складових загального та конкурентоспроможного потенціалу підприємства [10, 12, 14, 19] не принижують значення інноваційного потенціалу, який поєднує можливості та реалії економіки знань. Але інноваційний потенціал пов'язаний з іншими складовими загального потенціалу підприємства. Так, його неможна реалізувати без використання інтелектуального потенціалу як системи здатності персоналу кваліфіковано забезпечувати інноваційний процес (на думку окремих дослідників – інвестиційний), відтворення капіталу з мінімальними витратами матеріальних і фінансових ресурсів в оптимальні строки їх окупності.

Аналіз чинників формування інноваційного потенціалу дозволив розробити його нову класифікацію за природною ознакою та стверджувати, що інноваційний потенціал формується з двох основних елементів: матеріального та інтелектуального потенціалу. На відміну від інших нами розмежовані поняття потенціалу та ресурсів інноваційної діяльності. Кожен з ресурсів має специфічні цілі використання і розвитку, підлягає впливу різних чинників і залежно від рівня розвитку може бути зарахований до сильних або слабких сторін підприємства, тому доцільно особливу увагу приділити вивченню потенціалоутворюючих елементів.

Матеріальні ресурси інноваційного потенціалу вміщують основні засоби і оборотні активи. Згідно з чинним законодавством основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік). Основними засобами інноваційної діяльності є необоротні матеріальні активи (машини, обладнання, інструменти та прилади, транспортні засоби, бібліотечні

фонди). Згідно законодавству, об'єкт основних засобів вважається активом, якщо існує імовірність того, що підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди від його використання та вартість його може бути достовірно визначена.

До оборотних активів відносяться виробничі запаси, незавершене виробництво, готова продукція, дебіторська заборгованість, грошові кошти тощо, залучені до процесу інноваційної діяльності, які складають фінансові та товарно-матеріальні потоки супроводження інновацій.

Матеріальні ресурси підприємства – це активи балансу підприємства. Дотепер вважалось, що стан основних засобів і оборотних активів та здатність підприємства ефективно їх використовувати визначають його потенціал. Однак, в економіці знань домінування в управлінському обліку переважно матеріальних активів не відповідає дійсності, оскільки більш поширеним джерелом створення вартості підприємства стають нематеріальні та ринкові активи, персонал. Це зумовлює необхідність виділення інтелектуальних, або нематеріальних ресурсів.

Поняття інтелектуальний потенціал дотепер використовувалось вузько, щодо характеристики процесу патентування результатів НДДКР підприємства. Але, в умовах розвитку інформаційних технологій це стає недостатнім, адже зовнішнє оточення стимулює підприємство шукати і розвивати інші важливі форми його нематеріальних активів.

Протягом останніх років, на тлі справжнього прориву у ключових галузях науки і техніки, зокрема, інформаційних технологій, ЗМІ і комунікацій, набули розвитку новітні інструменти формування конкурентних переваг, які раніше не існували, проте стали вже необхідною складовою будь-якого виду діяльності підприємства. Їх більшість має нематеріальний характер, тому їх доцільно розглядати як активи. Цьому також сприяє їх стратегічний для підприємства характер. Сьогодні вартість підприємства стає все менш визначатися матеріальними ресурсами (будинками, машинами, технікою тощо) та все більшою мірою на ціну впливають «нематеріальні» ресурси – ідеї, кваліфікація персоналу, стратегічне сполучення ключових процесів з обробки інформації. Особливо характерним це є для великих підприємств, які працюють на інформаційному ринку.

Важливість інтелектуальної складової закріплено на державному рівні багатьох країн. У документах ради Національної безпеки і оборони України також зазначено, що інтелектуальний потенціал нації є частиною гуманітарного потенціалу і має декілька складових, а саме:

- систему освіти, що включає державні і недержавні навчальні заклади;
- комп'ютерне забезпечення, що включає абсолютну та відносну кількість комп'ютерів, їх якість, ступінь охоплення комп'ютерними технологіями;
- системи зв'язку, де визначальними є швидкість зв'язку, його надійність, перешкодостійкість, захищеність від несанкціонованого доступу;
- бази даних на друкованих та електронних носіях;
- систему науки, що включає державні та недержавні наукові заклади;
- інтелектуальну власність у складі патентів, ліцензій та ноу-хау.

Інтелектуальні ресурси, реалізовані в процесі економічного розвитку підприємства, складають інтелектуальний капітал. В сучасних умовах світової конкуренції саме він дозволяє забезпечувати конкурентоспроможність окремим підприємствам і суспільству в цілому.

Британським вченим Енні Брукінгом запропоновано включати до складу чинників успішної діяльності підприємств третього тисячоліття декілька видів інтелектуального потенціалу: інтелектуальну власність, людські, ринкові та інфраструктурні активи. На думку Н. Чухрай, доцільно серед ресурсів інтелектуального потенціалу розрізняти нематеріальні активи, маркетингові, управлінсько-інфраструктурні та трудові ресурси.

Нематеріальні активи, згідно чинного законодавства, це немонетарні активи, які не мають матеріальної форми, можуть бути ідентифіковані (відокремлені від підприємства) та утримуватися підприємством з метою використання протягом періоду більше одного року (або одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік) для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях чи надання в оренду іншим особам. Нематеріальні активи можуть бути придбані чи отримані в результаті розробки власними силами. За законодавством підприємство їх відображає в балансі, якщо є імовірність одержання

майбутніх економічних вигод, пов'язаних з його використанням, та його вартість може бути достовірно визначена.

Об'єктами нематеріальних активів інноваційного потенціалу промислового підприємства є:

- права на об'єкти промислової власності (винаходи, корисні моделі, промислові зразки, ноу-хау, захист від недобросовісної конкуренції тощо);

- права на знаки для товарів і послуг;

- авторські та суміжні з ними права;

- гудвіл;

- інші нематеріальні активи (право на провадження діяльності, користування природними ресурсами, майном, використання економічних та інших привілеїв тощо).

Маркетингові ресурси підприємства включають активи, які забезпечують вигідну міцну позицію на ринку і ефективну співпрацю з партнерами підприємства. Це імідж підприємства, існуюча база клієнтів, налагоджені канали збуту тощо. Їх роль полягає в тому, що їх сукупність забезпечує підприємству конкурентну перевагу на конкретному ринку. Ринкові активи демонструють свідомість покупців про певні особливості підприємства, характер та масштаб його діяльності. Сформована клієнтурна база, стабільна продаж, постійність клієнтів, та, як наслідок, формування вигідного портфелю замовлень, є міцною конкурентною перевагою підприємства на ринку. Постійні канали збуту гарантують обслуговування всіх потенційних клієнтів і забезпечують максимізацію прибутку. Це дозволяє постійно розширювати і оновлювати перелік послуг з обслуговування клієнтів, що знов дає підприємству переваги над конкурентами, які не мають такого рівня сервісу. Партнерство з рекламними агентствами та іншими маркетинговими посередниками доповнює організаційні ресурси підприємства своїми навичками і досвідом.

Управлінські активи – це технології, методи і процеси, на яких базується робота підприємства і які роблять інноваційну діяльність підприємства взагалі можливою. Наприклад, організаційна культура, інноваційний клімат, сучасні концепції управління підприємством, фінансова структура, бази даних по ринку загалом і окремим покупцям, комунікаційні системи. При цьому йдеться не про вартість

основних засобів, що формують, наприклад, тестову систему якості, а про характер її використання на підприємстві. Якщо підприємство може за допомогою Інтернету проводити дослідження, просувати та продавати товари, то воно може сформувати додатковий канал комунікації і збуту, а Інтернет є його активом. Трудові ресурси промислового підприємства визначається кількісним складом персоналу, який так або інакше пов'язаний з інноваційною діяльністю підприємства, та його якісними характеристиками, які розуміються як активи персоналу. Під активами персоналу розуміється сукупність колективних знань співробітників підприємства, їх творчих здібностей, умінь вирішувати проблеми, лідерських якостей, підприємницьких і управлінських навичок. Наведені підходи не відображають принципових розбіжностей між матеріальною та нематеріальною складовими інноваційного потенціалу, тому, ґрунтуючись на предметному підході до формування визначення інноваційного потенціалу, пропонується власний погляд на його осмислення, характеристику та методичні підходи до оцінювання.

Інноваційний потенціал промислового підприємства – це інтегрована сукупність матеріального потенціалу та інтелектуального потенціалу, що включає в себе всі наявні матеріальні і нематеріальні ресурси підприємства, які використовуються в інноваційній діяльності підприємства та забезпечують досягнення конкурентних переваг шляхом розроблення і запровадження інновацій. Це дозволяє врахувати сучасні тенденції зростання ролі інтелектуальної складової та, водночас, формує теоретичну основу його оцінювання.

Література

1. Адаптация промышленных предприятий к научно-техническим новшествам // В.Н. Гончаров, Г.И. Дибнис, А.Ю. Пекин и др. / Под ред. В.Н. Гончарова. – К.: Техніка, 1993. – 132 с.
2. Александрова В.П., Щедрина Т.І. Развитие трансферу научно-технических достижений в Украине // Экономика та прогнозування. – 2001. – № 3. – С. 100-106.
3. Александрова В.П. Влияние государственных научно-технических программ на экономическую структуру промышленного производства // Соціально-економічне дослідження в перехідний період. Регіональна науково-тех-

- нічна політика: інноваційний розвиток та інформаційний простір. Вип. XVI. – Львів: Інститут регіональних досліджень, 2000. – С. 89-95.
4. Александрова В.П. Економіка знань та її перспективи для України – К.: Ін-т екон.прогнозув. НАН України, 2004. – 161 с.
 5. Александрова В.П., Щедрина Т.І. Використання трансферу науково-технічних досягнень для економічного зростання країни // Стратегія економічного розвитку України: Наук. збірник. Вип. 2-3 / Відп. ред. О.П. Степанов. – К.: КНЕУ, 2000. – С. 77-79.
 6. Алымов А.Н., Гончарова Н.П., Остапенко Н.М. и др. Экономические отношения в сфере научно-технической деятельности. – К.: Наукова думка, 1992. – 224 с.
 7. Алякин А.А., Бессарабов А.М, Поляков А.В. Научно-экономический мониторинг отраслевой химической науки государственной и акционерной форм собственности (1990-2002 гг.) // Сб. трудов 4-й Межд. научной конф. «Современные проблемы истории естествознания в области химии, химической технологии и нефтяного дела». Уфа, 24-26 декабря 2003 г., с.13-14.
 8. Андел І.В. Організація моніторингу інноваційних процесів на регіональному рівні // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Регіональна науково-технічна політика: інноваційний розвиток та інформаційний простір: Матеріали доп. Міжнар. практ. конф.: Щорічник наук. пр. Вип. XVI. – Львів: ІРД НАН України, 2000. – С. 212-220.
 9. Андрощук Г. Стимулювання інноваційної діяльності // Стратегія економічного розвитку України. – 2001. – Вип. 1-3. – С 177-184.
 10. Антонюк Л.Л., Поручник А.М., Савчук В.С. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: Монографія. – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с.
 11. Антонюк Л. Регіональна політика України в контексті інтеграції до ЄС // Україна на шляху європейської інтеграції. – К.: Дуйзберга, 2000. – 77 с.
 12. Афонин И.В. Управление развитием предприятия: Стратегический менеджмент, инновации, инвестиции, цены: Учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К0», 2002. – 380 с.
 13. Бажал Ю.М. Економічна теорія технологічних змін: Навч. посібник. – К.: Заповіт, 1996. – 240 с.
 14. Бажал Ю.М. Інвестиційно-інноваційні ресурси економічного зростання // Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб. Вип. 1 / Відп. ред. О.П. Степанов. – К.: КНЕУ, 2000. – С. 34-40.

15. Бажал Ю.Н. Економіка інноваційних процесів // Вісник Інституту економічного прогнозування. – К.: Ін-т екон.прогнозув. НАН України, 2002 (1) – С. 3-17.
16. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2001. – 304 с.
17. Бендерський Ю. Роль інвестицій та інновацій у реструктуризації економіки // Економіка України. – 1998. – № 9. – С. 39-47.
18. Бессарабов А.М. и др. Инновационный потенциал научных организаций химического комплекса России: 1990-2000 гг. // Химия и рынок. 2002. – № 2-3. – С. 42-45.
19. Бессарабов А.М. Интегрированная оценка инновационного потенциала отраслевых научных организаций (на примере НИИХИМ) // Химическая промышленность сегодня. 2003. – № 11. – С. 12-21.
20. Бжилянская Л. Инновационная деятельность: тенденции развития и меры государственного регулирования // Экономист. – 1996. – № 11. – С. 7-9.

РОЗДІЛ 17

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*д.е.н., доцент,
професор кафедри обліку і оподаткування,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Побережець О.В.*

*магістр,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Димитрієва М.І.*

Аналіз наукової літератури пропонує багато різних тлумачень терміну «економічна безпека підприємства», серед них: ефективне використання ресурсів підприємства, стан захищеності від негативних зовнішніх і внутрішніх загроз, гармонізація усіх економічних інтересів підприємства. Економічна безпека повинна забезпечувати ефективне використання всіх наявних ресурсів, злагоджене функціонування і стійке зростання макрота мікроекономічних показників. Основною метою системи безпеки є своєчасне виявлення і запобігання зовнішніх та внутрішніх небезпек та загроз, які можуть виникати під час функціонування підприємства, забезпечення та гарантія захищеності діяльності підприємства та реалізація ним бізнес-цілей. Забезпечення належної економічної безпеки підприємства залежить від сформованої власної системи безпеки та її організації та управління [1, с. 153]. Тому, економічна безпека сьогодні для вітчизняних підприємств стає найважливішою умовою їх діяльності. Створення налагодженої системи економічної безпеки перетворюється на одну з головних цілей управління підприємством.

Багато науковців відмічають класифікацію загроз на внутрішні та зовнішні, як найбільш важливу для забезпечення економічної безпеки підприємства, адже вона впливає лише на внутрішні загрози, а щодо

зовнішніх – потрібно вживати заходів по мінімізації наслідків їхнього прояву.

На нашу думку, зовнішні та внутрішні загрози доцільно розподіляти за функціональними складовими економічної безпеки підприємства, що дозволить розробляти заходи з їх нейтралізації. Кожна окрема функціональна складова економічної безпеки підприємства (інтелектуальна і кадрова, фінансова, техніко-технологічна, політико-правова, екологічна, інформаційна, силова [3, с. 144]) характеризується власним змістом, набором функціональних критеріїв та способами забезпечення.

Фінансова безпека підприємства – це стан захищеності його фінансово-господарської діяльності, виражений у найкращих значеннях показників прибутковості, рентабельності, ліквідності, фінансової незалежності, якості управління та використання основних і оборотних коштів, структури його капіталу.

Забезпечення інтелектуальної та кадрової безпеки підприємства включає роботу з персоналом з метою підвищення ефективності його роботи, а також збереження і розвиток інтелектуального потенціалу підприємства.

Техніко-технологічна безпека підприємства включає в себе систему заходів щодо забезпечення технологічної незалежності виробництва, і відповідно застосовуваних технологій, а також техніки світовим аналогам.

Забезпечення політико-правової складової економічної безпеки підприємства включає в себе дотримання підприємством і його працівниками всіх чинних законів, що стосуються його діяльності, а також роботу юридичної служби підприємства за сприятливого зміни його зовнішнього правового середовища.

Основна сутність екологічної складової економічної безпеки з точки зору підприємства – прагнення оптимізувати свої фінансові витрати таким чином, щоб при мінімальних витратах на забезпечення дотримання екологічних норм по технологічним процесам на підприємстві і його продукції мінімізувати свої втрати від адміністративних санкцій за забруднення навколишнього середовища.

Основна сутність інформаційної складової економічної безпеки підприємства – забезпечення захисту інформаційного середовища

підприємства та збереження комерційної таємниці, а також, збір і аналіз усієї інформації, що стосується його діяльності.

Під силовою складовою економічної безпеки підприємства розуміється забезпечення фізичної безпеки працівників підприємства (захист життя і здоров'я), а також збереження майна підприємства від негативних впливів, що загрожують втратою або зниженням його вартості [3, с. 145].

Моделювання системи забезпечення, організації та управління економічною безпекою підприємства потребує аналізу та опису основних сфер підприємства та функціональних цілей безпеки, враховуючи такі моменти: фінансова незалежність, стійкість, ефективність роботи всього підприємства; техніко- технологічна незалежність підприємства, постійне оновлення технічної бази; конкурентоспроможність, технологічний та економічний потенціал; захист інформаційного середовища підприємства, комерційної таємниці; кваліфікаційний рівень персоналу; безпека персоналу та підприємства [4, с. 56].

Концепція управління економічною безпекою будь-якого підприємства ґрунтується на чітко сформованих системах організації управління економічним розвитком. Створення та реалізація концепції відбувається з самого початку заснування підприємства та у подальшому процесі виробничо-господарської діяльності. Оцінка ефективності впровадження концепції проводиться за показниками своєчасного та якісного забезпечення зростання економічного розвитку підприємства та обсягу власних ресурсів, впровадження в роботу інноваційного технічного обладнання, забезпечення фінансової стійкості та конкурентоспроможності. До концепції ефективного управління економічною безпекою підприємства також входить комплекс методів організації, управління та запобігання небезпек та загроз. За невідзначених умов функціонування економіки України суб'єкти господарства мають враховувати цільові критерії оцінки своєї фінансової захищеності та економічної безпеки, формувати систему індикаторів загроз, а також, в залежності від виду діяльності, застосовувати моніторинг й аналітичну оцінку, які будуть якнайкраще визначати критичні значення кризового стану за усіма видами діяльності, керуючись наявними науково-обґрунтованими методичними підходами [5, с. 142].

Найбільш важливою для забезпечення економічної безпеки підприємств є класифікація загроз на внутрішні та зовнішні, оскільки зовнішні загрози тільки мінімізуються, а основна робота проводиться з внутрішніми загрозами. В свою чергу, зовнішні та внутрішні загрози доцільно розподіляти за функціональними складовими економічної безпеки підприємства: інтелектуальна і кадрова, фінансова, техніко-технологічна, політико-правова, екологічна, інформаційна, силова, що дозволить розробляти заходи з їх нейтралізації. Існує безліч підходів до класифікації способів та прийомів діагностики. Відповідно до одного з таких підходів в основу класифікації покладено рівень об'єктивності, згідно з яким розрізняють формалізовані та неформалізовані способи діагностики [6, с. 35]. В основі формалізованих методів дослідження покладені доведені та науково обґрунтовані аналітичні залежності. Дані методи є найбільш об'єктивними й саме тому найчастіше використовуються в практиці оцінки діяльності підприємств. Основні з них представлені у таблиці 1. Проведення такої діагностики передбачає використання статистичної інформації та різноманітних математичних методів. Неформалізовані методи діагностики засновані на характеристиці аналітичних процедур на логічному рівні, тобто на використанні інтуїції, досвіду та знань аналітика. Цей вид методів встановлює діагноз на основі узагальнення інформації та оцінок, наданих експертами.

Таблиця 1. **Формалізовані методи діагностики економічної безпеки підприємства**

Назва методу	Зміст методу
1	2
Факторний	Виявлення, оцінка та класифікація ступеня впливу окремих факторів
Математичний	Балансовий прийом, елімінування, процентні числа, диференціальний, логарифмічний, інтегральний аналіз, аналіз рівня ризиків, розрахунок простих та складних відсотків
Статистичний	Кореляційний, дисперсійний, регресійний, кластерний аналіз; групування, прийом виділення «вузьких місць» і «провідних ланок», графічний, табличний та індексний методи; метод середній та відносних величин

Продовження таблиці 1

1	2
Стратегічний	SWOT-аналіз, STEP-аналіз, модель Портера, SPACE-аналіз, метод аналізу LOTS; PIMS-аналіз, бенчмаркінг, метод складання профілю організації
Економіко-математичний	Системний аналіз, імітація, моделювання, ділові ігри, математичне програмування, математичний аналіз, дослідження операцій, математична теорія оптимальних процесів
Фінансово-економічний	Метод беззбитковості, коефіцієнтний та рівноважний метод
Економетричні	Гармонійний, матричний, спектральний аналіз, міжгалузевий баланс, виробничі функції
Методи дослідження операцій та прийняття рішень	Теорії ігор, масового обслуговування, побудова дерев цілей, сіткове планування
Економіко-математичне моделювання і оптимальне програмування	Прогностичні та нормативні, описові та передбачувані моделі, системний аналіз, лінійне, нелінійне, динамічне та опукле програмування

Вплив на економічну безпеку підприємства внутрішніх та зовнішніх факторів відображається у змінах показників його діяльності. Таким чином, рівень економічної безпеки підприємства Р ек.б. може бути виражений у вигляді функції багатьох змінних:

$$P_{ек.б.} = F(X_i) = a_1 f(x_1) + a_2 f(x_2) + \dots + a_i f(x_n), \left(\sum_{i=1}^n a_i = 1 \right)$$

де x_1, x_2, \dots, x_n – основні показники діяльності підприємства;

$f(x_1), f(x_2), \dots, f(x_n)$ – локальні функції залежності рівня економічної безпеки від відповідних показників діяльності підприємства;

a_1, a_2, \dots, a_i – частка значущості кожного показника для економічної безпеки підприємства;

i – кількість показників [2, с. 313].

Для оцінки рівня економічної безпеки підприємства можуть використовуватися різні методи, але вони повинні відповідати обраним підходам. Для застосування більшості з них необхідна велика кількість статистичних даних. Саме від цілей підприємства залежить правильність вибору методу, оскільки така інформація досить суперечлива і

ґрунтується на використанні різних джерел, тому перед цим необхідно все ретельно зважити.

У світовій економічній системі захист інтересів країни, який напряму залежить від рівня розвитку національної економіки, її становища у світовому господарстві стає найвищою ланкою рівня її безпеки, адже це повністю впливає на нижчестоящі компоненти: державу, регіон, галузь, підприємство, осіб. Варто додати, що запорукою успішного функціонування системи економічної безпеки на всіх рівнях, необхідною умовою є формування сприятливих засад та передумов на кожному вищестоящому рівні управління економічною безпекою, які будуть включати забезпечення захищеності функціональних складників та компонент об'єкта економічної безпеки нижчого рівня.

Такої думки дотримується науковець Т. Гладченко, яка обґрунтовує не лише доцільність виокремлення таких рівнів економічної безпеки, як рівень держави, регіону, галузі, підприємства, людини, але й вважає це об'єктивною передумовою вивчення категорії «економічна безпека підприємництва» [6, с. 3].

Комплексна система економічної безпеки підприємства, згідно з Т. Слободяник, «це комплекс взаємопов'язаних заходів організаційно-правового характеру, що здійснюються спеціальними органами, службами, підрозділами суб'єкта господарювання, спрямованими на захист життєво важливих інтересів особистості, підприємства і держави від протиправних дій з боку реальних або потенційних фізичних або юридичних осіб, що можуть призвести до істотних економічних утрат і забезпечення економічного зростання у майбутньому» [7, с. 25].

Основними завданнями системи управління економічною безпекою підприємства є: збір, аналіз, оцінка зовнішнього оточення та прогнозування розвитку подій; захист законних прав та інтересів підприємства; вивчення діяльності конкурентів, партнерів, клієнтів; забезпечення збереження матеріальних цінностей; виявлення, попередження, припинення можливих протиправних дій співробітників, конкурентів; захист комерційних таємниць тощо [7, с. 26].

Важливою характеристикою системи управління економічною безпекою ЗЕД підприємства є її здатність оперативного реагування на швидкі зміни зовнішнього середовища, адже її структура повинна мати здатність швидкого адаптування до них (рис. 1).

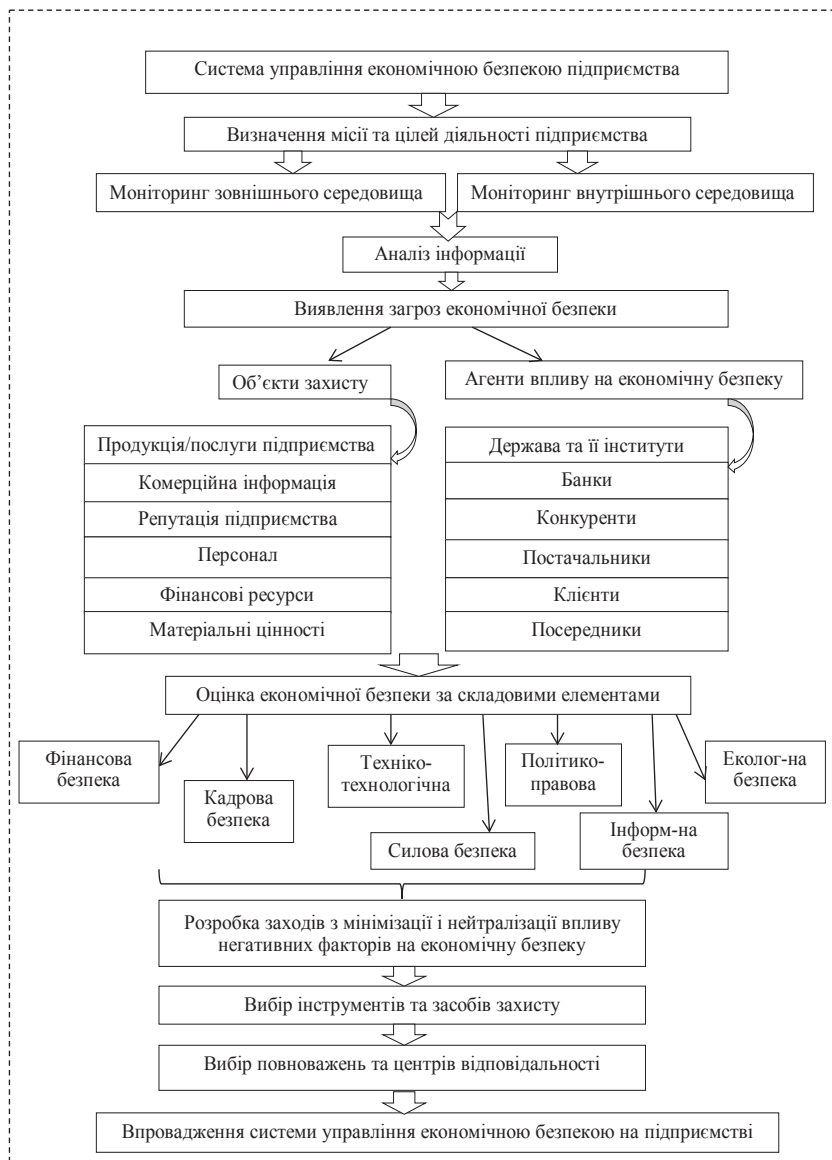


Рис. 1. Система управління економічною безпекою підприємства

Виходячи зі змісту поняття економічної безпеки підприємства ЗЕД підприємства як стану найбільш ефективного використання його ресурсів для стабільного функціонування на міжнародному ринку та здатності протистояти впливу небезпечних факторів зовнішнього й внутрішнього середовищ з метою забезпечення ефективних взаємовідносин суб'єктів господарської діяльності як на території України, так і за її межами варто зазначити, що метою організаційно-економічного механізму управління економічною безпекою ЗЕД підприємства є підвищення рівня економічної безпеки ЗЕД підприємства на основі раціонального розподілення та використання ресурсів підприємства [8, с. 45].

Наразі в Україні відбувається актуалізація проблематики економічної безпеки, що супроводжується глибоким осмисленням явищ та процесів, генерацією нових ідей, появою свіжих поглядів, формулюванням та уточненням понятійно-категоріального апарату [5, с. 150]. В процесі масштабної глобалізації та глибоких політико-економічних кризових становищ, в Україні, питання забезпечення всебічного захисту підприємств, як відокремлених самостійних систем, від стану яких залежить й загальний економічний розвиток держави, стоїть на першому місці. Інвестиції перш за все надходять до фінансово безпечних галузей, які гарантовано принесуть прибуток і будуть інвестиційно привабливими.

Невирішеність проблем в сфері управління економічною безпекою підприємств не дозволяє досягти відповідного рівня економічного зростання та ускладнює здійснення ефективної реструктуризації економіки, тому забезпечення економічної безпеки це загальна мета держави і кожного окремого підприємства.

Література

1. Анісімова О. М. Лаврентьева Л.В. Сучасні тенденції економічної безпеки підприємства в Україні/ О.М.Анісімова, Лаврентьева Л.В. // Теоретичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2015. – №1(11). – С. 153-158.
2. Домашенко М.Д. Формування показника комплексної оцінки рівня економічної безпеки зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств / М.Д. Домашенко // Вісник Донецького національного університету. – 2011. – Спецвипуск. Т. 1. – С. 312-314.

3. Дикань В. Л. Комплексна методика визначення рівня економічної безпеки, оцінки ризиків та ймовірності банкрутства підприємства [Текст]: монографія / В. Л. Дикань, І. Л. Назаренко – Харків:УкрДАЗТ, 2010. – 142 с.
4. Живко З. Б. Економічна безпека підприємства: сутність, механізми забезпечення, управління: [монографія] / З. Б. Живко. – Львів : Ліга-Прес, 2012. – 256 с.
5. Павліченко В.М. Економічна безпека українських підприємств в умовах фінансово-економічної кризи: сутність, загрози / В.М. Павліченко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2014. – №48. – С. 142-150.
6. Парфентьева О. Г. Основні методи, які використовуються при проведенні економічної діагностики потенціалу розвитку підприємства / О. Г. Парфентьева // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: збірник наукових праць / ред. кол.: І. Д. Пасічник, О. І. Дем'янчук. – Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2013. – Випуск 24. – С. 34-38.
7. Слободяник Т. М. Запровадження комплексної системи економічної безпеки та оцінка її ефективності на сучасному підприємстві [Текст] / Т. М. Слободяник // Економічний простір. – 2008. – №12/2. – С. 22-27.
8. Коробчинський, О. Л. Методика формування системи економічної безпеки підприємства [Текст] / О. Л. Коробчинський // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4(94). – С. 41-45.

РОЗДІЛ 18

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

*к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності,
Одеський національний політехнічний університет
Яценко М.С.*

*асистент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності,
Одеський національний політехнічний університет
Беспала О.А.*

У сучасних умовах функціонування вітчизняних підприємств, для забезпечення їх сталого розвитку ключового значення набуває активізація інноваційної діяльності, науково-технічного розвитку та підвищення ефективності інноваційних досліджень. Вміння не тільки формувати, а й активно використовувати у виробництві інноваційні технології, новітні розробки науки і техніки стає вирішальним фактором економічного успіху вітчизняних підприємств, гарантує підвищення ефективності їх функціонування, а також забезпечує незалежність технологічної складової. Інновації стають основним засобом збільшення прибутку суб'єктів господарювання, підвищення їх конкурентоспроможності за рахунок кращого задоволення ринкового попиту і зниження загальновиробничих витрат.

Під інноваціями розуміють такі результати наукових досліджень і розробок, які здатні поліпшити технічні, економічні, споживчі

характеристики наявної продукції, процесів, послуг або можуть стати основою створення нової. Такі досягнення науки стають джерелом нового або додаткового прибутку та можуть втілитись у самостійному товарі і мати свою ринкову вартість [6].

Проте, сьогодні економіка України все ще залишається несприйнятливою до науково-технічних нововведень через низький рівень виробничої бази промисловості, нераціональне використання науково-технічного потенціалу, нестачу коштів для фінансування науково-технічної діяльності та високі кредитні ставки, недосконалість законодавчої бази в галузі інноваційної діяльності, високі економічні ризики та інші фактори. Приватні інвестори мають бути суттєво зацікавлені в фінансуванні інновацій та максимально захищені від майбутніх ризиків.

У промислово-розвинених країнах світу, за різними оцінками, від 75 до 95 % приросту промислового виробництва забезпечується за рахунок використання інновацій. І навіть більше, пошквалюванню виробництва в країнах, що пережили економічні кризи, сприяла, як правило, активізація інноваційних процесів. Аналіз різних сценаріїв виведення української економіки з важкої кризи, в якій вона перебуває вже небезпечно тривалий час, показує, що і для України єдина дорога гідного розвитку – переведення економіки на інноваційний режим. Жоден інший – ані сировинний, ані шлях запозичення західних технологій – не забезпечує істотного (у 3–4 рази) зростання ВВП за 10–15 років, а, отже, й істотного підвищення рівня і якості життя населення [6].

Дослідженням теоретичних та практичних питань щодо різних аспектів інновацій, інноваційного потенціалу, інноваційного розвитку підприємства приділяють увагу як зарубіжні, так і вітчизняні вчені. Зокрема, серед зарубіжних вчених можна виділити праці: Т. Брайана, П. Друкера, М. Портера, Ф. Хаберленда, Й. Шумпетерата ін. Серед вітчизняних науковців особливої уваги набувають дослідження: Т. Балабанова, А. Бутенко, В. Василенко, А. Гальчинського, М. Данько, К. Ковтуненко, А. Савчук.

Однак, незважаючи на велику кількість досліджень щодо теоретичних та практичних питань сутності та складових інноваційного потенціалу та його формування, слід зазначити, що існуюча інформація носить досить суперечливий характер. Сьогодні в економічній

літературі не існує однозначного визначення поняття «інноваційний потенціал», а також недостатньо широко висвітлене питання складових частин інноваційного потенціалу підприємства. Це значною мірою ускладнює вироблення конкретних практичних рекомендацій з його формування й ефективного використання й, таким чином, негативно позначається на кінцевих результатах інноваційної діяльності.

Метою даного дослідження є наукове обґрунтування теоретичних засад поняття інноваційного потенціалу підприємства та виділення основних складових інноваційного потенціалу підприємства.

Інноваційний потенціал – це одна з складових потенціалу організації.

Існує багато трактувань визначення поняття «інноваційний потенціал». На думку Т. Балабанова «інноваційний потенціал» – це сукупність різних видів ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові, інтелектуальні, інформаційні та інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності [2].

В. Василенко визначає інноваційний потенціал, як здатність підприємства взагалі, чи суб'єкта господарювання робити нову, наукомістку продукцію, що відповідає вимогам ринку, особливо світового [3].

М. Данько надає таке визначення: «інноваційний потенціал» являє собою сукупність елементів, які необхідні для вирішення конкретних виробничих завдань та відображають готовність підприємства для їх рішення [5].

А. Савчук під інноваційним потенціалом розуміє сукупність усіх його ресурсів, які можуть бути задіяними у процесі здійснення інноваційної діяльності [4].

Узагальнюючи вищевказані визначення, інноваційний потенціал можна визначити як готовність та спроможність того чи іншого інноваційного підприємства здійснювати вперше та втілювати в подальшу діяльність нововведення.

Таким чином, інноваційний потенціал представляє собою сукупність різноманітних видів ресурсів, включаючи матеріально-виробничі, фінансові, інтелектуальні, науково-технічні та інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності. Чим вище рівень інноваційного потенціалу підприємства, тим успішніше воно запобігає можливих кризових ситуацій [11].

Часто у науковій літературі розділяють визначення інноваційного та виробничого потенціалу, але ми вважаємо, що інноваційний потенціал є частиною виробничого потенціалу промислово підприємства та фактором підвищення його конкурентоспроможності. У сучасних умовах основним засобом підтримки високих темпів розвитку й досягнення необхідного рівня прибутковості суб'єктами господарювання стає постійне впровадження ними інновацій. Тому підприємствам в Україні слід приділяти більшу увагу вивченню питань сутності та складових власного інноваційного потенціалу [10].

Для кращого розуміння ситуації в галузі інноваційної діяльності вітчизняних підприємств наведемо деякі статистичні дані. У 2016 р. інноваційною діяльністю в промисловості займалися 834 підприємства, або 18,9% обстежених промислових підприємств, що на 10 підприємств більше ніж у 2015 р. (табл. 1).

Таблиця 1. Інноваційна діяльність промислових підприємств за напрямками проведених інновацій

	2015		2016	
	Усього	У % до загальної кількості пром. підприємств	Усього	У % до загальної кількості пром. підприємств
Кількість підприємств, що займалися інноваційною діяльністю	824	17,3	834	18,9
у тому числі витрачали кошти на: внутрішні НДР	151	3,2	232	5,2
зовнішні НДР	70	1,5	103	2,3
придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	467	9,8	590	13,3
придбання інших зовнішніх знань	32	0,7	74	1,7
інші	210	4,4	368	8,3

Протягом 2016 р. на інновації підприємства витратили 23,2 млрд. грн, у тому числі на придбання машин, обладнання та про-

грамного забезпечення – 19,8 млрд. грн., на внутрішні та зовнішні науково-дослідні розробки – 2,4 млрд. грн., на придбання існуючих знань від інших підприємств або організацій – 0,1 млрд. грн та 0,9 млрд. грн – на іншу інноваційну діяльність (проектування, навчання, маркетинг та інше) [1]. Розподіл загального обсягу витрат за напрямками інноваційної діяльності за 2015–2016 роки наведені на рис 1 та 2.

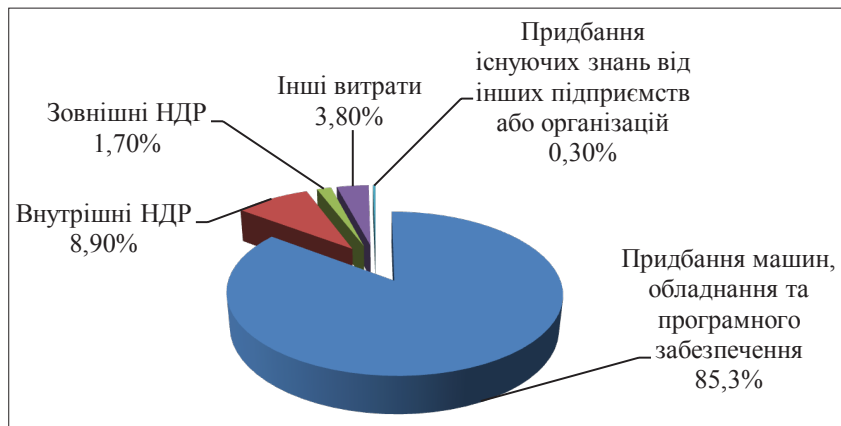


Рис. 1. Розподіл загального обсягу витрат за напрямками інноваційної діяльності за 2015 рік

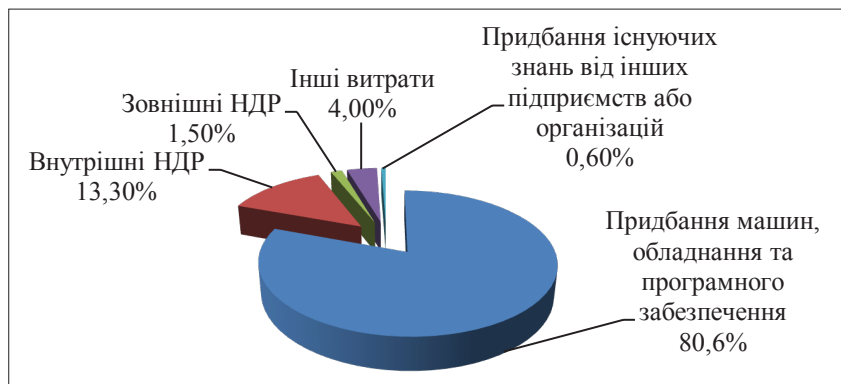


Рис. 2. Розподіл загального обсягу витрат за напрямками інноваційної діяльності за 2016 рік

Структура інноваційного потенціалу підприємства представлена єдністю трьох його складових: ресурсної, внутрішньої, результативної, які тісно пов'язані між собою.

Ресурсна складова інноваційного потенціалу залежить від можливостей використання кожного одиничного господарського ресурсу в інноваційному процесі [13]. Під інноваційними ресурсами будь-якої організації розуміють сукупність фінансових, інтелектуальних і матеріальних коштів, якими володіє підприємство для здійснення інновацій. Таким чином, інноваційні ресурси підприємства включають:

1. Персонал організації. Як інноваційний ресурс, характеризується рівнем професійної підготовки, навчання і інноваційності персоналу. Високий професійний і освітній рівень працівників – необхідна умова його інноваційності. Інноваційність персоналу – це його здатність до генерації ідей та їх ефективного впровадження.

2. Досягнутий техніко-технологічний рівень. Чим вищий техніко-технологічний рівень виробництва, тим більш радикальні інновації бувають і більш недоступні для імітації у конкурентів.

3. Відповідність організаційних структур управління та систем управління завданням інноваційного процесу. Організаційна структура підприємства або організації, орієнована на інновації, має відповідати наступним вимогам:

- можливості створення слабоструктурованих інноваційних колективів тимчасового характеру (в тому числі включають працівників різних підрозділів підприємства) на ранньому етапі розвитку нововведення;

- наявності організаційного механізму оформлення та зміцнення статусу тимчасового інноваційного колективу в разі успішного проходження ним ранніх стадій розробки (внутрішньофірмовий венчур);

- наявності ефективного механізму мотивації і стимулювання інноваційної діяльності.

4. Інтелектуальна власність у формі нематеріальних активів. Основним інноваційним ресурсом будь-якої організації в даний час є нематеріальні активи, якими вона володіє. Це, так звані, невлімові ресурси організації (вони не піддаються однозначній фінансовій оцінці), і саме це перетворює їх у джерело стійкого конкурентної переваги [12].

5. Науково-технічний резерв у вигляді незавершених інноваційних проєктів. Це не тільки незакінчені дослідження, але і припинені раніше з різних причин, у тому числі внаслідок негативного результату

6. Наявність ефективної комунікаційної інфраструктури, яка дозволяє забезпечити комплексну взаємодію між усіма учасниками інноваційної діяльності в ході виконання відповідних етапів інноваційного процесу.

7. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності. Рівень фінансування залежить від фінансового стану підприємства, стратегічної пріоритетності інноваційної діяльності, обраної інноваційної стратегії розвитку, попередніх інноваційних результатів [12].

За статистичними даними станом на 2016 р. основним джерелом фінансування інноваційних витрат залишаються власні кошти підприємств – 22036,0 млн. грн (або 94,9% загального обсягу витрат на інновації). У 2016 р. 88,1% інноваційно активних промислових підприємств упроваджували інновації (або 16,6% обстежених промислових). Ними було впроваджено 4139 інноваційних видів продукції, з яких 978 – нових виключно для ринку, 3161 – нових лише для підприємства, а не взагалі для ринку. Із загальної кількості впровадженої продукції 1305 – нові види машин, устаткування, приладів, апаратів тощо, з яких 22,3% нових взагалі для ринку [1].

Другою складовою інноваційного потенціалу є *внутрішня складова* – так званий «важель», який забезпечує дієздатність і ефективність функціонування всіх попередніх елементів. В цілому, вказана складова характеризує можливість цілеспрямованого здійснення інноваційної діяльності, тобто визначає здатність системи на принципах комерційної результативності залучати ресурси для ініціації, створення і поширення різного роду новин. Отже, внутрішню складову можна охарактеризувати через процеси створення і впровадження нового продукту, забезпечення взаємозв'язку новатора як з наукою, що надає прогресивні ідеї, так і з ринком, що споживає готовий продукт, а також методи і способи управління інноваційним процесом [9].

Результативна складова віддзеркалює результат реалізації існуючої можливості, тобто той реальний фактичний інноваційний продукт, отриманий в інноваційному процесі, тобто досягнутий рівень потенціалу. Доцільність виділення цієї складової підтверджується тим, що

саме інноваційний продукт як результат інноваційних процесів обумовлює подальший, не лише кількісний, але й якісний зріст інноваційного потенціалу системи (господарюючого суб'єкта). Він сприяє розвитку ресурсної складової, якщо це продукт, внутрішньої частини інноваційного потенціалу, якщо це здійснена інновація в самій інноваційній сфері. Він несе в собі потенційно нові можливості, виводить на новий рівень функціонування інноваційний потенціал у цілому. Результативна складова інноваційного потенціалу представляє собою цільову характеристику цієї категорії, що проявляється в потоках інноваційної продукції, головним чином забезпечуючи його відтворення [13].

Найбільш ефективним способом реалізації результативної складової є комерціалізація інноваційної розробки. Комерціалізація – це процес, який пов'язаний з практичним використанням результатів інноваційної діяльності, які мають певні властивості, переваги та цінність для споживачів, з метою виводу їх на ринок з отриманням комерційного ефекту, тобто прибутку. Ефективність комерціалізації характеризується стійким попитом протягом тривалого періоду часу, який у свою чергу забезпечує підприємству отримання прибутку [8].

Ефективність комерціалізації інновації залежить від результативності маркетингових досліджень просування на ринок нових товарів, технологій. Маркетингові дослідження включають: вивчення характеристик ринку, аналіз розподілу часток ринку між підприємствами, аналіз збуту, вивчення товарів конкурентів, вивчення реакції на новий товар та його потенціалу, вивчення політики цін, довгострокове прогнозування. Проведення маркетингових досліджень дозволяє оцінити потенційні можливості підприємства і на основі дослідження ринкових вимог розробити програми виробничого розвитку і конкурентної поведінки на ринку відповідно до етапів життєвого циклу продукції [7].

Оцінка й аналіз рівня інноваційного потенціалу дозволяє планувати конкретні заходи, ставити цілі і способи їх досягнення, що, в свою чергу, є однією з найважливіших умов втілення системного підходу до впровадження інновацій.

Враховуючи, що частина показників може мати тільки якісну оцінку, для аналізу стану інноваційного потенціалу підприємства можна рекомендувати використання бальної оцінки його елементів.

Сьогодні існує достатня кількість різних підходів до оцінки інноваційного потенціалу підприємства та його інноваційної активності, спроможності і готовності до інноваційної діяльності. Але, у загальному сенсі можна визначати наступні основні етапи проведення такої оцінки:

- 1) описання проблеми розвитку підприємства;
- 2) постановка завдань щодо програми вирішення проблеми;
- 3) описання системної моделі діяльності підприємства (розкривається внутрішнє і зовнішнє середовище, групи факторів впливу на інноваційну діяльність);
- 4) оцінка ресурсного потенціалу стосовно поставлених завдань;
- 5) оцінка організаційного потенціалу і техніко-організаційного рівня виробництва;
- 6) інтегральна оцінка потенціалу підприємства, його готовність вирішувати поставлені завдання, формулювання загальних висновків за результатами аналізу;
- 7) визначення основних напрямів проекту підготовки підприємства для досягнення необхідного потенціалу, складання завдань на розробку проекту.

Слід зазначити, що оцінка інноваційного потенціалу буде не повною без оцінки ефективності системи управління, а саме:

- рівня інтеграції різних підрозділів між собою;
- рівня централізації та децентралізації управління;
- рівня використання ефективних методів управління нововведеннями з позиції виходу кінцевого наукомісткого матеріального чи інтелектуального продукту;
- доступу до наукової інформації та інформації стосовно інновацій, патентів, винаходів, до міжнародних інформаційних каналів тощо.

Результатом оцінки інноваційного потенціалу має стати висновок щодо можливості підприємства здійснювати ті чи інші інновації або про необхідність розвитку ті чи іншої складової інноваційного потенціалу підприємства.

Таким чином, розглянувши наведені складові інноваційного потенціалу слід зазначити, що всі вони мають лише потенційне значення і лише в поєднанні з ефективним управлінським ресурсом підприємства може бути досягнуто високого рівня ефективного використання

інноваційного потенціалу підприємства. Управлінський ресурс включає в себе здатність управлінської ланки до креативного мислення, оперативно приймати управлінські рішення та визначати інноваційні цілі підприємства, створювати сприятливий клімат в колективі та взагалі створювати мотивацію до інноваційної діяльної діяльності, а також мати необхідний набір специфічних виробничих та управлінських знань.

В сучасних економічних умовах основним способом підтримання конкурентоспроможності та успішності функціонування будь-якого підприємства, а також для підтримання високого рівня прибутковості суб'єкта господарювання є безперервне впровадження ним інновацій. Інноваційний потенціал є ключовим фактором успішної реалізації інноваційної стратегії. Розглянувши структуру інноваційного потенціалу підприємства ми дійшли висновку, що вона представлена єдністю трьох його складових: ресурсної, внутрішньої та результативної, між якими існує як тісний взаємозв'язок, так і взаємозалежність, що в подальшому потребує необхідності виявлення їх оптимального співвідношення в залежності від впливу цих складових на формування та розвиток інноваційного потенціалу підприємства. Саме тому вітчизняним підприємствам необхідно приділяти особливу увагу дослідженню питань складових власного інноваційного потенціалу. І, лише поєднання цих складових з ефективною системою управління інноваційним потенціалом дозволить приймати обґрунтовані рішення, тим самим знижуючи ризики та підвищуючи ефективність використання інноваційних ресурсів підприємства.

Література

1. Наукова та інноваційна діяльність України. Статистичний збірник. К.:Держкомстат України, 2017. – Оф. вид. – 140 с.
2. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент : учебное пособие / И.Т. Балабанов. – СПб. : Питер, 2000. – 432 с.
3. Василенко, В.О. Антикризове управління підприємством: навч. посібник / В.О. Василенко. – [Вид. 2–ге, виправл. і доп.]. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 504 с.
4. Савчук А.В. Теоретичні основи аналізу інноваційних процесів в промисловості: моногр. / А.В. Савчук // НАН України. Інститут економіки промисловості. – Донецьк, 2003. – 448 с.

5. Данько М. Інноваційний потенціал у промисловості України [Текст]// Економіст. –1999. – № 10. – С. 26-32.
6. Ковтуненко К.В. / Інноваційна інфраструктура: напрями розвитку та участь держави / К.В. Ковтуненко, Ю.В. Ковтуненко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2012. – № 725 : Проблеми економіки та управління. – С. 122–125. – Бібліографія: 7 назв.
7. Станіславик О.В. / Комерціалізація результатів інноваційної діяльності / О.В. Станіславик, К.В. Ковтуненко // Праці Одеського політехнічного університету. – 2011. – Вип. 2(36) . – С. 301-305.
8. Ковтуненко К.В. Роль учасників інноваційної діяльності в процесі використання інноваційних розробок / К.В. Ковтуненко // Економіка харчової промисловості. – 2013. – № 2. – С. 63-66.
9. Матросова В.О. / Сутність та складові інноваційного потенціалу як основа управління інноваційною діяльністю / В.О. Матросова // Економіка Транспортного комплексу. – 2011. – №17. – С. 27-35.
10. Перевозчикова Ю. Інноваційний потенціал підприємства: сутність та складові [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://kneu.edu.ua/userfiles/stud.../Perevozchikova.doc>
11. Маховикова Г. Инновационный потенциал предприятия [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://econ.wikireading.ru/10576>
12. Інноваційний потенціал підприємства: структура і оцінка [Електронний ресурс] / Режим доступу: https://studme.com.ua/15801117/ekonomika/innovatsionnyu_potentsial_predpriyatiya_struktura_otsenka.htm
13. Сутність та структура інноваційного потенціалу [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://pidruchniki.com/1342010853159/ekonomika/innovatsiyniy_potentsial

РОЗДІЛ 19

ІННОВАЦІЙНА ДІЛЬНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту,
Одеський національний політехнічний університет
Продіус О.І.*

В сучасних умовах розвиток світової економічної системи обумовлено, насамперед, інноваційними процесами, які пов'язані із створенням і впровадженням у виробництво передових досягнень науки і техніки. Тому сфера інноваційної діяльності перетворилася в найголовніший ресурс держави, ефективність використання якого визначає динаміку та прогресивність розвитку національного господарства. У зв'язку з цим активізація інноваційної діяльності господарюючих суб'єктів стає необхідною умовою реалізації національних інтересів у системі соціальної відповідальності бізнесу.

На сьогоднішній день соціально відповідальна діяльність є загальноприйнятим правилом, якого дотримується значна кількість компаній по всьому світу, інтегруючи це правило в корпоративне управління. Актуальність дослідження соціальної відповідальності суб'єктів господарювання в Україні посилюється тією обставиною, що неефективність більшості системоутворюючих інститутів вітчизняного ринкового середовища активізує потребу у формуванні різноманітних напрямків імплементації кращих світових практик в розвиток інноваційної діяльності як важливої складової соціальної відповідальності у контексті вітчизняних реалій ведення бізнесу.

Економічна та політична криза, яка набула розвитку в Україні, набуває дедалі ширших вимірів, розповсюджуючись на грошово-кредитну, фіскальну, соціальну сфери, невпинно погіршуючи соціальне самопочуття та очікування суб'єктів ринку й пересічних громадян.

Відсутність консолідації притаманна не лише політикуму, але й бізнесу, який не спромігся до вироблення консолідованої антикризової політики, здебільшого вдаючись до лобювання відшкодування власних втрат за рахунок усього суспільства. На фоні втрати стійкості економічного розвитку України поглиблюється асиметрія економічного і соціального розвитку, знижуються соціокультурні, моральні настанови соціальної діяльності багатьох суб'єктів підприємництва. Дані тенденції вимагають запровадження сучасних практик взаємодії держави, бізнесу і суспільства, на основі отримання синергетичного ефекту, які б дозволили посилити взаємну соціальну відповідальність усіх учасників суспільного життя, створивши умови для інноваційного розвитку економіки.

Дослідження проблем розвитку інноваційної діяльності підприємств знайшли одне з провідних місць в працях вітчизняних та зарубіжних економістів. Передусім це праці Л. Антонюка, І. Буднікевича, В. Геєця, В. Герасимчука, М. Козоріза, О. Кузьміна, О. Мокія, П. Перерви, А. Сухорукова, А. Яковлева та інших. Інноваційний розвиток, як важливий чинник економічного зростання, висвітлюється в наукових працях В. Александрової, О. Амоші, Л. Антонюка, Ю. Бажала, В. Геєця, В. Гусевої, Б. Данилишина, О. Лапко, О. Федірко, С. Філіппової, О. Шнипка, М. Чумаченка та інших. Проблематиці управління інноваційними проектами присвячені праці таких вітчизняних вчених як Ф. Ярошенка, С. Бушуєва, Н. Бушуєвої, Т. Безверхнюк, С. Попова, Н. Котової, С. Ілляшенка, О. Федорчак.

Концептуальні основи та проблеми становлення соціальної відповідальності суб'єктів господарювання досліджують як зарубіжні, так і вітчизняні вчені. Розкриття природи соціальної відповідальності бізнесу та еволюції підходів до її розуміння знайшло своє відображення в працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, а саме: Котлера Ф., Сімса Р., Друкера П., Хопкінса М., Задека С., Грициної Л., Зінченко А., Геєця В., Колота А., Шаповал В., Саприкіної М., Мельника С., Коший О., Мочерного С., Маліновської О., Хобти Л.

Необхідно зазначити, що недостатньо дослідженим залишається поєднання двох радикально важливих складових: інноваційного розвитку економіки та корпоративної соціальної відповідальності підприємства, мета якого не тільки прибутковість бізнесу та економічне

зростання підприємств, а в першу чергу, набуття ними соціальної відповідальності перед суспільством, що становить основу стабільного економічного розвитку будь-якої сучасної держави.

На сьогодні, головна проблема, яка заважає ефективному становленню умов для інноваційного розвитку, полягає у слабкості політики нашої держави щодо підтримки відтворення промислового капіталу. Сектор малих та середніх підприємств не в змозі на сьогоднішній день вийти на позиції, порівняні з ТНК високо розвинутих країн, і не слугує базою для створення ефективних господарських структур. Проблема ефективного соціального підприємництва не може бути розв'язана лише в площині надання державою значних свобод приватному капіталу. Для досягнення високих темпів соціально-економічного зростання українській економіці необхідна система інститутів, що забезпечує зусилля держави і приватного бізнесу. Необхідна система широкомасштабної державної програми розвитку, тобто сучасна система індикативного планування, що започатковується при взаємодії уряду з окремими галузевими асоціаціями бізнесу та соціально відповідальними підприємствами, а також зближення процедур макроекономічного прогнозування і програмування, суб'єктами яких виступають органи влади, і стратегічного корпоративного планування, яке здійснюється провідними компаніями, що функціонують в стратегічно значимій та відповідальній сфері [2-6].

На прикладі зарубіжного досвіду, можна зазначити, що на розвиток інноваційної діяльності не впливають ні тип держави, ні політичні режими. Так, інноваційна соціально-орієнтована діяльність успішно розвивається у США, тій же Німеччині, Франції, Великобританії, Нідерландах, Іспанії а також Китаї. Інноваційна модель розвитку потребує витрат на фінансування науки в обсязі не менше 2% ВВП. Варто звернути увагу на те, що у країн, які досягли високих темпів економічного зростання за рахунок чинника інноваційної інфраструктури, а це Японія, Китай, Франція, Великобританія, Канада, Італія, спостерігається високий рівень соціально-економічного життя населення. Це в свою чергу, підкреслює твердження про існування тісного зв'язку між рівнем інноваційності економіки та рівнем добробуту населення країни.

Так, однією із причин гальмування інноваційних інфраструктурних процесів в економіці України є не тільки її техніко-технологічна від-

сталість та надмірні витрати на виробництво і реалізацію, але й відсутність достатньої уваги з боку підприємств до інтересів та потреб споживачів, працівників. Це пояснюється недостатньою підтримкою з боку держави та здебільше декларативним впровадженням соціальної відповідальності в систему управління підприємств. Саме тому шлях формування інноваційної інфраструктури в Україні має розглядатися не лише в контексті технологічному, а як суспільно-політичний та соціально-економічний процес.

Слід зазначити, що рейтинги України за показниками інноваційних складових Індексу глобальної конкурентоспроможності серед інших країн світу, як правило, коливаються від середніх до найгірших. У 2015–2016 рр. у GCI-рейтингу Україна зайняла 79-е місце, що на три пункти гірше попереднього року. У 2016–2017 рр. Україна посіла 85-е місце серед 138 країн світу, втративши за рік шість позицій. Вже традиційно, рейтинг очолили Швейцарія та Сінгапур. До десятки найконкурентоспроможніших, як і в попередньому дослідженні, увійшли США, Нідерланди, Німеччина, Швеція, Великобританія, Японія, Гонконг та Фінляндія. Найкращі позиції України спостерігаються саме у блоці «Інноваційний потенціал»: наявність наукових і інженерних кадрів (29-е місце), якість науково-дослідних установ (50-е), кількість патентів на винаходи (50-е). Крім того, пов'язаний з інноваційним блоком освітній блок також є лідируючим для України, зокрема щодо отримання вищої освіти і професійної підготовки ми займаємо 33-є місце [7]. Нажаль, визнання рівня спроможності суб'єктів господарювання до інноваційної діяльності залежить не тільки від чисельності науковців країни та кількості установ, у яких вони працюють, а й насамперед від обсягів новітніх знань, технологій, дослідних та конструкторських розробок, новітніх зразків техніки, речовин, матеріалів, які вони поширюють.

Таким чином, стан інноваційної діяльності в Україні не відповідає сучасному рівню розвитку інноваційних процесів в країнах, для яких інноваційний розвиток є ключовим вектором економічної стратегії. Дослідження щодо інноваційного шляху розвитку України показують, що за останні роки рівень інноваційної активності промислових підприємств суттєво знижується. Про низьку інноваційну активність підприємств свідчать показники обсягів реалізованої інноваційної

продукції в Україні. У 2016 році 88,1% інноваційно активних промислових підприємств упроваджували інновації (або 16,6% обстежених промислових). Ними було впроваджено 4139 інноваційних видів продукції, з яких 978 – нових виключно для ринку, 3161 – нових лише для підприємства. Із загальної кількості впровадженої продукції 1305 – нові види машин, устаткування, приладів, апаратів тощо, з яких 22,3% нових для ринку. Найбільшу кількість інноваційних видів продукції впроваджено на підприємствах Запорізької, Львівської, Харківської, Дніпропетровської областей та м. Києва; за видами економічної діяльності – на підприємствах з виробництва машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань, харчових продуктів, металургійного виробництва [7].

Активізація інноваційної діяльності підприємств потребує насамперед збільшення фінансування, адже у кризових умовах відсутність достатнього фінансування є однією з найважливіших проблем, що перешкоджають розвитку інновацій, і основним джерелом фінансування інноваційних витрат залишаються власні кошти підприємств: 94,0% загального обсягу витрат на інновації проти 40–50% в інноваційних країнах. Підвищити розміри фінансування можливо за рахунок поєднання зусиль держави та окремого підприємства, як це здійснюється у провідних країнах світу, де науково-технічна діяльність на 21–34%.

Ураховуючи вищевикладене, підприємствам необхідно самостійно формувати власний інноваційний процес, приймаючи на себе відповідальність перед суспільством за превентивний антикризовий розвиток і зростання конкурентоспроможності на мікрорівні та за сталий розвиток національної економіки. При цьому соціально відповідальна організаційна інновація як розвиток основного бізнесу має на увазі впровадження нових для підприємства бізнес-процесів, а згодом вже технологічні та товарні інновації як такі стають найважливішим об'єктом соціальної відповідальності.

Спочатку інноваційні соціально відповідальні бізнес-ідеї вирішують гострі соціальні та екологічні проблеми, а згодом ефект від таких соціальних інвестицій виражається в таких конкретних показниках, як зростання продажів і продуктивності праці, зниження витрат і відповідних ризиків, що стимулює інноваційну активність. Особливого значення інноваційна стратегія інклюзивної соціальної відповідальності

набуває в період економічної кризи, пред'являючи підвищені вимоги до науково-технологічного рівня підприємств та їх управлінських компетенцій, і потребує зворотного механізму систематичного впровадження інших видів інновацій (товарних, процесних, маркетингових, кадрових) у бізнес-процеси з метою дотримання принципів соціальної відповідальності в ході відповідного організаційного навчання [8- 11].

Виведення української економіки на шлях створення реальних умов для її стійкого розвитку вирішальною мірою також залежить від формування та успішної діяльності великих корпоративних структур як провідників промислової, науково-технологічної та соціальної політики в умовах постійного дефіциту державних фінансових ресурсів, які направляються на підтримку та забезпечення інноваційної діяльності. Для успішної реалізації такої перспективи необхідно було б розробити системний механізм взаємодії держави з корпоративним сектором економіки та споживачем, який включав би фінансово-економічні, інституційні та соціально-відповідальні важелі, спрямовані на забезпечення стимулюючого середовища розвитку всіх етапів інноваційного процесу [11-13].

На жаль в Україні більшість підприємств знаходяться в стороні від ідей соціально відповідального підприємництва, що може бути пояснено дією наступних факторів: важким фінансовим становищем багатьох підприємств; роз'єднаністю і пасивністю громадянського суспільства, що не сприяє вирішенню бізнесом соціальних питань; дуже слабко розвинен механізм контролю і стимулювання бізнесу до соціально відповідальної поведінки; відсутністю державної програми впровадження принципів соціальної відповідальності в підприємницьке співтовариство; слабка державна підтримка компаній, що демонструють високі досягнення в галузі соціально відповідальної поведінки; недооцінка керівництвом компаній вигод від реалізації соціально відповідальної поведінки на практиці; керівництво багатьох підприємств вважає, що соціальна відповідальність бізнесу перед суспільством вичерпується дотриманням соціальних зобов'язань, передбачених законодавством, що свідчить про відсутність інформації щодо головних положень соціальної відповідальності.

Слід зазначити, що Інститут соціальної відповідальності в Україні перебуває в стадії становлення. Найбільш активними у цій сфері є

представництва іноземних компаній, які переносять на українське підґрунтя сучасні світові практики, принципи і стандарти.

Так, компанія «Майкрософт Україна» активно здійснює корпоративну соціальну відповідальність по всім напрямкам, що стимулює розвиток галузі ІТ, національної економіки та суспільства в цілому. Компанія усвідомлює відповідальність, і тому постійно працює над удосконаленням своєї діяльності в сфері корпоративно-соціальної відповідальності та створенням нових можливостей для жителів України шляхом інвестування в освіту, допомоги місцевим громадам, розширення доступу населення до сучасних технологій та підтримки інноваційних галузей економіки. Доступність сучасних технологій в суспільстві підвищує продуктивність праці і конкурентноспроможність, трансформує систему освіти, що допомагає виконувати свою місію, а саме: забезпечувати людей в Україні можливостями для повної реалізації їх потенціалу.

Кращі корпоративні соціальні проекти базуються на партнерських відносинах з органами місцевого самоврядування на таких принципах: комплексний і неупереджений аналіз ситуації; спрямованість на довгострокову стратегію розвитку територій; надання фінансування на конкурсній основі; моніторинг та оцінка ефективності профінансованих проектів; формалізація відносин з органами влади та місцевого самоврядування у вигляді договорів соціального партнерства та інших документів; супровід корпоративних соціальних програм заходами щодо підвищення кваліфікації державних і муніципальних службовців; спільні дії з громадськістю, що представляє місцеві громади; залучення співробітників компанії до реалізації соціальних програм; залучення незалежних експертів та консультантів; співпраця з українськими та міжнародними благодійними фондами та некомерційними організаціями; організація обміну досвідом між учасниками програм, інформаційна підтримка.

Таким чином, рушійна сила переходу бізнесу до реалізації своїх соціальних зобов'язань полягає в об'єднанні зусиль трьох економічних суб'єктів: держави, громадянського суспільства і бізнесу. При цьому провідна роль у процесі становлення інституту соціальної відповідальності бізнесу повинна належати державі. Державою мають бути створені умови для соціально відповідальної поведінки.

Важливим є той факт, що своєю присутністю у ринкових процесах держава покликана поєднати інтереси конкуренції, приватної ініціативи та отримання високих доходів від вирішення соціальних питань. Соціальні проекти необхідні державі, бо дають можливість економити бюджетні кошти на соціальну сферу, підтвердженням чого є стрімкий розвиток цього напрямку у Європі, де держава усіляко підтримує різні ініціативи соціальних підприємств. Соціальні підприємництва є досить цікавим ресурсом для інноваційних, ініціативних і далекоглядних підприємств, що можуть створити реальну конкуренцію традиційному бізнесу. Соціальні проекти потрібні некомерційним та недержавним організаціям, оскільки можуть стати серйозним джерелом доходу на фоні зменшення грантових програм.

Для вдосконалення інноваційної діяльності підприємства та покращення якості впровадження інноваційних проектів у контексті соціальної відповідальності необхідні наступні заходи: впровадження системи безперервних поліпшень; вдосконалення системи стимулювання та мотивації з метою заохочення інновацій; подолання опору співробітників інноваціям; модифікація системи збору внутрішньої і зовнішньої маркетингової інформації; вдосконалення стратегічного менеджменту на підприємстві, регламентація процедур розробки, розгляду, затвердження, реалізації і моніторингу інноваційних проектів. Важливою складовою проведення інноваційної політики на підприємстві є мотивація інновацій, що являє собою сукупність потреб і мотивів спонукання виробника до активної діяльності в напрямку створення і продажу інновації чи навпаки, шляхом її покупки і використання в господарському процесі.

Одночасно в сучасних умовах обмеженості бюджетних ресурсів фінансування інноваційної діяльності можна забезпечити за рахунок державно-приватного партнерства, яке дає можливість державі та приватному сектору за рахунок об'єднання фінансових, управлінських, технологічних ресурсів отримувати взаємну вигоду. Крім цього, шляхи і способи сприяння інноваційному розвитку в Україні криються, насамперед, у сфері застосування засобів державного регулювання та активізації інноваційної діяльності, в тому числі малого підприємництва.

Література

1. Дейч М.Є. Становлення та розвиток багаторівневої системи соціальної відповідальності: управлінський аспект: монографія / М.Є. Дейч; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2014. – 352 с.
2. Головінов О.М. Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і проблеми / О.М. Головінов // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – №2(36). – С. 187-192.
3. Куліченко В.О. Управління інноваційними проектами та програмами: зарубіжний досвід та вітчизняна практика / В.О. Куліченко // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2016. – №1. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4751.
4. Інноваційна діяльність та її вплив на економічний розвиток в Україні: [монографія] / Писаренко Т.В., Кваша Т.К., Карлюк Г.В., Лях Л.В.; Український ін-т наук.-техн. і екон. інформації. – К.: [УкрІНТЕІ], 2015. – 115 с.
5. Інноваційна Україна 2020 [Текст] : національна доповідь / [за заг. редакцією В.М. Гейця, А.І. Даниленка, Е.М. Лібанової та ін.]. – К.: ВПП «Експрес», 2015. – 336 с.
6. Тюха І.В. Проблеми інноваційної діяльності в Україні та на вітчизняних підприємствах / І.В. Тюха, В.А. Кузнєцова // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2015. – №11. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4545>.
7. Погорелова Т.О. Інноваційна діяльність підприємств: проблеми та напрями їх вирішення/ Т. О. Погорелова // Вісник НТУ «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. – 2017. – №46(1267).- С. 87-90.
8. Готра В.В. Аналіз зарубіжного досвіду забезпечення інноваційного розвитку економіки / В.В. Готра // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2015. – №2(2). – С. 235- 243.
9. Куліченко В.О. Управління інноваційними проектами та програмами: зарубіжний досвід та вітчизняна практика/ В.О. Куліченко//Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2016. – №1. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4751>

10. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою: монографія / В.М. Шаповал. – Д.: Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», 2011. – 357 с.
11. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А.М. Колот, О.А. Грішнова, В.М. Петюх та ін.]; за наук. ред. д-ра екон.наук, проф. А.М. Колота. – К.: КНЕУ, 2012. – 501 с.
12. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія / О.Ф.Новікова, М.Є. Дейч, О.В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2013. – 296 с.
13. Філіппова С.В. Соціальна відповідальність у стратегії управління вітчизняним підприємством: проблемні питання інтегрування механізму [Електронний ресурс] / С.В. Філіппова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2017. – №2(30). – С. 5-17. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/5.pdf>
14. Бутурлакiна Т.О. Проблеми функціонування венчурного капіталу як джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні та шляхи вдосконалення (на прикладі досвіду США) / Т.О. Бутурлакiна, В.В. Завацька // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Випуск 4. – С. 791-794.

РОЗДІЛ 20

СУЧАСНІ ПРІОРИТЕТИ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ Й ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

*К. е. н. ,
доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної
та інноваційної діяльності
Одеський національний політехнічний університет
Мамонтенко Н.С.*

Промислова політика країни завжди спрямована на створення сприятливих умов для ефективної діяльності всього індустріального комплексу як єдиного механізму. Вона є частиною економічної політики та, водночас, виступає системою, що орієнтована на реорганізацію промислових виробництв, удосконалювання їх структури, зростання продуктивності праці персоналу, підвищення конкурентоспроможності виробництва, продукції та підприємства в цілому, забезпечення надходження інвестицій, стимулювання інноваційного розвитку підприємства та запровадження інновацій [8].

Суб'єктами промислової політики виступають державні структури, інститути індустріального комплексу й ринкової інфраструктури. Ефективність промислової політики визначається активною взаємодією названих суб'єктів і механізмом узгодження їх інтересів. Об'єктом промислової політики є індустріальний комплекс країни.

Метою промислової політики є забезпечення зростання рівня життя населення країни на основі підвищення ефективності використання виробничих, матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Промислова політика базується на загальнодержавній економічній політиці, її правовій, науково-технічній, матеріально-фінансовій підтримці й орієнтується на випуск кінцевої, а не проміжної продукції для зовнішнього й внутрішнього ринків, підвищення рентабельності промисловості, реалізацію інноваційного типу розвитку промисловості, створення виробництва, здатного до саморозвитку.

Реалізація промислової політики як системи перспективних напрямків розвитку промисловості, що містяться в концепції державної промислової політики України, передбачає такі пріоритетні напрямки розвитку:

- прискорення інституціональних перетворень і затвердження конкурентного середовища;
- забезпечення конкурентоспроможності промисловості шляхом реалізації її інноваційного типу розвитку;
- структурну перебудову виробництва, стимулювання відновлення його продукції, створення ресурсозберігаючих і соціально-орієнтованих виробництв, а також виробництв, що випускають товари для заміни імпорту;
- технічне забезпечення обороноздатності держави;
- проведення єдиної технічної політики в сфері стандартизації, координації роботи органів державної влади щодо гармонізації національних стандартів з міжнародними [9].

Сучасний розвиток економіки характеризується пріоритетною роллю науково-технічного прогресу, інтелектуалізацією основних факторів виробництва. На частку нових знань, утілюваних у технологіях, устаткуванні, освіті кадрів, організації виробництва й управлінні у розвинених країнах доводиться 70-85 % приросту валового внутрішнього продукту .

Україна декларує необхідність переходу до суспільства, побудованого на знанні. Якщо подивитися, як країни світу створюють таке суспільство, то можна побачити, що основним показником у цій сфері є рівень фінансування наукової й науково-технічної діяльності. Як відомо, якщо рівень фінансування науки більше 0,9 % валового внутрішнього продукту, то тільки тоді вона починає виконувати в суспільстві економічну функцію.

Закон України «Про наукову й науково-технічну діяльність», передбачає щорічні видатки на науку з бюджету не менше 1,7 % валового внутрішнього продукту країни. На жаль, за період реформ цей показник не був виконаний жодного разу. За останні 20 років частка бюджетних витрат на дослідження й розробки скоротилася більш ніж у шість разів, а частка витрат на наукові дослідження в складі валового внутрішнього продукту скоротилася більш ніж у

три рази. Тобто, можна стверджувати, що Україна, яка проголосила інноваційний шлях розвитку країни й побудову суспільства, заснованого на знаннях, не підкріплює як держава декларації практичними діями – фінансування науки й інноваційних розробок залишаються на критично низькому рівні.

Це суттєво впливає на зростання ризиків зазначених факторів господарчого середовища при реалізації інноваційної діяльності, потребуючи адаптивних методичних заходів по їх мінімізації.

Нині у процесі еволюції світової цивілізації спостерігається перехід до постіндустріального суспільства, що характеризується інтелектуалізацією використовуваних технологій, зростанням наукоємності продукції, підвищенням значення діяльності, пов'язаної із виробництвом, зберіганням і передачею знань. Тому Україна та її підприємницький сектор мають бути зацікавлені в міжнародній інноваційній діяльності, у доступі до новітніх західних технологій, у спільних інноваційних проектах, у просуванні своїх розробок на світовий ринок наукомісткої продукції.

Таким чином, спостерігається явно недостатня зацікавленість підприємств щодо впровадження інновацій у всіх сферах діяльності підприємства. Таке становище обумовлює:

а) принципову важливість реалізації інноваційної стратегії в механізмі стратегічного управління;

б) наявність простих в використанні методичних підходів оцінювання результативності реалізації інноваційних стратегій, що забезпечить керівництво підприємств інформаційно-аналітичним обґрунтування впровадження інновацій.

З них можна побачити, що кількісні показники характерно відображають тенденції відносних розмірів упровадження інновацій.

Тобто промисловим підприємствам України потрібні такі заходи, які сприятимуть подоланню цих обставин, спираючись на існуючі ресурси. Їх сфера впливу на рівні підприємства:

а) вдосконалення механізмів управління інноваційною діяльністю у системі стратегічного управління;

б) пошук і визначення цінностей від реалізації інноваційних стратегій;

в) виявлення ризиків в інноваційній діяльності та їх мінімізація.

Таким чином, актуальності набувають такі заходи як:

а) вдосконалення підходів до оцінювання результативності інноваційної діяльності, зокрема для економічно обґрунтованого доведення прибутковості інноваційних проєктів;

б) адаптування методичного інструментарію визначення ризиків інноваційної діяльності та їх мінімізації для підвищення інвестиційної привабливості інноваційних проєктів.

Старе устаткування не забезпечує не тільки необхідну продуктивність, але й якість виробів. Виходити з таким устаткуванням на високо конкурентний європейський ринок – проблематично, заздалегідь можна передбачити, що товари, виготовлені на старому устаткуванні, будуть неконкурентоспроможні. Інноваційно-інвестиційна діяльність є головною рушійною силою реалізації промислової політики й забезпечення динамічного зростання економіки України, тому логічно є спрямування наукових зусиль на покращення цього напрямку.

Однієї з головних причин, що стримують інноваційну активність промислових підприємств, є відсутність інвестиційних ресурсів.

Таким чином проблема залучення інноваційно-спрямованих та загальних інвестицій промисловими підприємствами є найгострішою й актуальною, а підходи, які сприяють підвищенню інвестиційної привабливості підприємств, набувають сучасної важливості для управлінського персоналу для їх впровадження в заходи стратегічного управління.

Серед факторів, що стримують інноваційну діяльність в Україні, керівники промислових підприємств називають: високі кредитні ставки (38,7%), відсутність фінансування (85,7%), недосконалість законодавства (31,5%), великі витрати (40,3%), високий економічний ризик (24,1%), недостатню інформацію про ринки збуту (11,2%), труднощі із сировиною й матеріалами (29,2%), відсутність коштів замовника (39,8%), відсутність попиту на продукцію (15,0%). Статистика показує, що відсутність фінансування виступає основним фактором, який стримує розвиток інноваційного потенціалу. Тому в умовах обмеженості фінансування підприємства виникає проблема пошуку перспективних зовнішніх або внутрішніх джерел, які б направлялися на наукову й інноваційну сферу діяльності з метою створення інновацій й ефективного їхнього використання у виробництві [7].

Основним джерелом фінансування інноваційної діяльності виступають власні кошти підприємства, які становлять від 9,08% до 100% загального обсягу фінансування. Але залучати власні кошти на інноваційну діяльність можуть дозволити собі лише стабільно працюючі підприємства. Для фінансування довгострокових інноваційних проєктів необхідна їхня ретельна експертиза. На великих підприємствах основне джерело фінансування – це чистий прибуток й акціонерний капітал підприємства.

В першому законі, прийнятому в Україні для регулювання інноваційної діяльності, «Про основи державної політики в сфері науки й науково-технічної діяльності» були сформульовані проблеми формування законодавчого забезпечення інноваційного циклу. Безліч законодавчих актів регулює формування інноваційної інфраструктури, однак проблема ефективної законодавчої підтримки інноваційного розвитку в Україні поки не вирішена, тому що за даними НБУ значні витрати йдуть на імпорт закордонних наукових розробок. Розробка й реалізація науково-технічної й інноваційної політики повинні залишатися процесами, що вимагають державного регулювання.

Можна погодитися з думкою В.Д. Маркова та С.А. Кузнєцова що основними напрямками державної інноваційної політики повинні бути: створення сприятливих умов для впровадження передових як вітчизняних, так і закордонних розробок; концентрація бюджетних ресурсів на пріоритетних напрямках інноваційної діяльності; створення сприятливих умов для інвесторів і інвестицій; створення нових робочих місць у сфері інноваційного підприємництва; розширення науково-технічних обмінів, поширення нових технологій, комерціалізація науково-технічних досягнень [6].

Для більшості підприємств розробка власних інновацій є проблемою. Тому деякі з них воліють купувати інноваційні розробки. Водночас, недостатнє фінансування підприємств знижує їхню інноваційну діяльність, а це у свою чергу впливає на обсяги виробленої конкурентоспроможної на внутрішньому й світовому ринку продукції. Тому підприємства повинні орієнтуватися або на пошук внутрішніх джерел фінансування, або ж залучати кошти з боку – держбюджету, іноземних чи вітчизняних інвесторів або кредитні ресурси. Роль і місце держави в системі міжнародних відносин, ступінь її еконо-

мічної безпеки визначаються ефективністю інноваційної політики. Технічно-технологічний потенціал України характеризується затяжною стагнацією. Спостерігається зниження престижу науково-технічної діяльності. Наукомістким галузям приділяється другорядна роль в економіці країни, обсяги інвестицій в інновації недостатні. Тому зміна сформованої ситуації в галузях можлива за рахунок інноваційного орієнтування підприємницької діяльності суб'єктів господарювання. Слід підкреслити, що структурні зміни, які відбуваються стихійно, без активного втручання держави, часто демонструють тенденції, прямо протилежні тим, які необхідні для розвитку економіки знань.

Забезпечення прогресивних структурних зрушень вимагає значних зусиль із боку держави й послідовності в проведенні відповідної політики. Завжди є актуальним адаптація позитивного досвіду розвинених країн світу в сфері інноваційного лідерства, до особливостей національної економіки. Це може стосуватись таких напрямків як:

- побудови венчурних інвестиційних структур;
- залучення до інноваційного фінансування ресурсів пенсійних та страхових фондів;
- державного фінансування пріоритетних напрямків наукової та інноваційної діяльності.

Інноваційний розвиток підприємства починається з усвідомлення його необхідності. А здатність підприємства до інноваційного розвитку визначається його інноваційним потенціалом, елементами якого є його матеріально-технічні, фінансові, організаційні, кадрові можливості. Найважливіше, звичайно, це ресурсне, насамперед фінансове забезпечення.

Зазначаючи стримуючі фактори розвитку інноваційної діяльності, відмітимо серед них такі:

- по-перше, присутність корупційних механізмів в розподілі державного фінансування науково-технічних та інноваційних програм;
- по-друге, дефіцит вільних коштів для фінансування інноваційних проектів;
- по-третє, відсутність та не застосування механізмів з покращення інвестиційної привабливості інноваційних проектів;
- по-четверте, відсутність механізмів сприяючих фінансуванню масштабних технологічних змін.

У той же час недержавні комерційні структури поки ще не зацікавлені в здійсненні довгострокових проектів, які забезпечували б базові технологічні зміни.

Можна погодитися з позицією щодо актуальності створення умов поліпшення інвестиційного клімату, широкомасштабного залучення в інноваційний процес заощаджень громадян України, державного стимулювання кредитування інноваційних проектів банками, активного залучення іноземних інвесторів. Але для цього потрібно розробити механізми детінізації бізнесу, відтоку капіталу за кордон, створити умови для його репатріації.

Стосовно покращення та структурної перебудови економіки в аспекті інноваційної орієнтованості: дієвим механізмом може виступити держаний вплив за напрямками:

- правові та організаційно-економічні заходи з податкового, дотаційного та льотного стимулювання пріоритетних галузей;
- створення сприятливого, господарчого середовища до інноваційних процесів в виробництві.

Підводячи підсумок інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні за 2000-2014 рр., тобто за той час, коли в країні був оголошений інноваційний шлях розвитку, слід зазначити, що піднесення інноваційної діяльності, яке намічалось, не справджується.

Такі тенденції суперечать завданням інноваційного розвитку, тому їх збереження обумовить у перспективі подальшу низьку технологічність виробництва й відставання підприємств та власне України в промисловому розвитку, оскільки існуючий стан не може забезпечити інноваційного розвитку ні промисловості, ні машинобудування.

Підсумовуючи встановлене, можемо сказати, що на сьогоднішній час пріоритетами інноваційної діяльності в промисловості визначаються такі:

- підвищення частки наукомістких виробництв в загальному обсязі промисловості;
- зміцнення присутності на внутрішньому ринку промислової продукції за рахунок вдосконалення конкурентних переваг над імпортованими товарами;
- збалансування виробничої потужності відповідно до потенційних обсягів реалізації, яка забезпечить відсутність простоїв і зниження ціни на готову продукцію;

- відновлення виробничих фондів та інвестування в технологічне відновлення виробничих процесів;
- зазначення пріоритетами промисловості стосовно впровадження технологій та освоєння виробництва інноваційних товарів, таких як: тривалий життєвий цикл, екологічність, надійність та якість;
- упровадження в промисловості заходів, сприяючих мінімізації відходів, можливості їх повторного використання в технологічному процесі, або їх задіяння в виробництві інших товарів;
- переозброєння промислових підприємств відповідно сучасним технологічним вимогам, стосовно зниження ресурсоемності та підвищення продуктивності виробництва;
- екологічний аспект вдосконалення промислового виробництва має обумовлювати сукупність дій, спрямованих на впровадження заходів з мінімізації та усуненню шкідливого впливу підприємства на навколишнє середовище та дотримання законодавчих вимог.

Лише такі пріоритети можна визнати за позитивну зовнішню умову та впливовий чинник інноваційної діяльності машинобудівних підприємств.

Зазначені пріоритети інноваційної діяльності в промисловості сприятимуть зростанню інтересу підприємств до пошуку нових та вдосконаленні існуючих підходів, методів та інструментів стосовно трьох важливих об'єктів:

- а) стратегічного управління в частині реалізації інноваційної стратегії;
- б) оцінювання результативності реалізації інноваційної стратегії;
- в) визначення та мінімізації ризиків в інноваційній діяльності.

Однак, їх подальше розроблення неможливе без поглибленого вивчення тенденцій та аналізування проблем інноваційного розвитку вітчизняних промислових підприємств.

Література

1. Бельтюков Е.А. Планирование деятельности предприятия: [Уч. пособие] / Е.А. Бельтюков, А.А. Бревнов, В.Н. Парсяк. – Харьков: Одиссей, 2006. – 384 с.
2. Бекетов Н. Государственная политика инноваций / Н. Бекетов. – М.: Экономист. – 2004. – № 9. – С. 64-70.

3. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепция и методы планирования: [Уч. пособие] / В.С. Ефремов. – М.:Финпресс, 1998. – 192 с.
4. Економічна статистика. Промисловість: [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://od.ukrstat.gov.ua/stat_info/prom/prom5.htm. – Доступно на 10.06.2015
5. Мамонтенко Н.С. Проблеми розвитку інноваційної діяльності в Україні : Матеріали ХХ міжнар. наук.-практ. конф. [«Проблеми і перспективи інноваційного розвитку економіки»], (м. Одеса, 7-11 вересня 2015 р.) / Н.С. Мамонтенко. – Київ-Одеса: ОНПУ, 2015. – Т. 1, Ч. 1. – С. 69–72.
6. Маркова В.Д. Разработка стратегии развития предприятия – требование времени / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова // ЭКО. – 1998. – № 11. – С. 13–23.
7. Стратегия устойчивого развития и структурно-инновационного преобразования украинской экономики на период 2004–2015 годы. Материалы научно-практической конференции // Урядовый курьер. – 2004. – № 75. – С. 1–3.
8. Яковец Ю.В. Стратегия научно-инновационного прорыва / Ю.В. Яковец // Экономист. – 2002. – № 5. – С. 3–11.
9. Яковлев А.І. Інноваційна діяльність як фактор економічного розвитку малих підприємств [Електронний ресурс] / А.І. Яковлев // Економіка: реалії часу. – 2014. – №2, (12). – С. 115-119. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n2.html>. – Доступно на 10.12.2014. – Назва з екрану.

РОЗДІЛ 21

МІСЦЕ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ У СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

*к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності,
Одеський національний політехнічний університет
Кравченко О.А.*

Управління підприємством в сучасних умовах неможливе без планування господарчої діяльності на стратегічному рівні, на якому приймаються життєво важливі для подальшого розвитку управлінські рішення. Оскільки на даному етапі розвитку одним з основних ресурсів розвитку економіки визнано інтелектуальний капітал, очевидно, що зусилля повинні бути направлені на стратегічне управління цими ресурсами.

Процес управління інтелектуальним капіталом має бути спрямований на примноження його обсягу, оновлення та ефективне використання.

Виконання такого завдання потребує розробки певної політики. В якості цілей політики можуть виступати:

- забезпечення можливості досягнення корпоративних цілей;
- забезпечення наявності ресурсів інтелектуального капіталу в необхідному місці та в необхідний час;
- забезпечення знання кожним співробітником сутності процесів що відбуваються, та своєї ролі в них.

При розробці політики відносно інтелектуального капіталу повинні бути вирішені такі задачі:

- переглянуті стратегічні цілі та можливі ризики у коротко-, середньо- та довгостроковій перспективі;
- визначені методи щодо виявлення недостатнього інтелектуального капіталу;

- створений механізм зворотного зв'язку щодо підвищення відповідності інтелектуального капіталу вимогам корпоративних цілей;
- створений механізм розвитку та отримання інтелектуального капіталу;
- створений механізм стратегічного управління ефективним використанням інтелектуального капіталу.

Проблеми нарощування інтелектуальних ресурсів і керування ними важливі не тільки для лідерів світової економіки.

По всіх позиціях, крім числа вчених і інженерів, Україна далеко відстає від США й провідних європейських країн. Та й цей показник, що є, по суті, спадщиною соціалістичної економіки, ставиться до 1995 року й у цей час, цілком ймовірно, значно знизився.

Очевидно, що навіть при самому сприятливому розвитку подій наша країна в найближчій перспективі не зможе фінансувати фундаментальні й прикладні дослідження в тім же обсязі, що й держави-лідери. Наприклад, видатки на НДДКР тільки двох конкуруючих корпорацій – Eastman Kodak і Polaroid – рівняються однієї десятої від суми, затраченої на НДДКР у нашій країні. Однак при значному відставанні одними обсягами фінансування справи не поправити. Тим більше важливі, з одного боку, глибоко продумана науково-технічна політика, що враховує реалії ринкової економіки, і, з іншого боку, практика керування інтелектуальними ресурсами. Науково-технічна політика може бути визначена як комплекс заходів, проведених державою й спрямованих на розширення інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, розвиток фундаментальних і прикладних наукових досліджень, підтримка й розвиток системи утворення, на успішне досягнення поставлених цілей, до яких ставляться: ліквідація відставання в темпах науково-технічного прогресу, забезпечення економічного росту, рішення екологічних проблем і ін.

Успішне стратегічне керування інтелектуальними ресурсами означає цілеспрямований розвиток інтелектуального капіталу організації й суспільства в цілому, стимулювання новаторських розробок, що вимагають концентрації капіталу й інтелектуального потенціалу, а з іншого боку – культивування конкурентного середовища в напрямках інноваційної діяльності, пов'язаних з можливістю широкого використання продукту.

Інтелектуальні ресурси потребують управління ними як на рівні суспільства, так і на рівні підприємства (фірми). Система державного управління як і будь-яка система містить певні елементи та механізми взаємозв'язки з ними.

На рівні підприємства інтелектуальний капітал – це фактор виробництва. Управління ним являє собою алгоритм управлінських функцій, послідовна реалізація яких, здатна забезпечити раціональне (економічно-ефективне) використання інтелектуального капіталу та його відтворення.

Організацію процесу відтворення інтелектуального капіталу керівництву підприємства необхідно розпочинати з усвідомлення його економічної сутності, визначення джерел і напрямів інвестування. Задля перспективного довгострокового розвитку підприємства керівництво має планувати шляхи зростання якості інтелектуальних ресурсів (персоналу) за інтенсивним типом відтворення.

Інтелектуальний капітал як об'єкт управління бере участь у процесі виробництва продуктів інтелектуальної діяльності. Реалізація їх на ринку дозволяє підприємству отримати прибуток та використати частину чистого прибутку для покращення ділових критеріїв якості персоналу. Після проведення заходів щодо покращення якості персоналу (інтелектуальних ресурсів) пропонується згідно зі схемою здійснити оцінку відповідності їх рівня критеріям якості. Якщо проведена оцінка рівня інтелектуальних ресурсів відповідає запланованим критеріям якості, то процес відтворення інтелектуального капіталу на підприємстві на конкретній стадії виробництва відбувся успішно. Відтворення інтелектуального капіталу може здійснюватися шляхом раціонально організованої кадрової політики, що мотивує персонал до самопідготовки з метою якісного виконання задач підприємства, сприяє зростанню рівня кваліфікації персоналу, удосконаленню його досвіду та навичок. Завдяки організованій внутрішній підготовці збільшується продуктивність праці персоналу, зростає якість і цінність інтелектуальних ресурсів та збільшується вартість внутрішньоствореного гудвілу підприємства. Якщо рівень інтелектуальних ресурсів не відповідає критеріям якості персоналу, відділ управління персоналом отримує інформацію шляхом зворотного зв'язку та має переглянути напрями здійснення кадрової політики і методи їх реалізації.

Інтелектуальні ресурси утворює розумова праця робітників та висококваліфікованого персоналу, які створюють продукти інтелектуальної діяльності та інноваційні технології, сукупність яких формує інтелектуальний капітал підприємства.

Процеси відтворення інтелектуального капіталу та управління інтелектуальними ресурсами на підприємстві передбачають формування знань та умінь персоналу відповідно до вимог підприємства, виконання персоналом високопродуктивної розумової праці, проведення адекватної оплати працівників і створення системи їх соціального забезпечення.

Забезпечення процесу управління інтелектуальним капіталом потребує створення належної системи організаційного та інформаційного системи, які дозволяють проводити певну стратегію розвитку бізнесу.

Основною ланкою промислового комплексу є виробничі підприємства. Саме дієздатність підприємства визначає рівень розвитку промислового комплексу й країни в цілому. Логічною представляється розробка механізму забезпечення росту інтелектуального капіталу, починаючи з рівня підприємства (фірми). Під господарським механізмом керування економікою, як відомо, розуміють певну організаційну структуру керування, систему планування й економічного стимулювання.

Під механізмом керування інтелектуальним капіталом, мабуть, варто розуміти сукупність дій і заходів, спрямованих на забезпечення ефективного планування, організації й контролю процесів формування, розвитку й використання результатів інтелектуальної діяльності, а також мотивації процесів нагромадження й росту інтелектуального потенціалу.

Складність керування інтелектуальним капіталом обумовлена впливом безлічі різних факторів внутрішнього й зовнішнього середовища.

У складі факторів зовнішнього середовища виділяються наступні: взаємини з партнерами, політико-правове середовище, наявність або відсутність конкурентів, наявність прямих і зворотних комунікаційних каналів із зовнішніми аудиторіями, ємкість існуючого й потенційного ринків, зовнішній імідж підприємства, екологічна обстановка.

Облік впливу факторів внутрішнього й зовнішнього середовища на процес керування інтелектуальними активами можливий у рамках спеціалізованої системи керування інтелектуальними активами.

Підсистема керування НДДКР і технологічними інноваціями забезпечує планування, організацію, контроль і регулювання процесу розвитку наукових і технічних знань фахівців; формування інформаційно-інтелектуального середовища, що сприяє генеруванню нових ідей, розвитку творчості, винахідливості, раціоналізаторства, формування інтелектуальної бази, що дозволяє підприємству адаптуватися й утримувати свої позиції в зовнішньому середовищі, що постійно змінюється, таким чином, щоб у випадку виникнення необхідності мати можливість задіяти наявні інформаційно-інтелектуальні ресурси в розробці й виробництві тієї продукції, на яку в цей момент ринок пред'являє максимальний попит. Крім того, найважливішою функцією даної підсистеми є вироблення програм і визначення напрямків створення інтелектуальних активів.

Підсистема керування інноваційним потенціалом і розвитком співробітників відповідає за формування й ефективне використання знань; прогнозування потреби в інтелектуальних ресурсах; виявлення емоційно-психологічного й інтелектуального потенціалу співробітників; збільшення продуктивності інтелектуальної праці співробітників за рахунок їхнього правильного розміщення, здійснюваної з обліком емоційно-психологічної й інтелектуальної сумісності; здійснення заходів щодо розвитку взаєморозуміння, схильності до взаємодії, роботі в колективі, а також заохоченню ініціативної роботи, розвитку лідерства й схильності до творчої роботи.

Забезпечення умов для безперервного вдосконалювання й розвитку персоналу й організація процесу постійного поповнення знань співробітників здійснюються в результаті аналізу факторів, що впливають на розвиток інноваційного потенціалу, прогнозування потреби в придбанні нових знань співробітниками підприємства, стимулювання інтелектуального розвитку персоналу, розробка програми реалізації заходів, спрямованих на збільшення інтелектуальної бази й забезпечення умов для ефективного використання й обміну придбаними інформаційно-інтелектуальними ресурсами.

Підсистема керування організаційно-методичною базою керування ІК реалізує функції координації дій всіх фахівців задіяних у процесі

керування ІК, за рахунок формалізації й регламентації різних процедур, опис і подання їх у вигляді оформлених за певними правилами документів, завірених у певному порядку. Дана система дозволяє забезпечити погодженість різнопланової діяльності співробітників, спрямованої на створення єдиної, інформаційно-інтелектуальної бази підприємства, а також установити права й відповідальність співробітників при її використанні.

Підсистема керування внутрішньою інформацією й комунікаціями виконує функції по формуванню системи методів і способів збору, передачі, нагромадження, обробки, зберігання, подання й використання внутрішньої інформації; проектуванню інформаційних потоків, формуванню й підтримці інформаційної бази підприємства; розробці методів і способів її раціонального використання. Із цією метою здійснюється процес нагромадження й розвитку знань про технології програмування, вибору для внутрішнього використання найбільш прийняттого програмного забезпечення й відповідної технічної бази, забезпечення безперебійної роботи користувачів з інформаційним середовищем.

Підсистема керування зовнішньою інформацією й комунікаціями відповідає за формування системи методів і способів збору, передачі, нагромадження, обробки, зберігання, подання й використання зовнішньої інформації усередині підприємства, а також за передачу внутрішньої інформації в зовнішнє середовище.

Підсистема керування портфелем прав на інтелектуальні активи виконує функції оптимізації складу портфеля прав на інтелектуальні активи у відповідності зі стратегією підприємства й програмою формування й використання інтелектуальних активів, а також функцію вироблення грамотної патентної політики. У цьому зв'язку основними видами діяльності даної підсистеми є виявлення інтелектуальних активів, що підлягають правовій охороні; визначення форм і методів охорони таких активів; розробка методичних і організаційно-технічних заходів, що дозволяють забезпечити захист товарного ринку, на який орієнтоване підприємство; формування науково-технічних напрямків і відповідної їм портфелів патентів з акцентом на рішеннях, що дозволяють підвищити конкурентоспроможність продукції; облік взаємного фінансового інтересу між творчими працівниками й підприємством; припинення несумлінної конкуренції.

Основною функцією підсистеми керування комерціалізацією інтелектуальних активів і оцінною діяльністю є забезпечення умов для одержання максимальної вигоди від залучення інтелектуальних активів в економічний оборот, це припускає розробку стратегії й вироблення напрямків комерційного використання інтелектуальних активів, при цьому виявляється вигода ступінь самостійного внутрішнього використання об'єктів інтелектуальної власності підприємства й прогнозується передбачувана віддача від їхньої реалізації в іншому напрямку. Залежно від цього здійснюється вибір між зовнішніми й внутрішніми напрямками використання прав на об'єкти інтелектуальної власності. У цьому зв'язку особлива роль у числі функцій цієї підсистеми приділяється аналізу й оцінці ринкової вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності, а також моніторингу комерційного потенціалу інтелектуальних активів. Крім того, найважливішою функцією цієї підсистеми є перетворення ринкових і корпоративних інформаційних потоків в інструмент підвищення ефективності й максимізації задоволення певних потреб ринку.

Система керування інтелектуальними активами повинна вписуватися в загальну систему керування підприємством.

Основними елементами в системі є генератори зовнішньої інформації про ІА, генератори внутрішньої інформації про ІА, підсистема керування ІА й взаємозв'язку цієї підсистеми з генераторами зовнішньої й внутрішньої інформації про ІА.

Основним ресурсом формування інтелектуальних активів є інформація, а керування процесом формування й використання інтелектуальних активів у значній мірі визначається рівнем керування інформаційними потоками, що циркулюють усередині організації й поза нею.

На різних стадіях процесу створення й реалізації на ринку наукомісткої продукції генерується значний обсяг інформації, що утворює інформаційно-інтелектуальні ресурси й продукти інтелектуальної праці. Участь у формуванні внутрішньої інформаційної бази приймають всі підсистеми підприємства. Вони ж є й споживачами цієї інформації. Кожна підсистема генерує й споживає інформацію, так чи інакше пов'язану з її функціональним призначенням.

Забезпечити інтеграцію й координацію функцій керування інтелектуальними активами, підвищити обґрунтованість застосування рішень

на всіх етапах створення й використання інтелектуальних активів, можливо шляхом передачі цих функцій (по досвіду закордонних країн) особливому підрозділу або відділу. Створення такого підрозділу дозволяє сконцентрувати всі базові функції в рамках однієї структурної одиниці, підвищуючи обґрунтованість прийнятих рішень.

Розвиток цивілізації в ХХ столітті показав, що головним фактором постійного економічного розвитку є ріст інтелектуального потенціалу й науково-технологічних інновацій. Успіх визначається, насамперед, знаннями й уміннями. Не випадково ХХ століття одержало назву «сторіччя знання». Формування суспільства знань є загальним пріоритетом на сьогоднішній день. Промислова економіка поступається місцем інтелектуальній.

Знання завжди були умовою розвитку виробництва. Унікальність сучасного етапу економічного розвитку укладається в нагромадженні людством знань у такій кількості, що вони перейшли в новий якісний стан і перетворилися в головний фактор виробництва, у вигляді інтелектуального капіталу. Саме ця обставина переводить стан економіки в нову якість у порівнянні з попереднім її розвитком.

Поняття знання тісно пов'язане з поняттям інформації.

Інформація (у широкому змісті) є основою механізмів, що спричиняються еволюцією природи однієї з форм якої є соціально-економічний розвиток. Із цим варто погодитися. Тому що, мабуть, що будь-які процеси цілеспрямованої трансформації соціально-економічної системи можуть привести до задуманої мети тільки за умови їх системного інформаційного забезпечення.

Зростаюча залежність промислово розвинених країн від джерел інформації, а також від рівня розвитку й ефективності використання коштів її передачі й обробки привели до появи в 80-х роках минулого сторіччя до появи такого поняття як «національні інформаційні ресурси».

Розвиток інформаційних технологій стає індикатором стану нації.

Відома думка професора Гарвардського університету А. Еттігера про значення інформації в цей час «... інформація вважається таким же основним ресурсом, як матеріали й енергія, і, отже, стосовно цього ресурсу повинні бути сформульовані ті ж критичні питання: хто їм володіє, хто в ньому зацікавлений, наскільки він доступний, чи можливо його комерційне використання?» [1].

Процеси, наведені до істотних перетворень у системі продуктивних чинностей сучасного світового господарства, додали інформації значення вирішальних коштів праці, одночасно висунувши її ряд провідних предметів праці. Справедливо, думка про те, що світогосподарське значення країни визначається в наш час не тільки кількістю вироблених речовинних благ, але й обсягом створюваної й споживаної інформації. Інформаційний компонент реалізації в тій або іншій формі: у коштах і предметах праці, нематеріальних активах і технологіях інформації

Інформація виконує в суспільному виробництві функції коштів праці, предметів праці, а також функцію інформаційного забезпечення виробничих процесів.

Інформаційні системи є частиною всіх сучасних основних фондів: машин і устаткування, передатних пристроїв, вимірювальних приладів. Значення того або іншого компонента в кожному з елементів основних фондів визначається роллю у виконанні виробничих функцій і часток вартості в загальній ціні даного елемента основних фондів. Інформація стає предметом праці, тому що забезпечення необхідних фізичних властивостей і функцій виробу неможливо без інформації.

Інформаційне забезпечення виробничих процесів торкається всіх видів діяльності, починаючи від розробки виробу, постановки на виробництво й керування.

За всіх часів розвитку людство різними шляхами добувало, накопичувало й використало інформаційний ресурс. Знання у вигляді інформації як систематизованих знань усе більше швидкими темпами змінюють сучасний мир.

З однієї сторони інформація становить утримання знання, з іншого боку – форму його передачі. Питання про співвідношення знання й інформації стало центральним для численних теорій, що існують в області інтелектуальних ресурсів.

У рамках різних дисциплін існують різні визначення інформації. Наприклад, інформаційна теорія визначає інформацію як міру невизначеності, що усуває повідомленням. Інформаційна технологія розуміє під інформацією дані, які були або можуть бути скопійовані, оброблені й надані в тій або іншій формі людям. Для комунікаційного маркетингу інформація – це отримання повідомлення.

Загальним для цих і багатьох інших визначень, на наш погляд, є:

- а) визнання зовнішнього стосовно людини характеру інформації;
- б) визнання процесу комунікації як основної форми її існування.

Звідси тенденція розглядати знання як якість особистості, а його відчужену від людини форму – як інформацію.

У розумінні сутності знання і його зв'язків з інформацією позиції дослідників досить різні. На думку Ю.А. Шрайдера, знання – це локальне поняття, воно властиве конкретному індивідуумові в певний час [1]. За допомогою переходу в особливу, відчужену від носія усупільнену форму (інформацію) знання перетворюється в глобальну категорію. Схожі думки висловлюють Т. Давенпорт, Л. Прусак і інші прихильники інформаційного підходу до менеджменту знань [1].

Інші дослідники вважають такий підхід неплодотворним і підкреслюють якісне розходження між знанням і інформацією, що укладається в тім, що знання конструктивно й виразно, є основою для успішної дії, тоді як інформація може й не укласти в собі знання. Разом з тим знання, безсумнівно, є формою інформації, у якій воно може бути передане іншим.

Незважаючи на багато розходжень у визначенні знання загальною позицією є те, що неопрацьована інформація сама по собі не дає рішення ділових проблем, не провадить вартості й не зміцнює конкурентоспроможність осіб, що володіють нею. Знання й інформація розрізняються в багатьох відносинах. Інформація завжди індивідуальна, конкретна. Навпроти, знання являє собою узагальнену форму фіксації тих причинно-наслідкових зв'язків, які містить у собі інформація. На відміну від інформації знання прогностично.

Серед тих, хто намагається дати раціональне обґрунтування цих очевидних, але не дуже чітких подань, популярна концепція Рассела Аккофа [1], видного фахівця в області системних досліджень. Він запропонував використати для аналізу процесу формування знання і його ролей у свідомості людини схему з п'яти категорій: дані – інформація – знання – розуміння – мудрість.

Дані по Р. Аккофу, це неупорядковані символи, розглянуті безвідносно до якого-небудь контексту. Інформація являє собою виділену, упорядковану частину бази даних, оброблену для використання. Знання – це формулювання існуючих тенденцій або сутнісних зв'яз-

ків між явищами, представленими в інформації. На відміну від своєї інформаційної основи знання може служити керівництвом для конкретних рішень і дій. Розуміння є вираження закономірності, що втримується в безлічі розрізнених знань, що дає відповідь на питання «чому?». Нарешті, мудрість – це оцінене розуміння закономірності з погляду минулого й майбутнього. Іноді мудрість змушує закрити до певного часу знання, до використання яких суспільство морально не готове.

Аккоф підкреслює, що якщо перші чотири компоненти знання (дані – інформація – знання – розуміння) мають справу з минулим, тим, що було або що вже відомо, те п'яте (мудрість) стосується майбутнього. Нам представляється такий підхід до визначення поняття «знання» можливостей використання найбільш повним.

Можливості використання знання як специфічного ресурсу виробництва залежать від ефективності процесів його передачі. Н. Кок, Ж. Маккини, Ж. Корнер при вивченні можливостей використання знань на основі аналізу емпіричного матеріалу дозволили зробити наступні висновки [1]:

- передача інформації переважає над передачею знання у всіх бізнес-процесах;
- інформація може передаватися в чистому виді, знання передаються тільки разом з інформацією;
- передача знань більше ймовірна після досягнення якогось порога інформаційної інтенсивності;
- знання передається, головним чином, у процесах, пов'язаних з розвитком організації.

Визнання інтелектуальних ресурсів як найважливіший фактор виробництва приводить до двох крайностей у трактуванні категорії знання. З одного боку, це прагнення довести, що знання, уміння й інші компоненти інтелектуальних ресурсів подібні до інших факторів виробництва. З іншого боку, це не менш сильне бажання підкреслити особливий потенціал інтелектуальних ресурсів не тільки для економіки, але й для інших сфер життя суспільства.

Знання майже ніколи не продається й не купується у власному змісті цього поняття. Виключення становлять процеси придбання знання в ході навчання, але й тут об'єктом купівлі-продажу є освітня

послуга, а не саме знання як таке. Продаються й купуються продукція й послуги й, головним чином, рішення, одержувані за допомогою знання. Корисність знання для покупця залежить від корисності цих рішень.

Звідси можна зробити висновок, що вартість знання визначається ринковою вартістю рішень (технічних, соціальних, поведінкових і т.д.), одержуваних з його допомогою. Існують взаємозамінні рішення, але не існує взаємозамінних знань.

Знання як економічний ресурс має особливі властивості в тому розумінні, що його безпосереднє споживання не забезпечує задоволення потреби. Його споживання пов'язане з додатковими трудовими й фінансовими витратами, які не завжди приносять очікуваний ефект. Тому більше дороге й конструктивне знання, що забезпечує швидке одержання практичного результату, може користуватися підвищеним попитом.

Особливість знання як економічного блага полягає в тому, що воно найчастіше є присутнім у здобувають товарах і послугах, матеріалізуючись у них, і значно рідше є предметом продажу саме по собі. Знання присутнє в ринковій вартості товарів, що купують, і послуг як економічний ресурс, з'єднаний з живою працею, тобто з якістю робочої сили, або існуючий окремо від її у вигляді технології процесу, а найчастіше й у тієї й в іншій формі одночасно. У кожному разі, цей ресурс, використовуваний при виробництві відповідних товарів і послуг, вносить свій внесок у їхню вартість.

Можна виділити наступні шляхи, по яких знання здійснює свій внесок в економічні результати. По-перше, він лежить в основі будь-якого процесу створення доданої вартості, тому що найпростіша форма виробництва вимагає спеціальних знань. «В основі будь-якого бізнесу лежить знання» – це затвердження П. Друкера можна вважати однією з аксіом теорії інтелектуальних ресурсів і керування ними [1]. По-друге, знання є базою для вдосконалення існуючих і створення нових продуктів і послуг, що дозволяють розширювати існуючі ринки, формувати нові й т.ін. По-третє, нове знання викликає ріст ефективності виробничих і управлінських процесів, дозволяючи підвищувати продуктивність праці й заощаджувати витрати. Нарешті, по-четверте, компетентність працівників, створювана й підтримувана знанням,

забезпечує нормальний хід процесів виробництва. Як відомо, необхідна відповідність між технологічним рівнем виробництва й компетентністю працівників. Недотримання цього принципу найчастіше є причиною техногенних катастроф і великих аварій. Некомпетентність працівників у більшості безпечних ситуаціях обертається систематичними помилками й зростаючими витратами виробництва.

Таким чином, економічна цінність знання як специфічного ресурсу виражається в приросту доданої вартості за рахунок росту наукоємності суспільного продукту й підвищення продуктивності праці.

Разом з тим функціонування знання як виробничого ресурсу, близького по своїх властивостях до основного капіталу, виявляє ряд особливостей, які аж ніяк не властиві традиційним елементам основного капіталу. Ці особливості виражаються в принципах самозростання й рутинізації інтелектуальних ресурсів. Перший з них укладається в тім, що інтелектуальні ресурси саме зростають у процесі їхнього споживання.

Інвестування коштів в інтелектуальні ресурси, наприклад, у вигляді витрат на освіту, веде до збільшення запасу знань, що дозволяє їхнім носіям вирішувати більше широке коло проблем. Запускаються процеси самозростання знання. У процесі діяльності, зіштовхуючись із новими ситуаціями, усвідомлено або неусвідомлено систематизуючи накопичену інформацію, суб'єкти діяльності поглиблюють свої знання, здобувають досвід. Те ж саме відбувається при вкладенні коштів в інші види інтелектуальних ресурсів організації. Самозростання інтелектуальних ресурсів відбувається завдяки поширенню знання в організації.

З іншого боку, у міру повторення стандартних ситуацій втрачається частина знань, що лежать в основі дій суб'єкта. Він починає діяти в чинність звички, по шаблону. У цих умовах проявляється зворотний самозростанню знань у процесі діяльності, що укладається в поступовому руйнуванні індивідуального знання.

Рутинізація знання може розглядатися як окремий випадок зношування даного виробничого фактору. У цьому зв'язку встає питання про форми зношування й амортизації інтелектуальних ресурсів.

Першою особливістю старіння знань можна вважати стрибкуватість цього процесу, що Шумпетер назвав «творчим руйнуванням». Друга особливість – відмова від помилкового знання.

Нарешті, третя особливість полягає в тому, що зменшення ринкової вартості знання зв'язано не стільки з його старінням, скільки з більше широким поширенням, або дифузією на основі тиражування отриманих наукових результатів.

Поширення знань відбувається в наступних формах: у вигляді продукту, готового до використання у виробництві (запатентоване знання, програмний продукт та ін.), або через освіту, витрати на яке розглядаються як інвестиції в людський капітал. Навіть у тому випадку, коли освіта виступає як платна послуга, воно не може розглядатися тільки з погляду принципів економічної оптимізації. Економічний підхід до сфери освіти охоплює лише певні часткові аспекти цього комплексного феномена.

Освіта виступає як найважливіші кошти формування суб'єктивованого знання й поліпшення якості людського капіталу. Однак не існує безпосереднього прямого зв'язка між видатками на утворення й ефективністю трудових витрат на індивідуальному рівні.

В умовах ринкової економіки доступність знання й можливості його використання залежать, як правило, від того, чи є знання суспільним або приватним благом. Знання як суспільне благо володіє, насамперед, властивістю неконкурентності. Як уважає Дж. Штігліц [1], якщо знання відкрите й оприлюднене, гранична вартість доступу до нього великої кількості користувачів дорівнює нулю. Разом з тим, він підкреслює, що неконкурентними є тільки нематеріальні (невтілені) знання: інформація, концепції, функції й інші абстрактні об'єкти думки. Чисте суспільне благо припускає поряд з неконкурентністю також властивість невиключності. Це означає, що доступ до даного блага або принципово не може бути обмежений, або таке обмеження буде вимагати занадто більших витрат.

У цьому випадку «невтілене» знання розуміється як «чисте» знання, передане у вигляді інформації й не має матеріальних форм у вигляді промислових зразків, готових до використання проектів, матеріальних продуктів і т.д. Формою існування такого знання є кодифіковане, зафіксоване на певних носіях знання, доступ до якого має різні ступені волі. Існують знання (відкриття, винаходу), монополізовані їхніми авторами через авторське й патентне право, практичне використання яких здійснюється на платній основі протягом певного

строку. У цьому випадку знання стає не суспільним, а часткою благом. На відміну від його, знання як суспільне благо доступно для «споживання» практично всіма користувачами. Цей доступ може бути повністю вільним, але найчастіше він пов'язаний з певними витратами. Ціна доступу до суспільного знання зв'язана не з корисністю самого знання. А з видатками по формуванню й експлуатації відповідних інформаційних систем його передачі. Наприклад, одержання навіть початкової освіти вимагає придбання навчальних допомог, доступ до деяких інформаційних каналів Інтернету здійснюється за плату. Таким чином, визначення знання як суспільного блага зіштовхується з деякими труднощами.

Якщо встати на протилежну точку зору, прихильники якої розглядають знання як приватне благо й вимагають жорсткості його правового захисту, то тут виникають серйозні проблеми у визначенні даного поняття. Головною ознакою знання як приватного блага може служити його патентоспроможність. Однак, автори всіх ідей і науково-технічних розробок завжди користуються роботами інших авторів, опираючись на загальний пул знань. Базисні ідеї, типу математичних теорем, звичайно непатентоздатні. За даними Л. Туроу, 73 % приватних патентів засновані на знанні, зробленому суспільними інститутами типу університетів і некомерційних або урядових лабораторій [2].

У сучасних умовах знання існує у двох формах: як суспільне благо і як приватне благо. Критерієм здатності знання стати приватним благом залишається можливість комерціалізації, здатність знання приносити додатковий дохід його власникові. Знання, як суспільне благо, не є товаром, хоча доступ до нього може бути пов'язаний з певними витратами. Знання, як приватне благо, є товаром і має ціну, обумовлену прибутковістю його застосування. Звідси слідує, що приватним благом і об'єктом приватної власності може бути тільки конструктивне знання прикладного характеру, безпосередньо виражене в промислових зразках і технологіях і породжуючи платоспроможний попит.

Потенційно будь-яке знання може виступати в ролі приватного блага. При цьому, однак, варто враховувати, що навіть якщо знання не є чисто суспільним благом, є великі можливості його поширення, одержання різноманітних зовнішніх ефектів. Серед них виділяють ринкові ефекти, ефекти переливу знань і мережні ефекти.

Ринкові ефекти проявляються в тім, що інноватор не може підвищити ціну адекватно новизні введеного на ринки продукту, тому що зіштовхується з обмеженнями купівельного попиту. У результаті споживач, здобуваючи більше зроблений продукт по відносно більше низькій ціні, одержує додаткову вигоду. Ринкове середовище тримає ринкову оцінку інновацій у ціновому масштабі існуючих товарних благ і доходів споживачів. У протилежному випадку ці інновації не мають шансів на впровадження.

Переливи знань полягають у тому, що знання, створене одним агентом, може використатися іншим агентом без компенсації або з компенсацією, меншою, чим вартість знання. Вони укладаються в підвищенні якості продукції й зниженні цін, у появі нових кращих товарів, у пожевленні конкуренції, у результаті чого завжди виграє споживач. При цьому ефекти переливу знань не обмежуються рамками однієї галузі. У цьому змісті знання – міжгалузевий ресурс, використовуваний капіталом у процесах внутрішньогалузевої й міжгалузевій конкуренції.

Переливи знань можуть виникати в результаті:

- навмисної публікації інноватором результатів досліджень або розробок;
- патентування інтелектуальної продукції, що пов'язане з розкриттям патентуємого знання;
- переходу дослідників і розроблювачів в інші організації;
- виводу на ринок нового товару або нової послуги, що в цьому вимагає розкриття частини знання.

Мережні ефекти знання складаються у формуванні нових стійких зв'язків або мереж, які не тільки використовуються для передачі інформації, але й стають новим елементом інфраструктури ринку.

Отримане одним із цих способів знання дозволяє:

- використати його як платформу для наступних досліджень і розробок; відмовитися від безперспективних, тупикових напрямків;
- копіювати або імітувати отримане знання в продукції або послугах власного виробництва.

Дилема, з якої постійно зіштовхується ринкова економіка відносно інтелектуальних ресурсів, полягає в тому, що, з одного боку,

ринкова конкуренція прискорює створення й впровадження знань, з іншого боку – вона ж гальмує ці процеси, приводячи їх у відповідність із реальними можливостями фінансового обороту. Наприклад, швидкість впровадження нової технології залежить від пов'язаних із цим впровадженням витрат, тобто від її доступності для промислового використання. Занадто дорогі продукти й технології блокуються у своєму просуванні не тільки з боку виробництва, але й з боку споживання, що віддає перевагу традиційним товарам. Прогрес знання як економічного ресурсу визначається його економічною ефективністю у звичних термінах прибутковості й витрат.

Гальмування у виробництві й впровадженні знань відбувається в результаті численних відмов ринку в сфері інтелектуальних ресурсів.

По-перше, базові, фундаментальні знання мають занадто узагальнений характер і не можуть бути безпосередньо реалізовані в продуктах, технологіях, послугах. Найчастіше важко побачити й правильно оцінити комерційний потенціал навіть прикладних розробок. Як це ні парадоксально звучить сьогодні, у середині 70-х років провідні компанії (такі, як ІВМ) і видні науковці-електронщики відкинули проект персонального комп'ютера як що не має ніякої ринкової перспективи. Тільки ентузіазм і воля зовсім молодих у той час Стіва Джобса й Стіва Возняка дозволили втілити цю ідею в «залізо», створити фірму Apple і налагодити масове виробництво знаменитих ПК Еппл-1.

По-друге, одержання нового знання вимагає значних витрат і зв'язано зі значним ризиком. Інвестиції у фізичний капітал можуть бути ефективними й неефективними, але вони, як правило, досягають планованого результату в його фізичній формі. Вклавши кошти в нове обладнання, фірма одержить його. Направивши кошти на будівництво нових виробничих приміщень, вона буде мати приміщення. Звичайно, устаткування або приміщення можуть бути малоефективними або навіть марними, але вони будуть. Що стосується інвестицій в інтелектуальні продукти, то дорогі дослідницькі роботи можуть взагалі не дати ніякого результату, якщо не вважати висновку про те, що вибраний напрямок або вихідна гіпотеза були помилковими. По даним Іноземцева В.Л., у цей час із числа

проектів, що перебувають у розробці, стадії реалізації досягають: у США – 37 %, у країнах Європейського співтовариства – 10 % [2]. По-третє, знання мають занадто масштабний характер і не можуть бути реалізовані однією фірмою. Потенціал знання, що стає власністю однієї фірми, на певний час закритий для інших. У результаті знання стають фактором формування монополії. Ця монополія гальмує інноваційний процес. Власність на знання, у певній мірі, гальмує інноваційні процеси. З іншого боку, це гальмування є мнимою відмовою ринкового механізму в процесі просування знання у виробництво. Ліквідація ринкових механізмів знімає стимул у виробника до використання потенціалу знання.

Разом с тим, тимчасова монополія, пов'язана із промисловими інноваціями «підіграє» конкуренцію, як у прикладному використанні, так і в здійсненні нових науково-технічних розробок.

Аналіз наукових теорій з проблематики розвитку дозволяє зробити наступні висновки:

1. Пошук ефективних шляхів діяльності та розвитку завжди стояв в полі зору економічної науки.

2. Найбільш впливовим фактором економічного розвитку є науково-технологічний прогрес.

3. Розвиток науково-технологічного прогресу забезпечується фундаментальною наукою і винахідництвом людства.

4. Світовий досвід підтверджує той факт, що високий рівень економічного розвитку суспільства і соціального життя забезпечується високим рівнем новаторства і відповідним рівнем наукової сфери.

5. У міру розвитку науки і техніки дедалі більшого значення як чинник економічного розвитку визнається людський інтелект, творчі здібності, формується нова теорія забезпечення економічного розвитку – теорія людського та інтелектуального капіталу.

6. Головним змістом цієї теорії є визнання людини як об'єкт інвестицій, визнається, що капітальні вкладення в людини також прибуткові, як і в інший фактор виробництва.

7. Посилення ролі наукових знань як стратегічного ресурсу і зростання впливу технологічних інновацій вимагає розробки механізму більш повного залучення в господарський оборот і підвищення ефективності використання інтелектуального капіталу.

Література

1. Лапин А.В. Интеллектуальный капитал: формирование и стратегическое управление. Монография / А.В. Лапин – Одесса: Издательство Бартенева, 2009 – 149 с.
2. Поповенко Н.С. Формування та стратегічне управління інтелектуальним капіталом. Навчальний посібник / Н.С. Поповенко, О.В. Лапін, М.В. Кула – Одеса: Пальміра, 2013 – 170 с.
3. Федулова Л.І. Економіка знань: [підруч.] / Л.І. Федулова. – К.: Ін-т екон. та прогнозів. НАН України, 2009. – 600 с.

РОЗДІЛ 22

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ВИТРАТ НА МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ ТА РЕКЛАМНІ ЗАХОДИ

*д.е.н., професор,
директор Інституту бізнесу, економіки
та інформаційних технологій,
Одеський національний політехнічний університет
Філіппова С.В.*

*к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту,
Одеський національний політехнічний університет
Селіванова Н.М.*

*асистент кафедри обліку, аналізу і аудиту,
Одеський національний політехнічний університет
Чан Тхань Тхуї*

Українська економіка сьогодні в повній мірі усвідомила важливість маркетингу для розвитку підприємства, його роль у збільшенні обсягу продажів, прибутку, розширення клієнтської бази. Однак керівництво в рідкісних випадках здійснює маркетингову діяльність відповідно до концепції, за якою управління організацією передбачає не тільки створення служби маркетингу, а й реалізацію нової філософії підприємства, орієнтовану виключно на споживача. Найчастіше українські підприємства ізольовано використовують елементи маркетингу або застосовують окремі комплекси взаємопов'язаних методів і засобів маркетингової діяльності. Звідси виникає безліч невизначеностей у сфері управління маркетингом, пов'язаних з розумінням суті маркетингових витрат і оцінки їх ефективності [1].

Для того, щоб краще розуміти, що мається на увазі під «маркетинговими витратами», розглянемо підходи різних авторів до визначення даного поняття (табл. 1).

Таблиця 1. Аналіз поняття «витрати на маркетинг підприємства»

Автори	Сутність підходу до визначення витрат на маркетинг
Г.Л. Багієв, В.М. Тарасевич, Х. Анн [2]	Сукупність витрат, необхідних для здійснення маркетингової діяльності та маркетингових заходів щодо формування і відтворення попиту на товари і послуги.
Соловійов Б.А. [3]	Витрати на пошук клієнтів, переконання їх у доцільності закупівлі, доставки продукції і отримання за неї коштів. Маркетингові витрати є не накладними, а такими витратами, які забезпечують реалізацію товарів. Маркетингові витрати – це витрати, які мають інвестиційний характер, які в майбутньому можуть принести чималий прибуток.
Биковська І.В., Плотніков С.В., Почернін В.М. [4]	Це сукупні витрати підприємства на аналіз ринкових можливостей, розробку комплексу маркетингових заходів, втілення їх в життя і проведення маркетингового контролю.
Федер Р.А. [5]	Витрати, пов'язані з продажем товарів (наприклад, реклама, комісія продавця) або дистрибуція (наприклад, транспортні витрати); це один з видів операційних витрат.
Пірсі Н. [6]	Грошові кошти, які підприємство витрачає на рекламу і маркетинг.
Податковий кодекс України [7]	Витрати на послуги з розміщення продукції платника податку в місцях продажу, послуги з вивчення, дослідження та аналізу споживчого попиту, внесення продукції (робіт, послуг) платника податку до інформаційних баз продажу, послуги зі збору та розповсюдження інформації про продукцію (роботи, послуги).

Як бачимо з табл. 1, єдиного науково-методичного підходу до визначення маркетингових витрат підприємства немає внаслідок різноманітності об'єктів віднесення витрат на маркетинг, існуванням різних способів їх інтерпретації.

Залежно від методики обліку підприємством витрат на маркетингову діяльність варіюється їх склад, принципи обліку та показники ефективності. Складена на основі аналізу праць вчених-економістів табл. 2 демонструє відмінності в складі маркетингових витрат в залежності від підходу до його формування (табл. 2).

Таблиця 2. Підходи до визначення складу витрат на маркетинг [1]

Склад маркетингових витрат за різними підходами	
витратний	інвестиційний
Складові елементи:	
<p>1. Витрати на маркетингові дослідження припускають витрати, пов'язані із залученням різних джерел інформації, абонування інформаційних систем, залученням спеціалізованих організацій з розробки програм і проведенням «польових досліджень», оплатою консультантів та ін.</p> <p>2. Витрати на розробку нових товарів охоплюють науково-технічні та дослідно-конструкторські роботи, придбання ноу-хау, закупівлю нових виробничих матеріалів і устаткування, залучення консультантів і експертів тощо.</p> <p>3. Витрати на поширення передбачають витрати на формування дилерско-дистрибуторських мереж, організацію фірмової торгівлі, сервісного обслуговування, навчання торгового персоналу і т.п.</p> <p>4. Витрати на просування - це витрати по проведенню рекламних кампаній (розробка рекламних матеріалів, виготовлення рекламної продукції, оплата послуг рекламних агентств та засобів масової інформації, орендна плата і т.д.); щодо утримання торгових агентів (транспортні витрати, навчання, винагороди та ін.); щодо стимулювання продажу (зразки, купони знижки, премії, сувеніри, реклама і т.д.).</p>	<p>1. Вкладення в розвиток брендів, що передбачає вибір компанією стратегії, яка буде визначати напрямки розвитку брендів нових її продуктів (розширення сімейства марки: в межах існуючої категорії товару: з'являються продукти нових форм, розмірів, або смакових якостей; розширення меж використання бренду, коли його назва поширюється на інші категорії; многомарковий підхід: в цьому випадку існуюча категорія товару подається під різними брендами), а також компанія може створювати нові бренди для нових товарів.</p> <p>2. Проведення досліджень, які пов'язані з введенням нових продуктів і послуг; з іміджем фірми; з дослідженням громадської думки.</p> <p>3. Професійний розвиток торгового персоналу/менеджерів по роботі з клієнтами.</p> <p>4. Розвиток дистрибуції.</p>

Слід зауважити, що інвестиційний підхід до складу маркетингових витрат більш широко застосовується іноземними підприємствами, де керівництво по маркетингу оцінює ступінь їх впливу на кінцевий прибуток за допомогою показників рентабельності інвестицій. Вітчизняні підприємства враховують витрати на маркетинг як поточні витрати,

це дозволяє чітко структурувати їх склад і запобігти невизначеності обліку, які можливі через нерозвиненість системи управління маркетинговою діяльністю [8].

Різноманіття маркетингових витрат і змістовність даного поняття зумовили існування цілого ряду їх класифікацій. Однак в наукових працях відсутній єдиний теоретико-методичний підхід до класифікації, визначення та розподілу маркетингових витрат у складі загальних операційних витрат підприємства та облікового забезпечення для оцінки ефективності даного виду витрат. Кожен автор наводить власні підходи до класифікації за своїми певними класифікаційними ознаками [9].

У більшості робіт наводиться узагальнена класифікація маркетингових витрат і вказується на необхідність проведення їх порівняльного аналізу по окремих товарах, регіонах і т.д. (табл. 3).

Таблиця 3. Підходи до класифікації маркетингових витрат

Вид маркетингових витрат	Характеристика
1	2
За обсягом виробленої продукції [10]	
Постійні	Витрати, які здійснюються незалежно від величини продажу.
Змінні	Витрати, які залежать від величини продажу.
Частково змінні	Витрати, які в короткий період є постійними (наприклад, витрати на виконання одного замовлення).
За способом віднесення на собівартість [11]	
Прямі	Відносять ті витрати, які можуть бути прямо віднесені на відповідний маркетинговий об'єкт (територію, тобто ринок збуту, торгові представництва, товари, торгові точки, покупців (сегменти) і т.д.).
Непрямі	Витрати, які не можна віднести до об'єкта розподілу.
Загальні непрямі витрати	Витрати, на створення іміджу, ділової репутації підприємства, бренду та проведення досліджень.
За фактором часу [11]	
Інвестиційні	Витрати, на стратегічну маркетингову діяльність.
Витратні	Витрати, які будуть відображені в маркетинговому бюджеті, складеному відповідно поточної маркетингової діяльності підприємства.

Продовження таблиці 3

1	2
За часом виникнення і включення в собівартість [12]	
Поточні	Грошові витрати, на товари і послуги для повсякденного користування, споживання, відображуються на поточних рахунках; витрати, які здійснюються і оплачуються в даний момент, період часу.
Витрати майбутнього періоду	Витрати, здійснені в звітному і попередніх йому періодах, але які підлягають включенню до витрат виробництва або обігу в наступні звітні періоди.
За місцем виникнення [12]	
Зовнішні	Витрати сторонніх організацій, до яких відносяться: витрати на оплату послуг рекламних агентств, дослідницьких компаній, позаштатних консультантів, друкарень, витрати на розміщення комунікаційних матеріалів, витрати на участь у виставках та ін.
Внутрішні	Витрати відділу маркетингу підприємства та інших структурних підрозділів. До них відносяться: заробітна плата, оплата службових витрат працівників відділу маркетингу тощо.
По відношенню до маркетингових компаній [12]	
Основні	Витрати на здійснення окремих кампаній, до яких відносяться зовнішні витрати, однак можуть включатися і внутрішні (додаткові витрати на фахівців підприємства, які можуть бути повністю віднесені на конкретну кампанію).
Допоміжні	Витрати, які забезпечують здійснення маркетингових кампаній, в їх склад входять внутрішні витрати підприємства (витрати організаційної структури маркетингу) і частково зовнішні витрати, пов'язані із здійсненням кількох кампаній.
За ступенем змінності рівня витрат в залежності від величини продажів [10]	
Контрольовані змінні витрати	Наприклад, витрати на продаж.
Контрольовані постійні витрати	Наприклад, реклама.
Неконтрольовані змінні витрати	Витрати на виробництво.
Неконтрольовані постійні витрати	Наприклад, частина загальних витрат

Проаналізувавши класифікації маркетингових витрат, запропоновані як вітчизняними, так і іноземними вченими, створено узагальнюючу табл. 4

Таблиця 4. Види маркетингових витрат в працях вчених

Вид маркетингових витрат	Автори							Разом
	Рейбштейн Д.Д.	Моїсєєва Н.К.	Конишева М.В.	Сарапова Т.С.	Руденко Ю.В.	Лях І.С.	Мавріна А.О.	
За обсягом виробленої продукції								
Постійні	+	-	-	+	+	+	+	5
Змінні	+	-	-	+	+	+	+	5
Частково змінні	-	-	-	-	-	-	+	1
За способом віднесення на собівартість								
Прямі	-	+	+	+	+	-	+	4
Непрямі	-	+	+	+	+	-	+	4
Загальні непрямі витрати	-	+	+	-	-	-	-	2
За фактором часу								
Інвестиційні	-	-	-	+	+	-	-	2
Витратні	-	-	-	+	+	-	-	2
За часом виникнення і включення в собівартість								
Поточні	-	-	-	+	+	-	-	2
Витрати майбутнього періоду	-	-	-	+	+	-	-	2
За місцем виникнення								
Зовнішні	-	-	-	-	-	+	-	1
Внутрішні	-	-	-	-	-	+	-	1
По відношенню до маркетингових компаній								
Основні	-	-	-	-	-	+	-	1
Допоміжні	-	-	-	-	-	+	-	1
За ступенем змінності рівня витрат в залежності від величини продажу								
Контрольовані змінні витрати	-	-	-	-	-	-	+	1
Контрольовані постійні витрати	-	-	-	-	-	-	+	1
Неконтрольовані змінні витрати	-	-	-	-	-	-	+	1
Неконтрольовані постійні витрати	-	-	-	-	-	-	+	1

Як бачимо, більшість авторів поділяють маркетингові витрати за обсягом реалізованої продукції на постійні і змінні, а також за способом віднесення на собівартість на прямі і непрямі, а саме автори: Д.Д. Рейбштейн [13], Т.Є. Сарапова [14], Ю.В. Руденко [1], І.С. Лях [12] і А.О. Мавріна [10].

Таким чином, в даний час відсутній єдиний підхід до класифікації маркетингових витрат, що ускладнює управління цими витратами на підприємстві. З огляду на постійний процес оновлення і вдосконалення комплексу маркетингових заходів, класифікація маркетингових витрат може варіюватися і поповнюватися новими «інноваційними» пунктами, що зайвий раз підкреслює розвиток маркетингової науки [9].

У процесі виробничо-господарської діяльності підприємство здійснює безліч витрат, які в залежності від їх змісту можуть виступати у вигляді витрат.

Витрати – це вартісна оцінка ресурсів, спожитих підприємством в процесі виробництва і реалізації продукції, виконання робіт, надання послуг, що здійснюються з метою отримання ним економічних вигод. Іншими словами, витрати підприємства – це найбільш важливий вид його затрат, грошове вираження реально витрачених ресурсів, обумовлених виробничим процесом або іншим видом діяльності [15].

Перед тим як перейти до особливостей відображення витрат на маркетинг інновацій та рекламні заходи в бухгалтерському обліку, розглянемо ключові визначення (табл. 5).

Таблиця 5. Основні поняття досліджуваного питання

Термін	Визначення
1	2
1. Реклама	Інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі і будь-яким способом і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару [16].
2. Товар	Будь-який предмет господарського обороту, в тому числі продукція, роботи, послуги, цінні папери, об'єкти права інтелектуальної власності [16].
3. Рекламодавець	Особа, яка є замовником реклами для її виготовлення та / або розповсюдження [16].

Продовження таблиці 5

1	2
4. Заходи рекламного характеру	Заходи з розповсюдження реклами, які передбачають безоплатне розповсюдження зразків товарів, що рекламуються і / або їх обмін споживачам однієї кількості чи одного виду товарів, що рекламуються, на інший [16].
5. Рекламні засоби	Кошти, використані для доведення реклами до її споживача [16].
6. Послуги маркетингові (маркетинг)	Послуги, що забезпечують функціонування діяльності платника податків у сфері вивчення ринку, стимулювання збуту продукції (робіт, послуг), політики цін, організації та управління руху продукції (робіт, послуг) до споживача та після-продажного обслуговування споживача в межах господарської діяльності такого платника податків. До маркетингових послуг належать, у тому числі послуги з розміщення продукції платника податку в місцях продажу, послуги з вивчення, дослідження та аналізу споживчого попиту, внесення продукції (робіт, послуг) платника податку до інформаційних баз продажу, послуги зі збору та розповсюдження інформації про продукцію (роботи, послуги) [7].
7. Маркетинг інновацій на підприємствах	Комплексне використання принципів і методів маркетингу з метою створення на підприємствах необхідних умов для пошуку продуктивних змін, їх здійснення, поширення та комерціалізації [17].

Кожне підприємство, яке здійснює господарську діяльність, несе витрати на рекламні заходи – поширення листівок, буклетів, прайс-листів, витрати на маркетинг і перепродажу підготовку товарів. Первинною ланкою контролю витрат на маркетинг інновацій та рекламні заходи є ведення бухгалтерського обліку цих витрат відповідно до вимог чинного законодавства.

Нормативно-правові акти, що регулюють облік витрат на маркетинг інновацій та рекламні заходи, представлені в табл. 6.

Закон України «Про рекламу» [16] визначає основні засади рекламної діяльності в Україні, регулює правові відносини, що виникають в процесі створення, розповсюдження, одержання реклами.

Що стосується інноваційної діяльності, то вона стає неодмінною умовою підвищення ефективності організацій в сучасних умовах, бухгалтерський і податковий облік за витратами на маркетинг інновацій стає все більш актуальним питанням.

Таблиця 6. **Нормативно-правове забезпечення обліку витрат на маркетинг інновацій та рекламні заходи**

Нормативно-правовий акт	Питання, які розкриває нормативно-правовий акт
1	2
1. Податковий кодекс України №2755-VI від 02.12.2010 р. [7].	Визначення поняття «маркетингові послуги (маркетинг)» та іншу інформацію щодо витрат на рекламу і дослідження ринку (маркетинг), витрат на збут.
2. Господарський кодекс України № 436-IV від 16.01.2003 [18]	Господарський кодекс України встановлює відповідно до Конституції України правові основи господарської діяльності (господарювання), яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності.
3. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-14 від 16.07.1999 р. [19]	Правові основи, загальні вимоги до організації та методології ведення бухгалтерського обліку, складання фінансової звітності в Україні.
4. Положенням про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку № 88 від 24.05.1995 [20]	Встановлює порядок створення, прийняття і відображення в бухгалтерському обліку, а також зберігання первинних документів, облікових регістрів, бухгалтерської звітності підприємствами.
5. Закон України «Про рекламу» №270 / 96-ВР від 03.07.1996 р. [16]	Визначення правових засад рекламної діяльності в Україні, регулювання відносин, що виникають в процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами, як провідної ланки маркетингових комунікацій.
6. Закон України «Про інноваційну діяльність» № 40-IV від 04.07.2002 [21]	Цей Закон визначає правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлює форми стимулювання державою інноваційних процесів і спрямований на підтримку розвитку економіки України інноваційним шляхом.
7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» №27 / 4248 від 19.01.2000 р. [22].	Визначення методологічних основ формування в бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства, в тому числі і про витрати на збут, та її розкриття у фінансовій звітності.

Закінчення таблиці 6

1	2
8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» № 242 від 18.10.1999 [23]	Визначає методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про нематеріальні активи і незавершені капітальні інвестиції в нематеріальні активи (далі – нематеріальні активи) та розкриття інформації про них у фінансовій звітності.
9. План рахунків бухгалтерського обліку №291 від 30.11.99 [24]	Забезпечує угрупування необхідної інформації про господарську діяльність підприємств, визначає побудову всієї системи бухгалтерського обліку з метою отримання необхідних даних для управління, контролю і звітності.
10. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій від 30.11.1999 № 291 [25].	Встановлення порядку ведення рахунку бухгалтерського обліку 93 «Витрати на збут» для узагальнення методом подвійного запису інформації про витрати на збут відповідно до П(С)БО 16 «Витрати», включаючи й витрати на маркетинг.
11. Положення про відділ маркетингу на підприємстві	Визначення взаємин відділу маркетингу з іншими структурними підрозділами підприємства, зокрема з бухгалтерією щодо передачі первинних документів, як таблиці обліку робочого часу співробітників відділу маркетингу, кошторису витрат на рекламу і стимулювання продажів, звіти про проведення рекламних заходів і т.д.
12. Посадові інструкції працівників бухгалтерії і відділу маркетингу	Визначення завдань, прав, обов'язків і відповідальності посадових осіб бухгалтерії і відділу маркетингу, повноваження яких поширюється на ведення обліку, аналізу та контролю витрат маркетингу інновацій, витрат на збут.

Облік витрат на маркетинг інновацій та на рекламу здійснюється відповідно до Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку [20]. Підставою для бухгалтерського обліку господарських операцій за видатками на маркетинг інновацій та рекламні заходи є первинні документи, які фіксують факти здійснення господарських операцій. Витрати на рекламу, що виникають при взаємовідносинах між виробником реклами та рекламодавцем, відображаються в бухгалтерському обліку за допомогою наступних первинних документів:

- договір з рекламним агентством на надання послуг;
- акт виконаних робіт;
- платіжне доручення для оплати рекламних послуг;
- податкова накладна.

Витрати на рекламу та дослідження ринку (маркетинг) згідно п. 19 П(С)БО 16 включаються до складу витрат на збут, 93 рахунок. До цього рахунку субрахунків не передбачено, тому кожне підприємство має право самостійно обирати собі перелік субрахунків, а також аналітичних рахунків до кожного з них [22].

На сьогоднішній день ведеться дискусія щодо перейменування рахунку 93 «Витрати на збут» з виділенням на ньому різних субрахунків. Так, К. Безверхий вважає за доцільне перейменувати рахунок 93 на «Витрати на збут, рекламу і маркетинг інновацій». Крім того, з метою отримання інформації для управління витратами до запропонованого рахунку автор вважає за доцільне відкрити субрахунки:

- 93.1 «Витрати на збут»;
- 93.2 «Витрати на рекламні заходи»;
- 93.3 «Витрати на маркетинг інновацій».

Основне призначення зазначених субрахунків полягає в тому, що інформація, яка буде формуватися на них, буде використовуватися різними видами обліку в межах однієї інформаційної бази, а, отже, формувати важливу складову інтегрованої системи обліку підприємства в цілому, в тому числі непрямі витрати на збут, рекламні заходи, маркетинг інновацій [26].

М.С. Пушкар пропонує рахунок 93 «Витрати на збут» перейменувати в «Витрати на маркетинг і комерційну діяльність» з виділенням на ньому двох субрахунків:

- а) 93.1 «Комерційні витрати»;

На субрахунок «Комерційні витрати», на переконання автора, необхідно збирати ті витрати, які пов'язані зі збутом продукції.

б) 93.2 «Витрати на маркетинг» з подальшою номенклатурою статей:

- 1) заробітна плата апарату відділу маркетингу;
- 2) відрахування на соціальне страхування;
- 3) поштові, канцелярські, телефонні витрати;
- 4) утримання приміщень, споруд, інвентарю;
- 5) ремонт будівель, споруд, інвентарю;
- 6) витрати на рекламні заходи;
- 7) витрати, пов'язані з вивченням ринку і попиту;
- 8) послуги сторонніх організацій;
- 9) послуги на науково-дослідні роботи;
- 10) інші витрати [27].

Також автор розділяє інформаційну підсистему маркетингової діяльності на підприємствах з розвинутою службою маркетингу на наступні блоки:

– інформація про стан і динаміку ринку (характеристика ринку, сегментів, обсягу продажів, інноваційна і цінова політика, збутова і рекламна діяльність, інформація про ринок, інші дані);

– дані про конкурентів (загальні дані про фірму, її виробничо-економічні характеристики і фінансове становище);

– дані про товар (найменування товарів і основні торгові марки, за якими вони збуваються, патентний і правовий захист, ринки і сегменти на яких збувається товар, базова науково-технічна ідея товару, з яких матеріалів виготовлений товар, застосовувана технологія, упаковка, динаміка цін, ключові фактори ринкового успіху або невдач, реклама та ін.);

– інформація про навколишнє середовище, в якому знаходиться фірма (зовнішнє середовище формується законодавчою і виконавчою владою в країні і регіоні через законодавчі акти і нормативні документи, споживачами і їх асоціаціями, виданнями споживачів, контактами з споживачами, даними соціологічних обстежень і опитувань за якістю та інших характеристик продукції) [27].

Н. Гудзенко і М. Настенко вважають за доцільне перейменувати рахунок 93 «Витрати на збут» на «Маркетингові витрати». Автори від-

значають, що на рахунку слід відображати загальну суму маркетингових витрат з деталізацією за видами маркетингової діяльності по окремих субрахунках до рахунку 93. Вони пропонують враховувати в складі вище названих маркетингових витрат на субрахунку 93.1 «Витрати на збут», комерційні витрати – на субрахунку 93.2 аналогічної назви, а на субрахунку 93.3 – «Витрати на маркетинг інновацій» [28].

Іщенко Я.П. вважає, що облік інноваційної діяльності, в тому числі на маркетинг інновацій, доцільніше вести на рахунку 94 «Інші витрати операційної діяльності». Автор пропонує використовувати субрахунок 941 «Інноваційні витрати», а для забезпечення систематизації та аналізу інформації про витрати – ввести облік витрат на цьому рахунку в розрізі таких груп інноваційних витрат:

– 941.1 – маркетингові дослідження (раціонально відображати витрати на маркетингові дослідження потреб ринку, відбір і вивчення якості отриманих ідей, пошук потенційних замовників);

– 941.2 – інноваційне проектування (витрати, пов'язані з розробкою плану дій, розрахунком планових показників проекту, бюджетуванням);

– 941.3 – інноваційне виробництво (витрати на виробництво інноваційного продукту, вартість усіх спожитих матеріальних і нематеріальних ресурсів);

– 941.4 – комерціалізація продукту (витрати на рекламні заходи, маркетинг інновацій, просування і збут);

– 941.5 – інші витрати (непрямі загальновиробничі і загальногосподарські витрати) [29].

Таким чином, викладене продемонструє необхідність виділення маркетингових витрат і витрат на рекламні заходи на окремих субрахунках при відображенні їх в бухгалтерському обліку.

У зв'язку з цим, можна погодитися з пропозицією Іщенко Я.П. щодо перейменування субрахунку 941 з метою відображення на ньому інформації з обліку витрат пов'язаних з інноваціями, в тому числі і на маркетинг інноваційного продукту. Таким чином, на рахунку 94 «Інші витрати операційної діяльності» субрахунок 941 «Інноваційні витрати» будуть відображатися і накопичуватися протягом року витрати, пов'язані з інноваційним проектуванням, інноваційним виробництвом, маркетинговими дослідженнями, комерціалізацією

продукції та інші витрати, які не розподіляються між реалізованою і нереалізованою продукцією, а списуються щомісяця або в кінці року на фінансовий результат операційної діяльності в загальній сумі наростаючим підсумком з початку року з кредиту субрахунку 941 «Інноваційні витрати» в дебет рахунку 79 «Фінансові результати».

Для раціональної організації аналітичного обліку витрат на інновації (в тому числі на маркетинг інновацій та рекламні заходи) і для визначення їх рівня, контролю та аналізу, а також об'єктивного відображення фінансових результатів діяльності підприємства рекомендуємо вести аналітичний облік витрат по субрахунку 941 «Інноваційні витрати» в спеціально розробленій відомості в розрізі аналітичних рахунків.

За дебетом субрахунку 941 «Інноваційні витрати» з кредиту інших рахунків протягом звітного року наростаючими підсумками накопичуватимуться витрати підприємства на інновації, в тому числі на маркетинг інновацій та рекламні заходи, в розрізі аналітики. Такі дані аналітичного обліку витрат на інновації необхідні для контролю і аналізу, а також для порівняння сум фактичних витрат з сумами за кошторисом.

Отже, для побудови ефективної системи обліку інноваційних витрат промисловим підприємствам слід враховувати та визначити такі аспекти:

- особливості діяльності підприємства;
- специфіку інновацій, термін їх впровадження;
- мету, за для якої накопичується та узагальнюється інформація про інноваційні витрати;
- зміст та структуру інноваційних витрат.

Збудована таким чином система обліку дасть змогу отримати повну та достовірну інформацію щодо інноваційних витрат у різних аспектах та використовувати її для планування, управління та контролю за ними [30].

Таким чином, на сьогоднішній день серед вчених і практиків немає єдиної думки щодо відображення в бухгалтерському обліку інформації про витрати на маркетинг інновацій та рекламні заходи. Також дане питання недостатньо регламентоване і розкрито у нормативно-правових актах України, які регулюють методику обліку та оподаткування таких витрат, що є передумовами для подальших досліджень в цьому напрямку.

Література

1. Руденко Ю.В. Аналіз складу витрат підприємства на маркетинг / Ю.В. Руденко // *Управління розвитком: зб. наук. пр. / Харківський нац. ек. ун-т.* – Харків: ІНЖЕК, 2011. – Вип. 4 (101). – С. 124-125.
2. Багиев Г.Л. Маркетинг : ученик для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич. – СПб.: Питер, 2010. – 576 с.
3. Соловьёв Б.А. Управление маркетингом: 17 модульная программа для менеджеров «Управление маркетингом организации» / Б.А. Соловьёва. – М. : ИНФРА-М, 1999. – Т.13. – 133 с.
4. Биковская И.В. К вопросу о формировании маркетингового бюджета / И.В. Биковская, С.В. Плотников, В.М. Подчернин // *Маркетинг в России и за рубежом.* – 2009. – № 6 (26). – С. 46–52.
5. Федер Р.А. Як виміряти продуктивність маркетингу / Р.А. Федер // *Гарвардський бізнес-огляд.* – 2010. – № 3 травень-червень. – С. 132–142.
6. Пірсі Н. Маркетинг / Н. Пірсі // *Європейський журнал.* – 2009. – Вип. 20. № 1. – С. 5–18.
7. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>
8. Яшева Г.А. Ефективність маркетингу: методика, оцінки і результати / Г.А Яшева // *Практичний маркетинг.* – 2003. – №8. – С. 33–34.
9. Ющак Ж.М. Маркетингові витрати і їх види / Ж.М. Ющак // *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Сер.: Економічні науки.* – 2013. – № 1. – С. 210–213.
10. Мавріна А.О. Поняття і предметний діапазон витрат на маркетинг / О.А. Мавріна // *Вісник Хмельницького національного університету.* – 2009. – №5. – С. 91–95.
11. Данько Т.В. Аналіз і уточнення сучасних підходів до класифікації маркетингових витрат підприємства / Т.В. Данько, М.В. Волюкова // *Вісник НТУ «ХП».* – 2012. – №16. – С. 101–107.
12. Лях І.С. Методологічні засади формування маркетингового бюджету підприємства / І.С. Лях // *Зб. наук. пр. «Комунальне господарство міст».* – 2011. – № 98. – С. 269–274.
13. Дэвид Д. Рейбштейн Расходы на маркетинг: совокупные, постоянные и переменные [Електронний ресурс] / Режим доступа : http://www.elitarium.ru/2010/06/02/raskhody_na_marketing.html.

14. Сарапова Т.Е. Формирование системы оценки эффективности маркетинговой деятельности на промышленных предприятиях / диссертация на соиск. уч. Степени к.э.н. по спец. 08.00.05. – 2002. – Пенза.
15. Козаченко А.Ю. Системний підхід до формування та відображення в обліку не виробничих витрат / А.Ю. Козаченко // Економічний часопис – ХХ. – 2012. – № 11-12 (1). – С. 90–92.
16. Закон України «Про рекламу» від 03.07.96 р. № 270/96-ВР [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>
17. Белозубенко В.С. Інноваційна активність і національна інноваційна система / В.С. Білозубенко // Журнал Донецьк. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган Барановського. – 2009. – Т. 2. – Вип. 28. – С. 332–340.
18. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>
19. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 № 996 XIV (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>
20. Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку від 24.05.1995 № 88 [Електронний ресурс] / Мінфін України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>
21. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002р. № 40-IV [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>
22. П(С)БО 16 «Витрати» від 31.12.1999 р. № 318 [Електронний ресурс] / Міністерства фінансів України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>
23. П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» від 18.10.1999 р. № 242 [Електронний ресурс] / Міністерства фінансів України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>
24. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій від 30.11.99 р. №291 [Електронний ресурс] / Міністерство фінансів України. – Режим доступу: <http://profmeter.com.ua>
25. Інструкція щодо застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і

- організацій від 30.11.99 р № 291 [Електронний ресурс] / Міністерство фінансів України. – Режим доступу: <http://profimeter.com.ua>
26. Безверхий К. Сучасні підходи до вдосконалення обліку непрямих витрат на збут, рекламу і маркетинг / К. Безверхий // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. – № 12. – С. 14–19.
 27. Пушкар М.С. Креативний облік (створення інформації для менеджерів): монографія / М. С. Пушкар. – Тернопіль. – 2006. – 334 с.
 28. Гудзенко Н. Облік витрат в процесі збутової діяльності сільськогосподарських підприємств / Н. Гудзенко, М. Настенко // Інноваційна економіка. – 2007. – № 3. – С. 97–100.
 29. Іщенко Я.П. Особливості обліку витрат інноваційної діяльності / Я.П. Іщенко, Я.А. Яковенчук, В. А. Шуляк [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://intkonf.org/ischenko-yar-yakovenchuk-yaoshulyak-va-osoblivosti-obliku-vitrat-innovatsiynoyi-diyalnosti/>
 30. Філіппова С.В. Інноваційні витрати промислових підприємств: проблеми їх відображення в бухгалтерському обліку / С.В. Філіппова, О.А. Варчук, А.В. Крисенко // Бізнес Інформ. – 2015. – №5. – С. 215–220.
 31. Селіванова Н.М. Управління розвитком інноваційно-активного промислового підприємства на засадах контролінгу: нові реалії та завдання: [моногр.] / Н.М. Селіванова, С.В. Філіппова – Одеса: ОНПУ, вид-во «ВМВ» – 2014. – 181 с.

РОЗДІЛ 23

ПОКАЗНИКИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

*к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Одеський національний політехнічний університет
Станіславик О.В.*

*к.т.н., доцент,
доцент кафедри спеціальних та професійних дисциплін
Херсонський факультет
Одеського державного університету внутрішніх справ
Моргунова Т.І.*

У відповідності до існуючого тлумачення інноваційного потенціалу підприємства та з метою його комплексної оцінки можна сформувати певну систему критеріїв та показників, які охоплюють: матеріально-технічну базу; сучасні форми організації й управління інноваційною діяльністю; фінанси; кадровий склад; наукові розробки; інтелектуальну власність.

Загальний потенціал підприємства при цьому буде визначатися такими чинниками:

1) наявними обсягами і якістю ресурсів: основними виробничими і не виробничими фондами, оборотними фондами та матеріальними запасами, фінансами, чисельністю зайнятих, нематеріальними ресурсами – патентами, ліцензіями, інформацією, технологією, тощо;

2) здатністю персоналу всіх категорій створювати певну продукцію або послугу, який характеризується запасом показників: освітнім потенціалом, кваліфікаційним потенціалом, психофізіологічним потенціалом, мотиваційним потенціалом;

3) здатністю системи управління підприємством оптимально використовувати його наявні ресурси, які характеризуються: підготовкою,

талантом і професійною адаптацією персоналу, умінням створювати і оновлювати організаційну структуру підприємства;

4) інноваційними можливостями, тобто здатністю підприємства до [16]: оновлення виробництва, зміни технології, інших інновацій;

5) інформаційними можливостями, тобто здатністю обробляти і систематизувати інформацію для використання її у виробництві;

6) фінансовими можливостями: кредитоспроможністю підприємства, внутрішньою і зовнішньою заборгованістю.

Після групування чинників за змістом інноваційний потенціал промислового підприємства оцінюється за двома складовими частинами: матеріальними ресурсами інноваційної діяльності та інтелектуальним потенціалом. Кожна з наведених частин має специфічні цілі використання і розвитку, підпадає під вплив різних чинників і, залежно від рівня розвитку, може бути зарахована до сильних або слабких сторін підприємства.

Інноваційний потенціал промислового підприємства складається з матеріального потенціалу та інтелектуального потенціалу [10].

Матеріальний потенціал інноваційного потенціалу промислового підприємства охоплює потенціал основних засобів і потенціал оборотних активів, оцінка яких відрізняється одна від одної:

1. Для оцінювання потенціалу основних засобів – необхідно оцінити інноваційні можливості необоротних матеріальних активів, зокрема машин, обладнання, транспортних засобів, інструментів та приладів, матеріальних активів, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік).

2. Для оцінювання потенціалу оборотних активів необхідно оцінити інноваційні можливості виробничих запасів, незавершеного виробництва, готової продукції, дебіторської заборгованості, грошових коштів, які залучаються в процесі інноваційної діяльності і визначають, насамперед, фінансові та товарно-матеріальні потоки, які необхідні для супроводження інновацій.

Інтелектуальний потенціал промислового підприємства формується «нематеріальними» ресурсами – ідеями, кваліфікацією персо-

налу, стратегічним сполученням ключових процесів з обробки інформації [1]. Для оцінювання інтелектуального потенціалу необхідно оцінити інноваційні можливості нематеріальних активів, маркетингових, управлінсько-інфраструктурних та трудових ресурсів окремо:

1. Для оцінювання потенціалу нематеріальних активів інноваційного потенціалу промислового підприємства необхідно оцінити:

- права на об'єкти промислової власності (права на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, ноу-хау);
- авторські та суміжні з ними права (права на програмні продукти, бази даних, окремі програмні модулі або їх сукупність тощо);
- інші нематеріальні активи (виключні права на здійснення окремої діяльності, користування природними ресурсами, майном, використання юридичних, економічних та інших привілеїв тощо);
- права на знаки для товарів і послуг (товарні знаки, торгові марки та назви).

2. Для оцінювання маркетингового потенціалу інноваційного потенціалу промислового підприємства необхідно оцінити активи, які забезпечують вигідну позицію на ринку і плідну співпрацю з контрагентами підприємства, зокрема: ринковий та соціальний імідж підприємства, існуючу клієнтську базу, налагоджені канали дистрибуції.

3. Для оцінювання управлінського потенціалу інноваційного потенціалу промислового підприємства необхідно оцінити якість бізнес-процесів управління, що охоплює технології, методи і процеси, на яких базується робота підприємства. Окремо слід виділити наявність та якість інноваційного менеджменту, якій на промисловому, та особливо на машинобудівному, підприємстві набуває актуальності.

4. Для оцінювання потенціалу трудових ресурсів інноваційного потенціалу промислового підприємства необхідно оцінити: сукупність колективних знань співробітників підприємства, їх творчі здібності, уміння вирішувати проблеми, управлінські навички, психометричні дані і відомості про поведінку окремих осіб в різних ситуаціях (при командній організації робіт або в стресових ситуаціях).

Протягом оцінки потенціалоутворюючих чинників та об'єктів, що необхідно оцінити, слід розробити критерії та основні показники, які їх характеризують, для оцінки інноваційного потенціалу промислових підприємств. Серед переліку показників є кількісні та якісні показники.

Кількісні показники оцінюються у натуральному або вартісному вимірі. Визначення якісних показників частіше виконується в балах методом експертних оцінок. Водночас, деякі якісні показники можна розрахувати шляхом попередньої оцінки низки інших. Так, ефект синергії можна розрахувати шляхом оцінки певних показників всіх учасників виробництва.

Вхідні і вихідні чинники оцінки інноваційного потенціалу характеризують вплив різних елементів інноваційного потенціалу на процес його формування. Результатами власного дослідження та враховуючи висновки інших дослідників, доведено пріоритетну роль саме нематеріальних активів у цьому процесі, що значною мірою обумовлює доцільність використання принципів маркетингу і логістики в інноваційному розвитку підприємства.

При розрахунку кінцевого показника величини інноваційного потенціалу конкретного підприємства перелік показників формується, виходячи з його стану та потреб. Кожному чиннику присвоюється коефіцієнт вагомості, величина якого визначається за допомогою експертів.

Висока роль інформації у підготовці і ухваленні ефективних управлінських рішень щодо інноваційного розвитку представляє, відповідно, високі вимоги до її якості при побудові інформаційної системи оцінювання інноваційного потенціалу підприємства [12]. Тому до інформації пред'являються наступні основні вимоги:

1) значущість, яка визначає, наскільки інформація, що використовується, впливає на результати схвалюваних рішень, передусім, в процесі обґрунтування стратегії інноваційного розвитку, розробки цілеспрямованої політики в цій області;

2) повнота, яка характеризує завершеність переліку даних та показників, необхідних для проведення аналізу, планування і прийняття оперативних управлінських рішень щодо всіх аспектів інноваційного розвитку підприємства;

3) достовірність, яка визначає, наскільки інформація адекватно відображає реальний стан та зовнішні умови формування інноваційного потенціалу і інноваційної діяльності, незаангажованість;

4) своєчасність, яка характеризує відповідність формованої інформації потреби в ній. Окремі види інформативних показників, що використовуються в управлінні інноваційним розвитком підприємства,

«живуть» в його інформаційній системі в незмінному кількісному виразі лише один день, (наприклад, курс іноземних валют, курс окремих фондових і грошових інструментів на ринку капіталу), інші – місяць, квартал і т.п.;

5) зрозумілість, яка визначається простотою її побудови, відповідністю певним стандартам уявлення і доступністю розуміння (відповідно, адекватного її тлумачення) тими категоріями користувачів, для яких вона призначається. Не слід змішувати вимоги зрозумілості інформації для певної категорії користувачів і її універсальною доступністю для розуміння всіма учасниками процесу оцінювання інноваційного потенціалу, оскільки що деякі з них деякі з них можуть не мати достатнього рівня кваліфікації для адекватної її інтерпретації;

6) релевантність (або вибірковість), що формує досить високий ступінь використовуваності інформації у процесі оцінювання інноваційного потенціалу та управління інноваційним розвитком. «Інформаційне переповнювання» системи управління ускладнює процес відбору необхідних інформативних даних для підготовки конкретних управлінських рішень, призводить до формування малоістотних альтернативних проектів цих рішень, здорожує процес інформаційного забезпечення управління формуванням капіталу;

7) порівнянність, яка визначає можливість порівняльної оцінки вартості окремих елементів інноваційного потенціалу в часі, можливість проведення порівняльного аналізу інноваційного потенціалу з аналогічними господарюючими суб'єктами і т.п. Така зіставність забезпечується ідентифікацією визначення окремих інформативних показників і одиниць їх виміру, використанням однакових методичних засад оцінювання власного підприємства та підприємства-конкурента, послідовністю і стабільністю вживаних методів якісного управлінського обліку;

8) ефективність, яка стосовно структурі інформаційної системи оцінювання інноваційного потенціалу означає, що витрати по залученню певних інформативних показників не повинні перебільшувати ефект, що одержує підприємство в наслідок їх використання при підготовці і реалізації відповідних управлінських рішень.

На моніторинг інноваційного потенціалу суттєво впливає стан та якість джерел інформації щодо його аналізу, наявність інформації, її обсяг, можливості її оперативного отримання та достовірність.

Внаслідок особливостей об'єкту моніторингу, а саме, інноваційного потенціалу, його головною інформаційною базою не може виступати бухгалтерський баланс підприємства. тому треба використовувати дані бухгалтерського, оперативного й статистичного обліків, а також технічну, технологічну інформацію, інформацію про організацію виробництва і праці, навіть дані соціального, психологічного і правового характеру [8].

Сучасний стан обліку в достатній мірі забезпечує потреби моніторингу інноваційного потенціалу підприємства, що розширює можливості останнього щодо своєчасного виявлення багатьох видів резервів інноваційного розвитку. Слід мати на увазі, що аналізуються не окремі показники, а їхня сукупність, тобто, система показників, яка адекватно характеризує господарську діяльність суб'єкта в цілому й окремі її сторони.

В аналізі та моніторингу інноваційного потенціалу підприємства використовуються джерела: планові – усі типи планів, що розробляються на підприємстві, а також нормативні матеріали, кошториси, проектні завдання; облікові – дані документів бухгалтерського, статистичного та оперативного обліків, а також усі види звітності, первинна облікова інформація; позаоблікові – документи, що регулюють господарську діяльність підприємства. Сюди можна віднести інформацію, отриману експертним шляхом.

Таким чином, на прийняття рішень стосовно інноваційного потенціалу впливає лише суттєва інформація. Суттєвість – це, власне, рівень точності інформації, що потрапляє до звітності. Цей рівень можна визначати на підставі як кількісних, так і якісних факторів. Достовірність інформації передбачає брак у ній суттєвих помилок, упередженості та перекручень, які можуть негативно вплинути на рішення користувачів звітності. І нарешті, порівнянність інформації означає її придатність для порівнювання діяльності як одного суб'єкта господарювання в різні періоди, так і різних суб'єктів, що, у свою чергу, забезпечить прогнозування тенденцій фінансового розвитку окремих підприємств і економіки в цілому.

Отже, зміст інформації, необхідної для здійснення моніторингу інноваційного потенціалу підприємства має задовольняти всі необхідні для прийняття управлінських рішень і регулювання інноваційної діяльності підприємства потреби користувачів інформації.

Після проведення аналізу всіх документальних носіїв інформації необхідно визначити обсяги потоків інформації в розрізі функцій аналітичної роботи. Для визначення окремих характеристик несистематизованої інформації, спричиненої виробничими збуреннями, необхідний попередній аналіз частоти виникнення й передавання інформації про виробничі збурення за допомогою фотографії і самофотографії робочого дня, які проводяться в різні проміжки часу, у різні зміни та на різних виробничих дільницях. Необхідно враховувати, що на практиці в документах фіксується незначна частина збурень, передовсім ті, які мають довгостроковий характер або призводять до великих виробничих витрат (невиправний брак, аварія устаткування та ін.). Оформлення відповідних документів відбувається, як правило, через заздалегідь обумовлений період часу. При цьому необхідно використовувати лише ту інформацію, яка потрібна для визначення стану об'єкта управління і підготовки відповідного управлінського рішення. Здебільшого для цих цілей достатньо інформації про місце, причину і час події. Такий підхід застосовується не лише в аналітичних дослідженнях.

Органічною складовою аналітичної роботи є перевірка вірогідності джерел інформації. Достовірність аналітичних висновків за результатами проведеного аналізу залежить передовсім від якості звітних матеріалів. Помилки, недоліки, неузгодженості, які іноді мають місце у звітності, можуть негативно і суттєво вплинути на результати аналітичної роботи та подальшого моніторингу, у процесі якого можна користуватися тільки об'єктивними, реальними даними.

Об'єктивність інформації забезпечується її періодичним контролюванням (ревізіями), а також установленням відповідальності за перекручування (фальсифікацію) звітності. Уся сукупність інформаційних джерел підлягає ретельній перевірці за формою і змістом. З'ясовують: точність арифметичних підрахунків та обчислень, відповідність правилам заповнення звітності, наявність необхідних підписів, узгодження даних у різних формах звітності, дотримання термінів її подання, повноту, якість і техніку проведення інвентаризацій.

Встановлюють відповідність звітних даних чинному стану підприємства, діяльність якого аналізується, доброякісність інформаційних джерел.

Фактором, що впливає на якість та тривалість операцій моніторингу інноваційного потенціалу підприємства є комп'ютерні технології аналітичних робіт, що використовуються на підприємстві.

До методики формування системи моніторингу за умов автоматизації висуваються такі вимоги: системність, комплексність, оперативність, точність, прогресивність, динамічність.

Забезпечувальні й допоміжні інструментальні засоби сприяють підготовці додаткової інформації, створенню комфортних умов для моніторингу.

Комунікаційні засоби впливають на ефективність використання інструментальних засобів. Оскільки моніторинг базуються на збиранні, систематизації та обробці даних, що надходять із різних інформаційних джерел, виникає необхідність у використанні мереж даних (локальних, регіональних, глобальних) для отримання й відправлення інформаційних матеріалів. Комунікаційні засоби забезпечують користувачу доступ до персональної бази даних, яка створюється і ведеться безпосередньо користувачем; баз даних інших локальних користувачів; інтегрованої бази даних підприємства; альтернативних баз даних, зовнішніх щодо даного підприємства і таких, що існують незалежно від нього.

Важливим для роботи аналітиків є принцип побудови інформаційної системи підприємства: з «ручною», механізованою чи автоматизованою обробкою інформації. Рівень автоматизації обробки інформації на підприємстві може бути дуже різним: усі розрахунки виконуються «вручну»; автоматизовано окремі види робіт (автономні АРМ спеціалістів); АРМ спеціалістів відділів об'єднано в локальні обчислювальні мережі; існує автоматизована система управління підприємством (АСУП), яка об'єднує всі локальні мережі АРМ спеціалістів і утворює єдиний інформаційний простір; наявна корпоративна інформаційна система, яка об'єднує в єдиний інформаційний простір інформаційну систему головного підприємства та його філій, дочірніх підприємств, розміщених у різних регіонах країни та за кордоном.

Література

1. Адаптація промислових підприємств к научно-технічским новшествам // В.Н. Гончаров, Г.И. Дибнис, А.Ю. Пекин и др. / Под ред. В.Н. Гончарова. – К.: Техніка, 1993. – 132 с.
2. Александрова В.П., Щедрина Т.І. Розвиток трансферу науково-технічних досягнень в Україні // Економіка та прогнозування. – 2001. – № 3. – С. 100-106.
3. Александрова В.П. Вплив державних науково-технічних програм на економічну структуру промислового виробництва // Соціально-економічне дослідження в перехідний період. Регіональна науково-технічна політика: інноваційний розвиток та інформаційний простір. Вип. XVI. – Львів: Інститут регіональних досліджень, 2000. – С. 89-95.
4. Александрова В.П. Економіка знань та її перспективи для України – К.: Ін-т екон.прогнозув. НАН України, 2004. – 161 с.
5. Александрова В.П., Щедрина Т.І. Використання трансферу науково-технічних досягнень для економічного зростання країни // Стратегія економічного розвитку України: Наук, збірник. Вип. 2-3 / Відп. ред. О.П. Степанов. – К.: КНЕУ, 2000. – С. 77-79.
6. Алымов А.Н., Гончарова Н.П., Остапенко Н.М. и др. Экономические отношения в сфере научно-технической деятельности. – К.: Наукова думка, 1992. – 224 с.
7. Алякин А.А., Бессарабов А.М, Поляков А.В. Научно-экономический мониторинг отраслевой химической науки государственной и акционерной форм собственности (1990-2002 гг.) // Сб. трудов 4-й Межд. научной конф. «Современные проблемы истории естествознания в области химии, химической технологии и нефтяного дела». Уфа, 24-26 декабря 2003 г., с. 13-14.
8. Андел І.В. Організація моніторингу інноваційних процесів на регіональному рівні // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Регіональна науково-технічна політика: інноваційний розвиток та інформаційний простір: Матеріали доп. Міжнар. практ. конф.: Щорічник наук. пр. Вип. XVI. – Львів: ІРД НАН України, 2000. – С. 212-220.
9. Андрощук Г. Стимулювання інноваційної діяльності // Стратегія економічного розвитку України. – 2001. – Вип. 1-3. – С. 177-184.
10. Антонюк Л. Л., Поручник А. М., Савчук В. С. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: Монографія. – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с.

11. Антонюк Л. Регіональна політика України в контексті інтеграції до ЄС // Україна на шляху європейської інтеграції. – К.: Дуйзберга, 2000. – 77 с.
12. Афонин И.В. Управление развитием предприятия: Стратегический менеджмент, инновации, инвестиции, цены: Учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К0», 2002. – 380 с.
13. Бажал Ю.М. Економічна теорія технологічних змін: Навч. посібник. – К.: Заповіт, 1996. – 240 с.
14. Бажал Ю.М. Інвестиційно-інноваційні ресурси економічного зростання // Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб. Вип. 1 / Відп. ред. О.П. Степанов. – К.: КНЕУ, 2000. – С. 34-40.
15. Бажал Ю.Н. Економіка інноваційних процесів // Вісник Інституту економічного прогнозування. – К.: Ін-т екон.прогнозув. НАН України, 2002 (1) – С.3-17
16. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2001. – 304 с.
17. Бендерський Ю. Роль інвестицій та інновацій у реструктуризації економіки // Економіка України. – 1998. – № 9. – С. 39-47.

РОЗДІЛ 24

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В ОЦІНЮВАННІ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

*К.е.н.,
доцент кафедри фінансів і кредиту,
Полтавська державна аграрна академія
Собчишин В.М.*

Аналіз літературних джерел і власні наукові дослідження дають нам змогу вважати логістичний підхід до управління сільськогосподарським підприємством інноваційним підходом, що спрямований на успішне виконання місії, досягнення довгострокових і короткострокових цілей підприємства шляхом оптимізації всіх процесів, пов'язаних із його діяльністю, на засадах логістики. Не є винятком і процес закупівель сільськогосподарського підприємства.

Логістичне управління закупівлями матеріально-технічних ресурсів, із нашого погляду, це процес стратегічного та оперативного управління матеріальними й пов'язаними з ними інформаційними та фінансовими потоками у ході постачання, складування матеріально-технічних ресурсів, їх підготовки до виробничого використання за оптимальних логістичних витрат.

Для оцінки економічної ефективності будь-якого процесу використовують певний критерій і систему взаємопов'язаних показників, які характеризують вимоги економічних законів та вплив різних чинників. Згідно з інформацією табл. 1, науковці по-різному визначають основу економічної ефективності закупівельної логістики.

Критерій економічної ефективності логістичного управління закупівлями матеріально-технічних ресурсів, на наш погляд, полягає в своєчасному й повному забезпеченні виробничого процесу необхідними якісними ресурсами за мінімальних витрат живої й уречевленої

Таблиця 1. Підходи до економічної ефективності закупівельної логістики

Зміст підходу	Автор, джерело
Ефективність закупівельної логістики в першу чергу залежить від ефективності матеріально-технічного забезпечення, що є комплексною категорією й відображає якість функціонування діючої системи закупівель та її складових.	В. С. Ніколайчук, В. Г. Кузнєцов [14, с. 131]
Основою економічної ефективності закупівельної логістики є пошук і закупівля необхідних матеріалів задовільної якості за мінімальними цінами.	Р. Р. Ларіна [10, с. 7]
Основою економічної ефективності логістики постачання є розрахунок потреби, пошук, закупівля необхідної кількості матеріалів певної якості за відносно мінімальними цінами.	Б. А. Анікін [11, с. 86], О. В. Глогусь [7, с. 115]
Економічна ефективність логістики постачання визначається тим, як реалізується функція закупівель у системі планування потреб у матеріальних ресурсах.	Т. В. Щолокова [19, с. 28]

Джерело: узагальнено автором

праці підсистеми закупівель на одиницю виробленої та реалізованої продукції. У процесі логістичного управління закупівлями матеріально-технічних ресурсів будь-які закуплені ресурси розглядаються як складова нерозривного матеріального потоку.

Показники економічної ефективності логістичного управління закупівлями матеріально-технічних ресурсів у сільськогосподарських підприємствах нами пропонується систематизувати за чотирма групами (рис. 1).

Перша, друга й третя групи показників дозволяють оцінити економічну ефективність виконання підсистемою закупівельної логістики окремих логістичних функцій (закупок матеріально-технічних ресурсів, їх доставки та складування), а четверта – підсистеми закупівельної логістики в цілому.

Сукупність показників, що характеризують ефективність договірної політики сільськогосподарських підприємств, подана в табл. 2.

Ефективність доставки закуплених матеріально-технічних ресурсів можна оцінити з допомогою комплексу взаємопов'язаних показників (табл. 3).

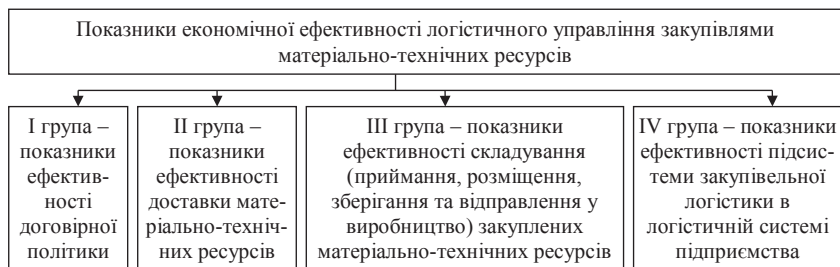


Рис. 1. Класифікаційна схема показників економічної ефективності логістичного управління закупівлями матеріально-технічних ресурсів у сільськогосподарських підприємствах

Джерело: власна розробка

Коефіцієнт поставки (K_{Π}) показує питому вагу фактичного надходження закуплених ресурсів у сумі надходження за контрактом [2, с. 83]. Очевидно, що протилежним за своїм значенням до коефіцієнта поставок є коефіцієнт недопоставки матеріально-технічних ресурсів, який показує частку недоотриманої вартості закуплених ресурсів у сумі надходження за контрактом. Однак величина коефіцієнта недопоставки матеріально-технічних ресурсів не дозволяє встановити причини відхилення обсягу одержаних ресурсів від обсягу за контрактом. Тому залежно від таких причин доцільно визначати питому вагу: вартості пошкоджених (втрачених, забруднених) матеріально-технічних ресурсів у сумі надходження всіх видів ресурсів за контрактом; пошкоджених (втрачених, забруднених) матеріально-технічних ресурсів у загальному обсязі надходження ресурсів певного виду за контрактом.

Коефіцієнт синхронності постачання ($K_{СП}$) показує ступінь одночасності надходження до споживача від постачальника матеріальних потоків сировини, обладнання, комплектуючих, тощо протягом певного періоду та потрібних споживачу ресурсів для виконання виробничої програми [14, с. 139].

Значний вплив на ефективність доставки закуплених матеріально-технічних ресурсів при використанні власних транспортних засобів для транспортування вантажу має ступінь використання вантажопідйомності транспорту. Власний транспорт повинен бути заповнений цілком, оскільки в даному випадку транспортні витрати, пов'язані з

Таблиця 2. Показники ефективності договірної політики сільськогосподарських підприємств

Показник	Формула для розрахунку	Умовні позначення	Джерело
Питома вага кількості випадків порушення договірних зобов'язань у загальній кількості укладених угод ($Ч_{пн}$), %	$Ч_{пн} = N_{пн} / N_{уг} \cdot 100$	$N_{пн}$ – кількість випадків порушення договірних зобов'язань; $N_{уг}$ – кількість укладених угод.	[2, с. 83]
Питома вага кількості невиконаних угод у загальній кількості укладених угод ($Ч_{нв}$), %	$Ч_{нв} = N_{нв} / N_{уг} \cdot 100$	$N_{нв}$ – кількість невиконаних угод; $N_{уг}$ – кількість укладених угод.	[16, с. 93]
Питома вага мінімально можливої ціни закупки у середній ціні закупки матеріально-технічного ресурсу ($Ч_{мін}$), %	$Ч_{мін} = Ц_{мін} / \bar{Ц} \cdot 100$	$Ц_{мін}$ – мінімально можлива ціна одиниці матеріально-технічного ресурсу, грн; $\bar{Ц}$ – середня ціна одиниці матеріально-технічного ресурсу (розрахована як середня арифметична зважена) в загальному обсязі його закупки, грн.	[1, с. 145]
Коефіцієнт фактичної забезпеченості матеріально-технічними ресурсами ($К_3$), %	$К_3 = MTR_{ф} / MTR_{пл} \cdot 100$	$MTR_{ф}$ – фактично поставлені матеріально-технічні ресурси за період, грн; $MTR_{пл}$ – планова потреба в матеріально-технічних ресурсах за цей період, грн.	[8, с. 85]
Питома вага закупки із відстроченою платежу в загальному обсязі закупки ($Ч_{вп}$), %	$Ч_{вп} = \left(\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m V_{вп} / \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m V_{ij} \right) \cdot 100$	$V_{вп}$ – обсяги матеріально-технічних ресурсів і-го виду, закуплених у j-го постачальника з відстроченою платежу, грн; V_{ij} – обсяги матеріально-технічних ресурсів і-го виду, закуплених у j-го постачальника, грн; $i=1, \dots, n$ – кількість видів матеріально-технічних ресурсів; $j=1, \dots, m$ – кількість постачальників і-го виду матеріально-технічних ресурсів.	[1, с. 145]

Показник	Формула для розрахунку	Умовні позначення	Джерело
Питома вага якісних матеріально-технічних ресурсів у загальному обсязі їх поставок ($Ч_{жк}$), %	$Ч_{жк} = \left(\frac{\sum_{j=1}^n V_{акт.ж}}{\sum_{j=1}^n V_{г}} \right) \cdot 100$	$V_{акт.ж}$ – обсяги якісних матеріально-технічних ресурсів і-го виду, закуплених у j-го постачальника, грн.	[1, с. 146]
Питома вага суми, витраченої на закупівлю ресурсів через стратегічні зв'язки, в загальній сумі витрат на їх закупівлю ($ЧВ_{сз}$), %	$ЧВ_{сз} = \frac{V_{стр.зв.}}{V_{зак.}} \cdot 100$	$V_{стр.зв.}$ – сума, витрачена на закупівлю матеріально-технічних ресурсів через стратегічні зв'язки, грн. $V_{зак.}$ – загальна сума витрат на закупівлю матеріально-технічних ресурсів, грн.	[4]
Питома вага витрат на укладення договорів про поставання матеріально-технічних ресурсів у загальній сумі витрат підсистеми закупівель ($ЧВ_{д}$), %	$ЧВ_{д} = \frac{V_{д}}{V_{підс.зак.}} \cdot 100$	$V_{д}$ – витрати на укладення договорів про поставання матеріально-технічних ресурсів, грн. $V_{підс.зак.}$ – загальна сума витрат підсистеми закупівель, грн.	[16, с. 93]
Питома вага витрат на закупівлю матеріально-технічних ресурсів у виручці від реалізації продукції ($ЧВ_{зак}$), %	$ЧВ_{зак} = \frac{V_{зак.}}{ВР} \cdot 100$	$ВР$ – виручка від реалізації продукції, грн.	[4]
Питома вага економічної суми при закупівлі матеріально-технічних ресурсів у загальній сумі витрат на їх закупівлю ($Ч_e$), %	$Ч_e = \left(\frac{\sum_{i=1}^n E_i}{\sum_{i=1}^n B_{зак.i}} \right) \cdot 100$	E_i – економічна сума при закупівлі матеріально-технічних ресурсів і-го виду; $B_{зак.i}$ – загальна сума витрат на закупівлю матеріально-технічних ресурсів і-го виду, грн.	[9, с. 763]
Кількість укладених угод із розрахунку на одного спеціаліста відділу закупівель за певний період ($N_{уг./с}$)	$N_{уг./с} = \frac{N_{уг.}}{N_{сп.}}$	$N_{сп.}$ – середньописькова кількість спеціалістів відділу закупівель, осіб.	[2, с. 83]
Кількість активних постачальників із розрахунку на одного спеціаліста відділу закупівель ($N_{п/с}$)	$N_{п/с} = \frac{N_{акт.пост.}}{N_{сп.}}$	$N_{акт.пост.}$ – кількість активних постачальників (постачальників, на яких припадає 80 % суми, витраченої на закупівлю матеріально-технічних ресурсів).	[4]

Джерело: узагальнено автором

Таблиця 3. Показники ефективності доставки закуплених матеріально-технічних ресурсів у сільськогосподарських підприємствах

Показник	Формула для розрахунку	Умовні позначення	Джерело
Коефіцієнт поставки ($K_{сп}$)	$K_{сп} = \left(\frac{\sum_{i=1}^n V_{мр_{фi}}}{\sum_{i=1}^n V_{мр_{тi}}} \right) \cdot 100$	$V_{мр_{фi}}$ – вартість фактично поставлених матеріально-технічних ресурсів i-го виду за період, грн; $V_{мр_{тi}}$ – вартість закуплених матеріально-технічних ресурсів i-го виду згідно з контрактом за цей період, грн; $i=1, \dots, n$ – кількість видів матеріально-технічних ресурсів.	[2, с. 83]
Коефіцієнт синхронності постачання ($K_{спп}$)	$K_{спп} = \frac{V_{ГП_{\min}}}{V_{ГП_{\max}}}$	$V_{ГП_{\min}}$ – найменший відсоток виконання графіка поставок по всіх матеріальних потоках, що надходять у логістичну систему; $V_{ГП_{\max}}$ – найбільший відсоток виконання графіка поставок по всіх матеріальних потоках, що надходять у логістичну систему.	[5, с. 100; 9, с. 139]
Коефіцієнт статичного використання вантажо-підйомності ($K_{свв}$)	$K_{свв} = \frac{V_{ф}}{V_{\text{можл.}}}$	$V_{ф}$ – фактичний обсяг вантажу, що транспортується, т; $V_{\text{можл.}}$ – обсяг вантажу, що міг бути перевезений, т.	[13, с. 48; 17, с. 158]
Коефіцієнт динамічного використання вантажопідйомності ($K_{двв}$)	$K_{двв} = \frac{Q_{\text{трф}}}{Q_{\text{трможл.}}}$	$Q_{\text{трф}}$ – фактичні обсяги транспортної роботи, ткм; $Q_{\text{трможл.}}$ – можливі обсяги транспортної роботи, ткм.	[5, с. 99; 17, с. 158]
Комплексний показник виконання зобов'язань по поставках матеріально-технічних ресурсів ($K_{\text{компл.}}$)	$K_{\text{компл.}} = (1 - K_{\text{спп}}) \cdot K_{\text{свв}} \cdot K_{\text{двв}}$	$K_{\text{спп}}$ – коефіцієнт виконання зобов'язань по поставках у встановлені строки; $K_{\text{свв}}$ – коефіцієнт виконання зобов'язань по асортименту; $K_{\text{двв}}$ – коефіцієнт виконання зобов'язань по якості.	[14, с. 142]
Обсяги транспортних витрат на виконання одного умовного замовлення ($V_{\text{т/з}}$), грн	$V_{\text{т/з}} = \frac{B_{\text{т}}}{N_{\text{з}}}$	$B_{\text{т}}$ – транспортні витрати за період, грн; $N_{\text{з}}$ – кількість замовлень матеріально-технічних ресурсів за цей період.	[16, с. 96]

Показник	Формула для розрахунку	Умовні позначення	Джерело
Собівартість одного тонно-кілометра ($C_{т/км}$), грн/ткм	$C_{т/км} = V_t / Q_{тр}$	$Q_{тр}$ – обсяги транспортної роботи, виконаної під час доставки закуплених матеріально-технічних ресурсів за період, ткм.	[12, с. 76]
Питома вага транспортних витрат у структурі загальної суми витрат у підсистемі закупівель ($ЧВ_{т/с}$), %	$ЧВ_{т/с} = V_t / V_{підсист.зак.} \cdot 100$	$V_{підсист.зак.}$ – загальна сума витрат підсистеми закупівель, грн.	[16, с. 93]
Питома вага транспортних витрат у собівартості вироблених товарів ($ЧВ_{т/с}$), %	$ЧВ_{т/с} = V_t / C_{врт} \cdot 100$	$C_{врт}$ – собівартість вироблених товарів, грн.	[16, с. 96]
Рентабельність транспортних витрат ($P_{тв}$), %	$P_{тв} = \Pi_{рт} / V_t \cdot 100$	$\Pi_{рт}$ – прибуток від реалізації товарів, грн.	[2, с. 83]
Продуктивність праці водіїв автотранспорту під час доставки закуплених матеріально-технічних ресурсів ($\Pi_{пв}$), ткм/люд.-год	$\Pi_{пв} = Q_{тр} / 3П_{в}$	$3П_{в}$ – затрати праці водіїв автотранспорту на доставку закуплених матеріально-технічних ресурсів за період, люд.-год.	[16, с. 96]
Кількість тонно-кілометрів на один автомобіль під час доставки закуплених матеріально-технічних ресурсів ($\Pi_{а}$), ткм/автомобіль	$\Pi_{а} = Q_{тр} / N_{а}$	$N_{а}$ – кількість автомобілів, задіяних під час доставки закуплених матеріально-технічних ресурсів за період.	[12, с. 76]
Середнє квадратичне відхилення інтервалу поставки певного виду закуплених матеріально-технічних ресурсів (δ), днів	$\delta = \sqrt{\left(\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \right) / n}$	x_i та \bar{x} – відповідно, величина і-то інтервалу та середня величина інтервалу між поставками матеріально-технічних ресурсів, днів; $i=1, \dots, n$ – кількість інтервалів між поставками матеріально-технічних ресурсів за період.	[2, с. 83]
Коефіцієнт варіації інтервалу поставки певного виду закуплених матеріально-технічних ресурсів (V_{δ}), %	$V_{\delta} = \delta / \bar{x} \cdot 100$	δ – середнє квадратичне відхилення інтервалу поставки певного виду закуплених матеріально-технічних ресурсів, днів	[2, с. 83]
Коефіцієнт досконалих поставок ($K_{дп}$)	$K_{дп} = N_{дп} / N_{п} \cdot 100$	$N_{дп}$ – кількість досконалих поставок; $N_{п}$ – загальна кількість поставок матеріально-технічних ресурсів	[власна розробка]

Джерело: узагальнено автором

поповненням запасів, є фіксованими витратами. На обсяг вантажу, що може бути перевезений, значно впливає вантажопідйомність транспортних засобів, габарити вантажу, що перевозиться, характеристики використовуваної тари тощо.

Для оцінки ступеня використання вантажопідйомності транспорту під час доставки матеріально-технічних ресурсів розраховуються коефіцієнт статичного використання вантажопідйомності ($K_{\text{СВВ}}$) та коефіцієнт динамічного використання вантажопідйомності ($K_{\text{ДВВ}}$). Чим ближче до одиниці значення показників $K_{\text{СВВ}}$ та $K_{\text{ДВВ}}$, тим вищим є ступінь використання вантажопідйомності транспорту під час доставки матеріально-технічних ресурсів.

У визначенні комплексного показника виконання зобов'язань по поставках матеріально-технічних ресурсів ($K_{\text{компл}}$) В. Є. Ніколайчук та В. Г. Кузнєцов для узгодження проміжних коефіцієнтів пропонують враховувати лише ті матеріальні потоки, що надійшли вчасно, а частку матеріально-технічних ресурсів, які задовольняють вимоги якості, визначати лише по ресурсах, зарахованих до складу поставок із асортименту [14, с. 141].

Оцінюючи економічну ефективність логістичного управління закупівлями матеріально-технічних ресурсів, до транспортних витрат, із нашого погляду, варто включати лише ті, що стосуються доставки ресурсів. Зазначені витрати складаються з витрат на оплату тарифів і зборів транспортних організацій для переміщення матеріальних потоків; витрат на утримання власного транспорту, організацію й здійснення процесу транспортування закуплених матеріально-технічних ресурсів.

Для оцінки логістичного обслуговування споживачів використовується поняття «досконале замовлення», під яким розуміють доставку замовлених товарів у повному обсязі в потрібний час із належним чином оформленою документацією та в бездоганному стані [3, с. 603]. Досконале замовлення для продавця товарів, на наш погляд, буде досконалою поставкою для покупця. Тому, на нашу думку, варто визначати коефіцієнт досконалих поставок ($K_{\text{ДП}}$), щоб знати питому вагу досконалих поставок у загальній кількості поставок матеріально-технічних ресурсів.

Третя група показників економічної оцінки логістичного управління закупівлями матеріально-технічних ресурсів (табл. 4) дозволяє

Таблиця 4. Показники ефективності приймання, розміщення, зберігання та відправлення у виробництво закуплених матеріально-технічних ресурсів у сільськогосподарських підприємствах

Показник	Формула для розрахунку	Умовні позначення	Джерело
Питома вага витрат на приймання, розміщення, зберігання та відправлення у виробництво закуплених матеріально-технічних ресурсів у загальній сумі витрат підсистеми закупівель ($ЧВ_c$), %	$ЧВ_c = V_c / V_{\text{підс.зак.}} \cdot 100$	V_c – витрати на приймання, розміщення, зберігання та відправлення у виробництво закуплених матеріально-технічних ресурсів, грн; $V_{\text{підс.зак.}}$ – загальна сума витрат підсистеми закупівель, грн.	[16, с. 96–97]
Питома вага витрат на зберігання закуплених матеріально-технічних ресурсів у загальній сумі витрат підсистеми закупівель ($ЧВ_{36}$), %	$ЧВ_{36} = V_{36} / V_{\text{підс.зак.}} \cdot 100$	V_{36} – витрати на зберігання закуплених матеріально-технічних ресурсів, грн.	[16, с. 97]
Питома вага втрачених матеріально-технічних ресурсів під час їх приймання, розміщення, зберігання та відправлення у виробництво ($Ч_{\text{вм}}$), %	$Ч_{\text{вм}} = \left(\sum_{i=1}^n V_{\text{вм}i} / \sum_{i=1}^n V_{\text{в}i} \right) \cdot 100$	$V_{\text{вм}i}$ – обсяг втрачених матеріально-технічних ресурсів і-го виду під час їх приймання, розміщення, зберігання та відправлення у виробництво, грн; $V_{\text{в}i}$ – обсяг доставлених матеріально-технічних ресурсів і-го виду, грн; $i=1, \dots, n$ – кількість видів матеріально-технічних ресурсів.	[20, с. 314]
Питома вага пошкоджених матеріально-технічних ресурсів під час їх приймання, розміщення, зберігання та відправлення у виробництво ($Ч_{\text{пм}}$), %	$Ч_{\text{пм}} = \left(\sum_{i=1}^n V_{\text{пм}i} / \sum_{i=1}^n V_{\text{в}i} \right) \cdot 100$	$V_{\text{пм}i}$ – обсяг пошкоджених матеріально-технічних ресурсів і-го виду під час їх приймання, розміщення, зберігання та відправлення у виробництво, грн; $i=1, \dots, n$ – кількість видів матеріально-технічних ресурсів.	[6, с. 73]

Показник	Формула для розрахунку	Умовні позначення	Джерело
Питома вага забруднених матеріально-технічних ресурсів під час їх приймання, розміщення, зберігання та відправлення у виробництво ($Ч_{ЗМ}$), %	$Ч_{ЗМ} = \left(\sum_{i=1}^n V_{ЗМ_i} / \sum_{i=1}^n V_{М_i} \right) \cdot 100$	$V_{ЗМ}$ – обсяг забруднених матеріально-технічних ресурсів і-го виду під час їх приймання, розміщення, зберігання та відправлення у виробництво, грн; $i=1, \dots, n$ – кількість видів матеріально-технічних ресурсів.	[6, с. 73]
Питома вага втрачених, пошкоджених і забруднених матеріально-технічних під час їх приймання, розміщення, зберігання та відправлення у виробництво ($Ч_{ВПЗ}$), %	$Ч_{ВПЗ} = \left(\sum_{i=1}^n V_{ВПЗ_i} / \sum_{i=1}^n V_{М_i} \right) \cdot 100$	$V_{ВПЗ}$ – обсяг втрачених, пошкоджених і забруднених матеріально-технічних ресурсів і-го виду під час їх приймання, розміщення, зберігання та відправлення у виробництво, грн; $i=1, \dots, n$ – кількість видів матеріально-технічних ресурсів.	[6, с. 73]
Співвідношення запасів та вхідного матеріального потоку ($С_{З/МП}$)	$С_{З/МП} = (Z_{п.п} + Z_{к.п}) / (2 \cdot V_{М_н})$	$Z_{п.п}$, $Z_{к.п}$ – рівень запасів сировини й матеріалів на початок і кінець періоду, грн; $V_{М_н}$ – обсяг використаних сировини й матеріалів за цей період, грн.	[8, с. 86]
Оборотність запасів закуплених матеріально-технічних ресурсів (ОЗ), разів	$ОЗ = C_{РТ} / \bar{V}_3$	$C_{РТ}$ – собівартість реалізованих товарів за певний період, грн; \bar{V}_3 – середній обсяг запасів закуплених матеріально-технічних ресурсів за цей період, грн.	[15]
Період оборотання запасів закуплених матеріально-технічних ресурсів ($\Pi_{Об}$), днів	$\Pi_{Об} = (N_{дн} \cdot \bar{V}_3) / C_{РТ}$	$N_{дн}$ – кількість днів у періоді, дн.	[15]
Коефіцієнт нерівномірності вантажообороту складу по закупівельній діяльності ($K_{НВ}$)	$K_{НВ} = V_{\max} / \bar{V}$	V_{\max} – вантажооборот складу по закупівельній діяльності найбільш завантаженого місяця, т; \bar{V} – середньомісячний вантажооборот складу по закупівельній діяльності, т.	[6, с. 223; власна розробка]

Показник	Формула для розрахунку	Умовні позначення	Джерело
<p>Продуктивність праці працівників, зайнятих у прийманні та відправленні у виробництво закуплених матеріально-технічних ресурсів ($\Pi_{\text{пв}}$), т/люд.-год</p>	$\Pi_{\text{пв}} = V / 3\Pi_{\text{пв}}$	<p>V – вантажооборот складу по закупівельній діяльності за період, т; $3\Pi_{\text{пв}}$ – затрати праці працівників, зайнятих у прийманні й відправленні у виробництво придбаних матеріально-технічних ресурсів за цей період, люд.-год.</p>	<p>[власна розробка]</p>
<p>Показник зберігання ($\Pi_{\text{зб}}$), тонно-днів</p>	$\Pi_{\text{зб}} = \sum_{i=1}^n (V_{\text{СМР}i} \cdot N_{\text{дн},i})$	<p>$V_{\text{СМР}i}$ – розмір і-го обсягу певного виду матеріально-технічних ресурсів із закупленої партії, що відправлений у виробництво, т; $N_{\text{дн},i}$ – кількість днів зберігання і-го обсягу певного виду матеріально-технічних ресурсів із закупленої партії; $i=1, \dots, n$ – кількість разів відправлення у виробництво певного виду матеріально-технічних ресурсів із закупленої партії.</p>	<p>[6, с. 223; власна розробка]</p>
<p>Коефіцієнт раціональності розміщення закуплених матеріально-технічних ресурсів (K_p)</p>	$K_p = S_{\text{ф}} / S_{\text{min}}$	<p>$S_{\text{ф}}$ – фактично зайнята площа, відведена під зберігання придбаних матеріально-технічних ресурсів певного виду, м²; S_{min} – мінімально можлива площа, на якій можна розмістити даний обсяг певного виду матеріально-технічних ресурсів завдяки використанню прогресивних технологій розміщення, м².</p>	<p>[власна розробка]</p>

Джерело: узагальнено автором

визначити ефективність приймання, розміщення, зберігання та відправлення у виробництво закуплених ресурсів у сільськогосподарських підприємствах. Оскільки зазначені операції є складськими, то для оцінки раціональності їх здійснення нами модифіковано окремі показники ефективності роботи складу.

Так, якщо в логістиці складування загальний вантажооборот складу показує обсяги отриманих і відправлених вантажів за аналізований період [6, с. 223], то вантажооборот складу по закупівельній діяльності можна визначити як кількість прийнятих і відправлених у виробництво закуплених матеріально-технічних ресурсів за відповідний період.

Значення вантажообороту складу по закупівельній діяльності виступає проміжним показником для розрахунку опрацьованих нами коефіцієнта нерівномірності вантажообороту складу по закупівельній діяльності та продуктивності праці працівників, зайнятих у прийманні й відправленні у виробництво закуплених матеріально-технічних ресурсів (див. табл. 3).

Важливим при оцінці ефективності логістичного управління закупівлями матеріально-технічних ресурсів є показник зберігання, що розраховується як добуток обсягів вантажу в партії на кількість діб зберігання [6, с. 223]. Даний показник просто визначати за умови одноразового використання у виробництві всієї закупленої партії матеріально-технічних ресурсів. Однак більшість придбаних ресурсів надходять у виробництво поступово. Тому, на нашу думку, доцільніше визначати показник зберігання ($\Pi_{зб}$) як суму добутоків окремих обсягів спожитих матеріально-технічних ресурсів певного виду із закупленої партії на кількість діб їхнього зберігання.

Для оцінювання економічності використання площі складу, відведеної під зберігання придбаних ресурсів, доцільно розраховувати коефіцієнт раціональності розміщення закуплених матеріально-технічних ресурсів (K_p), що показує, у скільки разів можна зменшити площі складів для зберігання придбаних матеріально-технічних ресурсів певного виду за умови впровадження прогресивних технологій їх розміщення.

Для визначення оборотності запасів закуплених матеріально-технічних ресурсів (ОЗ) зустрічається також й інша формула, в чисельнику якої замість значення собівартості реалізованих товарів береться

значення виручки від реалізації товарів. Можна погодитися з думкою Ю. Пінчука [15], що доцільніше використовувати значення собівартості, оскільки таким чином чисельник і знаменник дробу представлені в співставних цінах без торговельної націнки.

Четверта група показників, що характеризує ефективність підсистеми закупівельної логістики в логістичній системі сільськогосподарського підприємства, подана в табл. 5.

Таблиця 5. Показники, що характеризують ефективність підсистеми закупівельної логістики в логістичній системі сільськогосподарського підприємства

Показник	Формула для розрахунку	Умовні позначення	Джерело
Надійність одноканальної заготівельної підсистеми (H_{OC})	$H_{OC} = \prod_{i=1}^n (1 - P_{відм}^i(t))$	$P_{відм}^i(t)$ – ймовірність відмови з боку i -го постачальника (встановлюється зі статистичних даних на основі кількості відмов у задоволенні заявки на придбання матеріально-технічних ресурсів); $i=1, \dots, n$ – кількість постачальників.	[14, с. 142]
Надійність багатоканальної заготівельної підсистеми (H_{BC})	$H_{BC} = 1 - \prod_{i=1}^n (1 - P_i)$	P_i – надійність i -го постачальника (встановлюється із статистичних даних на основі кількості відмов у задоволенні заявки на придбання матеріально-технічних ресурсів); $i=1, \dots, n$ – кількість постачальників.	[14, с. 142]
Питома вага витрат підсистеми закупівель у собівартості вироблених товарів ($ЧВ_{з/с}$)	$ЧВ_{з/с} = \frac{V_{підс.зак.}}{C_{вт}}$	$V_{підс.зак.}$ – загальна сума витрат підсистеми закупівель, грн; $C_{вт}$ – собівартість вироблених товарів, грн.	[16, с. 96]
Коефіцієнт окупності витрат підсистеми закупівель ($K_{ОВЗ}$)	$K_{ОВЗ} = \frac{ВР}{V_{підс.зак.}}$	$ВР$ – виручка від реалізації продукції, грн.	[власна розробка]

Джерело: узагальнено автором

Опрацьований нами коефіцієнт окупності витрат підсистеми закупівель ($K_{ОВЗ}$) показує значення обсягу реалізації, яке припадає на одну гривню витрат підсистеми закупівель.

Важливе місце серед завдань, які повинна виконувати система показників економічної ефективності логістичного управління закупівлями матеріально-технічних ресурсів, посідає забезпечення взаємозв'язку між ефективністю логістичного управління закупівлями ресурсів і чинниками, що впливають на неї.

У методичному аспекті важливо відібрати чинники, які найповніше формують економічну ефективність логістичного управління закупівлями матеріально-технічних ресурсів підприємства, встановити міру їх впливу на показники ефективності логістичного управління закупівлями ресурсів, вивчити взаємодію між окремими чинниками.

Для систематизації основних чинників, що впливають на рівень і характеризують зміну ефективності логістичного управління закупівлями матеріально-технічних ресурсів нами використано розроблену в Японії модель «риб'ячий кістяк». Для побудови зазначеної схеми чинники ранжувалися за значимістю (ближче до мети розміщувався більш значимий чинник), причому кожен чинник (кістка) розбитий на більш деталізовані схеми (кістки).

Ефективність логістичного управління закупівлями матеріально-технічних ресурсів у сільськогосподарських підприємствах, на наш погляд, формують чотири головні групи чинників (великі кістки):

- 1) рівень організації доставки матеріально-технічних ресурсів;
- 2) ефективність договірної політики;
- 3) ефективність складування закуплених матеріально-технічних ресурсів;
- 4) кадровий потенціал служби логістики (рис. 2).

Кожну з груп первинних чинників, у свою чергу, поділено на вторинні чинники (середні кістки) й третинні чинники (дрібні кістки).

Таким чином, з'ясування необхідності оцінювання економічної ефективності функціонування підсистеми логістики закупівель у цілому, а також виконання нею окремих логістичних функцій (закупівель матеріально-технічних ресурсів, їх доставки та складування), дало змогу дійти висновку, що показники економічної ефективності

логістичного управління закупівлями сільськогосподарських підприємств слід угруповувати за блоками: ефективність договірної політики (12 показників); ефективність доставки (15 показників, у тому числі запропонований показник досконалих поставок); ефективність складування (приймання, розміщення, зберігання та відправлення у виробництво) придбаних ресурсів (13 показників, зокрема, запропонований показник раціональності розміщення закуплених матеріально-технічних ресурсів); ефективність підсистеми закупівельної логістики в логістичній системі підприємства (чотири показники, у тому числі запропонований показник окупності витрат підсистеми закупівель).

На підставі систематизації, структуризації та ранжування за ступенем важливості чинників, що впливають на логістичне управління закупівлями, розроблено діаграму причинно-наслідкового зв'язку між ефективністю логістичного управління закупівлями матеріально-технічних ресурсів та ефективністю договірної політики, рівнем доставки матеріально-технічних ресурсів, ефективністю складування закуплених матеріально-технічних ресурсів, рівнем кадрового потенціалу служби логістики. Використання методу «риб'ячий кістяк» (причинно-наслідкової діаграми) за логістичного управління закупівлями матеріально-технічних ресурсів у сільськогосподарських підприємствах зумовлює необхідність реалізації наступних підходів: 1) поліпшення організації доставки матеріально-технічних ресурсів за рахунок економічності доставки, зростання ефективності та якості доставки; 2) зростання ефективності договірної політики через досягнення її економічності, підвищення її якості, результативності зазначеної політики з урахуванням чинників спроможності управління закупівлями матеріально-технічних ресурсів; 3) зростання ефективності складування закуплених матеріально-технічних ресурсів за рахунок належного забезпечення складськими площами, належної якості зберігання ресурсів, економічності складування та ефективності приймання (розміщення, відправлення у виробництво) придбаних матеріально-технічних ресурсів; 4) покращання кадрового потенціалу служби логістики завдяки належному набору, підбору, навчанню персоналу, управлінню його розвитком, високому рівню задоволення потреб працівників логістичної служби.

Література

1. Бажин И. И. Проектно-логистическое управление ресурсным обеспечением : [монография] / И. И. Бажин, В. В. Сысоев. – Нижний Новгород : Гладкова О. В., 2005. – 222 с.
2. Балабанова Л. В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, А. М. Германчук. – К. : Професіонал, 2004. – 288 с.
3. Бауэрсокс Д. Д. Логистика: интегрированная цепь поставок / Бауэрсокс Д. Д., Клосс Д. Д. ; пер. с англ. Н. Н. Барышникова, Б. С. Пинскер. – 2-е изд. – М. : Олимп-Бизнес, 2005. – 640 с.
4. Белов Л. Б. Использование системы сбалансированных показателей для оценки эффективности логистики снабжения / Л. Б. Белов // Логистика и управление цепями поставок. – 2004. – № 4–5 (5). – С. 50–58.
5. Белякова Г. Я. Формирование региональной логистической системы : монография / Г. Я. Белякова, Е. В. Белякова ; Сибирский гос. технолог. ун-т. – Красноярск : СибГТУ, 2001. – 128 с.
6. Волгин В. В. Логистика хранения товаров : практ. пособ. / В. В. Волгин. – М. : Дашков и К°, 2008. – 368 с.
7. Глогусь О. В. Розрахунок потреби як основа економічної ефективності логістики постачання / О. В. Глогусь // Матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. [«Маркетинг та логістика в системі менеджменту»], (Львів, 22–24 жовт. 1998 р.). – Львів : Львівська Політехніка, 1998. – С. 115–116.
8. Євсєєва Г. В. Формування логістичної системи на підприємствах легкої промисловості : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Євсєєва Галина Володимирівна. – К., 2007. – 184 с.
9. Лайсонс К. Управление закупочной деятельностью и цепью поставок : пер. с 6-го англ. изд. / К. Лайсонс, М. Джиллингем ; [ред. И. В. Башнина]. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 798 с.
10. Ларина Р. Р. Справочно-информационное пособие [Текст] : Логистика. Маркетинг. Таможенное дело / Р. Р. Ларина [и др.] ; общ. науч. ред. В. Н. Амитан ; Донецкая гос. академия управления. – Донецк : ВИК, 2003. – 324 с.
11. Логистика : учеб. пособ. для вузов / Под ред. Б. А. Аникина. – М. : Инфра-М, 1999. – 326 с.
12. Мацибора В. І. Економіка сільського господарства : підруч. / В. І. Мацибора. – К. : Вища школа, 1994. – 415 с.
13. Никифоров В. В. Логистика. Транспорт и склад в цепи поставок : пособ. / В. В. Никифоров. – М. : ГроссМедиа, 2008. – 190 с.

14. Николайчук В. Е. Логистика: теория и практика управления : учеб. пособ. / В. Е. Николайчук, В. Г. Кузнецов. – Донецк : Норд-Пресс, 2006. – 540 с.
15. Пинчук Ю. Управление запасами на основе показателей оборачиваемости [Электронный ресурс] / Ю. Пинчук // Финансовый директор. – 2008. – № 2. – Режим доступа до статті : <http://www.intalev.ua/library/articles/article.php?ID=25955>. – Назва з екрана. – Доступно на 20.12.2017.
16. Промышленная логистика: Логистико-ориентированое управление организационно-экономической устойчивостью промышленных предприятий в рыночной среде / Под ред. А. А. Колобова. – М. : Изд. МГТУ им. Н. С. Баумана, 1997. – 204 с.
17. Смирнов І. Г. Транспортна логістика : навч. посіб. / І. Г. Смирнов, Т. В. Косарева. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 224 с.
18. Управління персоналом : навч. посіб. / М. Д. Виноградський, С. В. Беляєва, А. М. Виноградська, О. М. Шкапова. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 504 с.
19. Щолокова Т. В. Формування логістичної системи металургійного підприємства : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Щолокова Тетяна Вадимівна. – Луганськ, 2007. – 315 с.
20. Эффективность логистического управления : учеб. / [Л. Б. Миротин, В. В. Зырянов, К. В. Инютина и др.] ; под ред. Л. Б. Миротина. – М. : Экзамен, 2004. – 448 с.

РОЗДІЛ 25

ЗАСАДИ ТА МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

*к.е.н.,
доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної
та інноваційної діяльності,
Одеський національний політехнічний університет
Продіус Ю.І.*

*к.е.н., доцент,
Одеський державний екологічний університет
Ізотов С.О.*

Сучасні перспективи економічного розвитку України пов'язуються з високотехнологічними й конкурентоспроможними підприємствами, господарська діяльність яких створювала б синергетичний ефект із національною економічною системою. Такий ефект можливий лише за наявності інноваційної політики підприємств, які складають основу конкурентоздатності національної економіки.

Інноваційна політика підприємств формується на основі обраної ними стратегії розвитку загалом, яка у свою чергу визначається їх економічним потенціалом і місцем на ринку.

О.М. Скібіцький вважає, що інноваційна політика – складний, не позбавлений ризику процес, проходження якого визначається багатьма передумовами: технічними, фінансовими, економічними, соціальними. Інноваційна політика об'єднує науку, техніку, підприємництво, економіку і управління. Вона обходить все соціально-економічне середовище, включаючи виробництво, банки, науково-технічні кадри, рівень науково-технічної грамотності населення, і є, в принципі, сукупністю заходів, зв'язаних з просуванням нової, або вдосконаленої продукції на ринок збуту [1, с. 367].

І.А. Тульпа, О.М. Сумець вважають, що інноваційна політика – це сукупність науково-технічних, виробничих, управлінських, фінансово-

побутових та інших заходів, пов'язаних з просуванням нової або поліпшеної продукції на ринок збуту. Таким чином, інноваційна політика є більш поширеним явищем, ніж науково-технічна, яка традиційно зводиться до вибору пріоритетів у науці та техніці [2, с. 188].

Дудар Т.Г., Мельниченко В.В. вважають, що інноваційна політика організації – форма стратегічного управління, яка визначає цілі та умови здійснення інноваційної діяльності організації, спрямованої на забезпечення її конкурентоспроможності та оптимальне використання наявного виробничого та інтелектуального потенціалу. Інноваційна політика характеризує ставлення керівництва до інноваційної діяльності, визначає її цілі, напрями, функції та організаційні форми. Вона регламентує взаємодію науково-технічної, маркетингової, виробничої, економічної діяльності у процесі реалізації нововведень [3, с. 113]. Управління цією взаємодією слід здійснювати на основі певних норм і правил, які охоплюють: організаційні, правові та інші процедури, що визначають порядок формування інноваційної політики; розвиток функціональних напрямів діяльності підприємства; механізм реалізації програми інноваційної діяльності; методичні засади оцінювання ефективності інноваційної діяльності; механізм коригування напрямів інноваційної діяльності.

В.О. Василенко, В.Г. Шматько підкреслюють, що головне в інноваційній політиці організації – формулювання основної мети розробки інновації, визначення терміну її проведення, оцінка результатів у вигляді конкретних практичних цілей, скорочення термінів впровадження нової продукції. Складові інноваційної політики це: попит на інновації, створення нової продукції, розроблення нової технології, структурні зміни [4, с. 46]. Здійснення інноваційної політики в цілому допускає:

- розробку планів і програм інноваційної діяльності;
- спостереження за ходом розробки інновації і її впровадженням;
- розгляд проектів розробки інновації;
- проведення єдиної інноваційної політики;
- координацію інноваційної діяльності у функціональних і виробничих підрозділах;
- забезпечення фінансовими і матеріально-технічними ресурсами;
- забезпечення розробки інновації кваліфікованими кадрами;

– створення тимчасових цільових груп для комплексного вирішення інноваційних проблем – від мети до впровадження інновації.

В.В.Стадник, М.А.Йохна вважають, що інноваційна політика організації – форма стратегічного управління, яка визначає цілі та умови здійснення інноваційної діяльності організації, спрямованої на забезпечення її конкурентоспроможності та оптимальне використання наявного виробничого та інтелектуального потенціалу [5, с. 213].

Складовими інноваційної політики вважають маркетингову політику, політику у галузі науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), політику структурних змін, технічну політику, інвестиційну політику. Усі складові інноваційної політики взаємопов'язані, і кожна з них може ініціювати певні інновації.

Мединський В. Г. підкреслює, що інноваційна політика підприємства являє собою визначення керівництвом підприємства і його науково-технічними підрозділами мети інноваційної стратегії і механізмів підтримки пріоритетних інноваційних програм і проектів підприємства [7, с. 50].

Цигилик І.І., Крпельницька С.О., Мозіль О.І., Ткачук І.Г. вважають, що зміст інноваційної політики підприємства полягає у вивченні, прийнятті та реалізації рішень стосовно розробки і впровадження у виробничу практику нововведень: нової технології, техніки, організаційних форм управління і методів господарювання [8, с. 24].

Волков О.І., Денисенко М.П., Гречан А.П. підкреслюють, що інноваційна політика є складовою частиною політики підприємства, що регламентує порядок його господарської діяльності, і направлена на визначення підходів до управління інноваційною діяльністю підприємства, розробку правил, норм і методів цієї діяльності [9, с. 272]. Інноваційна політика (конкретні стратегічні напрями технічного розвитку підприємства) може здійснюватись в таких напрямках: поліпшення якості продукції, забезпечення конкурентоспроможності продукції на світовому і вітчизняному ринках; впровадження ресурсозберігаючих технологій; поліпшення загальних умов праці; скорочення витрат ручної праці; екологізація виробництва в межах сучасних вимог до охорони навколишнього середовища [11, с. 171].

Махницька Є. вважає, що інноваційну політику підприємства можна розглядати як форму стратегічного управління, яка визначає

цілі і умови здійснення інноваційної діяльності підприємства, що направлені на забезпечення його конкурентоспроможності і найбільш повне використання наявного потенціалу [10, с. 111].

Продіус І.П., Владимірова Т.О., Діневич В.Г. підкреслюють, що інноваційна політика підприємства – це визначення керівництвом підприємства та його науково-технічними підрозділами цілей інноваційної стратегії і механізму підтримки пріоритетних інноваційних програм і проектів підприємства [11, с. 134].

В результаті проведеного аналізу визначень різних авторів та з урахуванням власного бачення щодо узагальнене визначення категорії «інноваційна політика підприємства», можна зробити висновок, що – це система технічних, технологічних, правових, економічних, фінансових заходів, спрямованих на підвищення технічного рівня виробництва з метою формування інноваційного клімату підприємства та випуску і реалізації конкурентоспроможної продукції, яка реалізується керівництвом підприємства, його науково-технічними та інноваційним підрозділами. Тому обов'язковим є знання складових інноваційної політики, підходів до її формування, факторів впливу.

Підприємства, які розробляють стратегію масштабного виробництва й освоєння багатьох ринків, відповідно проводять інноваційну політику для збереження завойованих позицій і їх поширення. Підприємства, які орієнтуються на нішеву і місцеву стратегію, не лише проводитимуть інноваційну політику збереження за собою освоєної ринкової ніші, але й шукатимуть відповідних інноваційних можливостей вибратися з ніші і створити свій стабільний сегмент ринку. Підприємства, які орієнтуються на запровадження найновіших видів товарів і технологій, проводитимуть політику постійного оновлення капіталу, праці, продукції, технологій, організації виробництва з метою утвердження на ринку і забезпечення відповідної економічної вигоди. Причинами введення інновацій є:

– прибуток підприємства має тенденцію до зниження, тоді за рахунок введення інновації підприємство розраховує стабілізувати (реанімувати) прибуток;

– прибуток підприємства незмінний або можливе зростання – підприємство приймає рішення про збільшення існуючого прибутку за рахунок введення інновації.

Усе це свідчить про те, що кожне підприємство, залежно від його потенціалу і позицій на ринку, буде прагнути розвиватися на такій інноваційній основі, яка забезпечуватиме зростання його конкурентоспроможності і завоювання міцних позицій на ринку. Вершиною цього розвитку буде проведення стратегії та політики масштабного виробництва з ознаками монополії. Прагнення до монополії є природним явищем підприємств в умовах ринкової економіки. Воно стимулює інноваційний процес, продуктивність та ефективність праці і капіталу, якість у конкурентоспроможність товару.

Інноваційна політика передбачає об'єднання мети технічної політики й політики капіталовкладень держави і підприємств та спрямована на впровадження нових технологій і видів продукції.

Розробка інноваційної політики підприємства передбачає визначення мети і стратегій його розвитку на найближчу й подальшу перспективу, виходячи з оцінки потенційних можливостей підприємства і забезпеченості його відповідними ресурсами. Залежно від кон'юнктури підприємство обирає стратегію наступальну, оборонну, авангардну чи імітаційну.

Типовими напрямками обґрунтування інновацій для підприємств з різною стратегією є:

- формування інноваційного мислення персоналу, тобто, людський чинник: саме творчий потенціал, здатність створювати, освоювати та експлуатувати інноваційні ресурси, властиві зайнятій людині; персонал повинен володіти високим рівнем загальної освіти, професійної підготовки, задатками для творчості;

- розвиток підприємництва і підприємства на інноваційній основі: персонал повинен бути максимально сприйнятливий до нововведень, зміни поведінки щодо вимог нововведень, перепідготовки, підвищення кваліфікації;

- створення ефективного фінансово-економічного механізму діяльності підприємства і відносин із партнерами в інноваційному процесі: інновації повинні забезпечити продуктивну інтенсивну функцію праці й капіталу, за якої індекс зростання інноваційних інвестицій буде менший від індексу валового випуску продукції за умов упровадження інновацій;

- удосконалення або створення інноваційного товару, який є або може бути предметом потенційного попиту: інноваційним товаром

може бути споживча продукція, технологія її виробництва, технічні засоби забезпечення виробництва, організація праці, фінансів тощо;

– добір і запровадження у виробництво нових технічних засобів, технологій переробки, схем руху сировини, матеріалів, використання матеріальних та енергетичних ресурсів, систем управління і маркетингу: цей напрям інноваційної політики є завершальним і виражає результат інноваційного мислення персоналу та матеріалізації інноваційних ідей, які реалізує підприємство у своїй інноваційній політиці.

Методологія обґрунтування інновацій передбачає два підходи: по-перше, активізацію інноваційної ініціативи фірм-творців; по-друге, вивчення пропозицій щодо інновацій з боку фірм-користувачів.

Як перший, так і другий підходи важливі, оскільки вони доповнюють один одного та розширюють діапазон інноваційних рішень. Досвід доводить, що в інноваційному процесі є значна частка ризику. Але це не повинно зупиняти фірми, які хочуть мати певні конкурентні переваги. Вони повинні ризикувати, впроваджувати новітні досягнення науки, нову продукцію і технологію, нову систему управління працею і виробництвом.

Для здійснення безперервних інновацій підприємство мусить забезпечувати відповідні передумови їх реалізації:

по-перше, подолати страх персоналу перед ризиком, який під час здійснення різних інновацій є різний: великим ризиком можуть відзначатися інновації принципово нових досягнень науки і техніки, що докорінно змінюють техніко-технологічну основу виробництва, управління; вони потребують зміни способу мислення і швидкої адаптації персоналу до нових схем виробництва, що сприятливо впливає на продуктивну функцію праці і капіталу; меншим ризиком відзначається часткова модернізація устаткування, технології виробництва, оновлення продукції, зниження затрат виробництва, підвищення матеріальної зацікавленості тощо;

по-друге, лібералізація в ухваленні інноваційних рішень, відсутність формалізації і регламентації в системі управлінських рішень, бюрократичних перешкод на шляху інновацій, здатність організаційних структур управління гнучко перебудовуватися до нових завдань та умов діяльності; посилення ролі кожної управлінської структури в інноваційному процесі, зміцнення їх взаємозв'язку і взаємодії під-

вищує загальний інноваційний потенціал та інноваційний клімат на підприємстві;

по-третє, підвищення рівня сприйнятливості до інновацій, від якого залежать інтенсивність та обсяги нововведень; рівень інноваційної сприйнятливості пов'язаний із підвищенням творчого потенціалу персоналу, запровадженням економічного механізму стимулювання інновацій, зростанням рівня конкурентоспроможності товару, здійсненням великосерійного і масового типів виробництва, зростанням попиту на продукцію та обсягів її реалізації тощо.

Створення інноваційного клімату на підприємстві важливе не лише для впровадження техніко-технологічних, організаційних та економічних інновацій, але й для адекватних змін у діючих формах і методах управління. Тобто мова йде про необхідність безперервності управлінських інновацій, які стають важливою умовою підвищення ефективності діяльності підприємства.

Таким чином, сучасна система інновацій охоплює: нову продукцію; нову технологію; нові форми і методи управління. Цільовою новацією є нова продукція, оскільки:

- по-перше, вона є надійним засобом забезпечення переваг перед конкурентами;
- по-друге, вона дає можливість встановлення вигідних цін на ринку;
- по-третє, вона сприяє розширенню ринку на свою користь.

Сприятливий інноваційний клімат має важливе значення для співвідношення показників ефективності виробництва нової продукції, зокрема маси прибутку і норми прибутку. Відомо, що норма прибутку (відношення одиниці прибутку до ціни реалізації одиниці продукції) має тенденцію до зниження. Зростання випуску і реалізації продукції забезпечує зростання маси прибутку, що значно компенсує певні втрати через зниження норми прибутку. Тому для досягнення кращих економічних показників необхідно здійснювати інновації у систему маркетингу та управління загалом.

Інноваційна політика підприємства передбачає [9, с. 282]:

- розробку поточних і перспективних програм науково-технічного розвитку виробництва;
- розробку проектів відновлення продукції відповідно до вимог ринку;

- контроль і своєчасне коригування впровадження зазначених програм і проектів;
- проведення єдиної інноваційної політики на основі координації діяльності всіх структурних підрозділів підприємства;
- матеріальне і фінансове забезпечення інноваційних програм;
- своєчасну підготовку і перепідготовку виробничого персоналу;
- комплексне розв'язання проблем, пов'язаних із реалізацією інноваційного циклу.

В свою чергу кадрове забезпечення інноваційної діяльності на сьогодні неможливе без підготовки інноваційних менеджерів, які б відповідали наступним вимогам: 1) ініціативність, самостійність, ерудиція, фантазія; 2) глибокі економічні знання, включаючи і сферу загального менеджменту; 3) певний рівень інженерних знань; 4) психологічна культура ; 5) широкий кругозір; 6) креативність, винахідливість,спритність; 7) постійне прагнення до освоєння нових знань; 8) вміння переконувати і відстоювати свою точку зору; 9) лідерські якості та організаторські здібності; 10) вміння згуртувати команду навколо ідей і надихнути на блискучий результат.

Менеджер інноваційної діяльності повинен працювати за наступними напрямками:

- вивчити і володіти сферою діяльності організації, яка входить в зону його відповідальності;
- знати прогнози і перспективи розвитку галузі;
- досліджувати сфери і форми можливого використання наукових результатів;
- знати стан ринку товарів-аналогів, тенденції його розвитку;
- знати стан і перспективи розвитку потенційних споживачів інновацій, що розроблюються підприємством;
- постійно піклуватися про налагодження контактів з інвесторами;
- вчитися переконувати інвестора у реальній конкурентоспроможності проекту.

Успішні інноваційні менеджери володіють здібностями вченого-дослідника, традиційного менеджера і кваліфікованого економіста.

Слід зазначити, що для здійснення безперервного інноваційного процесу підприємство мусить проводити різносторонньо спрямовану політику нововведень. Річ у тому, що інновації є результатом комп-

лексу заходів наукового, організаційного, економічного, фінансового, технічного та іншого спрямування (рис. 1).

Ці заходи дають потрібний результат, якщо їх запровадження буде відповідати логіці інноваційного процесу. Такі заходи є взаємозумовлені, і інноваційний процес потребує їх вчасної реалізації. Тому інноваційна політика підприємства повинна охоплювати:

– по-перше, обґрунтування і розробку планів та програми інноваційної діяльності, визначення пріоритетів та економічних розрахунків щодо діяльності нововведень;

– по-друге, проведення спостереження, коректування на етапі розробки, перевірки, апробації, інновації та її впровадження у виробництво;

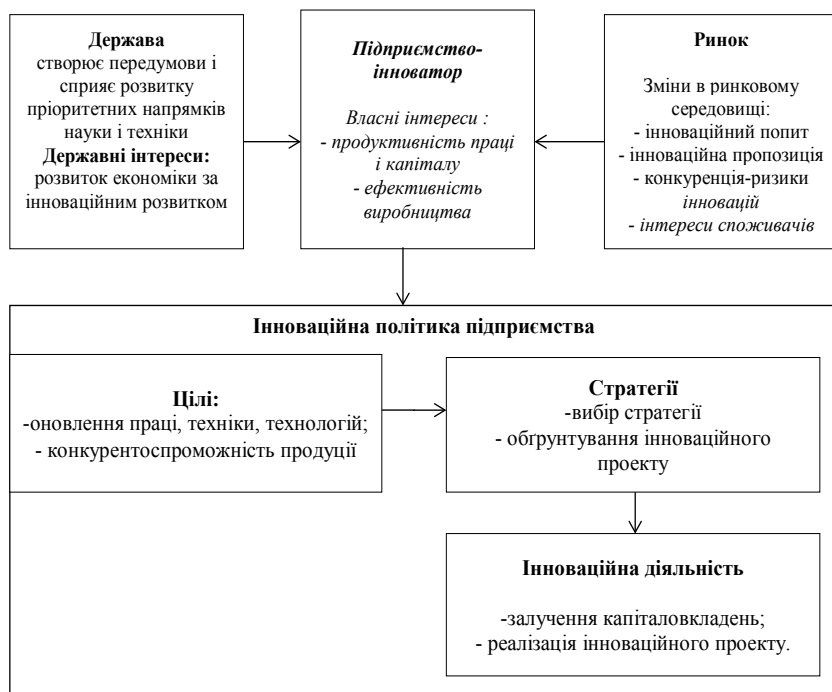


Рис. 1. Складові елементи інноваційної політики підприємства [9]

– по-третє, розробку заходів формування концепції інноваційного мислення персоналу, розгляд проектів розробки інновацій, прийнятності для підприємства;

– по-четверте, формування концепції і проведення єдиної інноваційної політики, координацію інноваційної діяльності у всіх структурних підрозділах підприємства;

– по-п'яте, забезпечення інноваційної діяльності фінансовими, кадровими, матеріально-технічними ресурсами, створення економічних передумов стимулювання інновацій, збудження інноваційної ініціативи, створення ініціативних груп для комплексного вирішення інноваційних планових завдань.

Інноваційна політика є складним соціально-економічним процесом. Кожна зі складових інноваційної політики має свої особливості щодо логіки та організації інноваційного процесу загалом, який охоплює:

- вибір варіантів інноваційного розвитку;
- визначення обсягів інвестицій для фінансування інновацій;
- формування структури інноваційних ресурсів;
- оцінка ефективності інвестування інновацій.

Цілі інноваційної політики передбачають створення передумов для реального інноваційного прогнозування, виявлення напрямів інноваційної діяльності підприємства, розробку інноваційних планів, визначення джерел і форм фінансування інновацій, обґрунтування заходів зведення до мінімуму ризику, пов'язаного із впровадженням інновацій; на цьому етапі формування інноваційної політики підприємство визначає основні контури майбутніх інновацій і джерела їх реалізації.

Напрями інноваційної політики формуються на основі обґрунтованих інноваційних прогнозів, пріоритетів розвитку підприємства і мобілізованих фінансових ресурсів; пріоритетним для підприємств є оновлення продукції або покращення якості старої, якщо вони підвищать рівень конкурентоспроможності підприємства; оновлення продукції вимагає новітніх технічних засобів, технологій переробки сировини, напівфабрикатів, що логічно є наступним кроком організації інноваційного процесу; нова продукція, технічні засоби і технологія вимагають, по-перше, нового економічного механізму виробництва продукції стимулювання праці, по-друге нових організаційних форм, перестановок, взаємозв'язків суміжних структур-

них підрозділів підприємства; реалізація нововведень потребуватиме вирішення ряду соціальних питань, зокрема створення інноваційно-психологічного клімату на підприємстві, перепідготовки і підвищення кваліфікації персоналу, заходів адаптації праці персоналу у нових умовах тощо.

Принципи інноваційної політики впливають із цілей та напрямів інноваційної політики, а їх дотримання має на меті забезпечити неперервність і змістовність інноваційного процесу загалом; перш за все принципом інноваційної політики підприємства повинна стати «цільова орієнтація інноваційної діяльності», тобто дотримання обґрунтованих цілей, заходів і напрямів нововведень; іншим принципом повинна стати «комплексність інноваційного процесу», який передбачає гармонізацію заходів, ресурсів, структурних зрушень для реалізації інноваційних задумів; ще одним і важливим принципом є «адаптивність нововведень і персоналу», тобто новації повинні бути сприйнятливими для структури підприємства, а персонал – не відчувати новацій від підприємства і себе від інновацій.

Організація інноваційної політики є завершальним або результативним показником інноваційного мислення персоналу і його спроможності здійснити потрібні підприємству нововведення. Вона охоплює декілька важливих організаційних фаз:

- по-перше, здійснення систематизації інноваційних ідей: надходить збір інформації про нові технології, види продукції, технічні засоби, організацію виробництва і праці, яка надходить із власних структурних підрозділів та інформаційних центрів; збір інформації про потенційні можливості підприємства щодо освоєння нововведень, обґрунтування ступеня ризику, перспектив ринку нової продукції;

- по-друге, виявлення і добір сприйнятливих ідей для підприємства: визначення можливостей і практичної реалізації новацій, з'ясування ступеня технологічної спільності нових та старих виробів, відповідність інновації стратегії розвитку;

- по-третє, обґрунтування економічної ефективності інновацій: створення конкретного інноваційного проекту, визначення його основних техніко-економічних характеристик та параметрів якості, розрахунок реальних інноваційних капіталовкладень, мобілізація грошових, матеріальних ресурсів та праці, визначення термінів

упровадження інновацій розрахунок рентабельності (прибутковості) унаслідок впровадження нововведень;

– по-четверте, створення інноваційної програми: сюди входять складання загальної для підприємства і конкретної для його структурних підрозділів програми інновацій із визначенням обов'язків та термінів виконання; завершальним етапом є розробка самої інновації і проведення необхідних тестів на її безпечність, екологічність тощо;

– по-п'яте, ухвалення рішення про інновації: ряд питань, які відображають комерційне обґрунтування інновацій, прибутковість інновацій, рівень задоволення попиту і потреб в інновації, шляхи і методи реалізації інновацій, виробничі можливості організації, потужностей, ресурсів, кадрів, фінансів, обсяг інноваційних капіталовкладень і джерела їх забезпечення, очікувана прибутковість (збитковість), відповідність державним нормам і стандартам, патентна захищеність інновацій.

Інноваційно-орієнтована діяльність підприємства передбачає не тільки підготовку виробництва і комерціалізацію якісно нових виробів, але і отримання додаткового продукту від реалізації продукції, яка є оригінальною на ринку. При цьому додатковий дохід буде збільшуватися, якщо підприємство буде намагатися випускати на ринок такі вироби, які задовольняють не тільки поточним, але і потенціальним вимогам споживачів. Тому в умовах глобалізації економіки і жорстокої конкуренції важливо визначити і поставити на ринок товар в ті строки, які виявлені за результатами дослідження ринку. Саме наявність чіткої системи організаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства набуває центрального значення. Справа в тому, що організаційні фактори не потребують великих фінансових коштів, але отриманий ефект від їх удосконалення буває досить суттєвим [6, с. 80].

З метою ефективного управління інноваційною діяльністю підприємства доцільно застосування блочного підходу. Основними блоками цього підходу є: постановка цілей і задач інноваційної діяльності виробництва; формування інноваційної стратегії підприємства; довгострокове інноваційне прогнозування; виділення фондів і ресурсів на інноваційну діяльність підприємства; розробка стратегічних планів інноваційної діяльності підприємства.

Так, наприклад, на багатьох підприємствах згідно з організаційною структурою управління, проблемами, які пов'язані з інноваційною

діяльністю, займаються технічний директор, директор з якості, директор з економіки і фінансів, але навіть в структурі їх підпорядкування відсутні спеціалізовані відділи, які відповідають безпосередньо за інноваційну діяльність. В цих умовах затрудняється планування інноваційної діяльності, губиться відповідальність за її ефективність.

У зв'язку з цим потрібно створювати спеціальний підрозділ, який підпорядкований безпосередньо генеральному директору, в якому можна було би об'єднати всі функції, пов'язані з управлінням інноваційною діяльністю. Це дозволить якісно змінити процес підготовки нових виробів, що дуже важливо в умовах конкурентного середовища.

Підрозділ перспективного управління інноваційною діяльністю може координувати наступні напрями розвитку підприємства: стратегічні, які спрямовані на ефективне використання технологічних, інноваційних та ринкових можливостей підприємства; технічні, які визначають найкращі характеристики продукції для задоволення потреб ринку; економічні, які дозволяють оптимізувати співвідношення між затратами, капітальними вкладеннями і прибутком; якісні, які забезпечують реалізацію на певному рівні технологічних та виробничих процесів для випуску високоякісної продукції [6, с.81].

Таким чином, основні напрямки інноваційної політики підприємства це: формування пріоритетів інноваційної діяльності підприємства; визначення потреби виробництва в інноваціях; визначення секторів застосування інновацій та їх вибір з урахуванням економічного ефекту; забезпечення процесу створення і впровадження інновацій та його контроль.

Підприємство формує власну інноваційну політику, орієнтуючись на державну інноваційну політику, яка визначає пріоритетні напрями розвитку НТП і забезпечує їх підтримку, власні інтереси і ресурсні можливості, потреби ринку. Розробка інноваційної політики підприємства передбачає визначення цілей і стратегій його розвитку на найближчу і майбутню перспективи, виходячи з оцінки потенційних можливостей підприємства і забезпеченості його відповідними ресурсами. Продуктові, технологічні та організаційні нововведення взаємопов'язані, тому проводити їх треба комплексно.

Інноваційний менеджер повинен шукати переконливі аргументи, обґрунтувати необхідність нововведень та відповідних капітальних

вкладень у майбутній розвиток підприємства для збереження ним гідного місця на ринку товарів і послуг. Невчасне здійснення нововведень призводить до ефекту «футурошоку», тобто до такої ситуації, коли обставини спонукають здійснювати різкі зміни у короткий період часу з великими витратами ресурсів і надзвичайною напругою. Слід врахувати, що нововведення завжди пов'язані з ризиком, проте відмова від них є ще більш ризикованою. Завдання інноваційного менеджера полягає в тому, щоб переконати керівництво та увесь колектив у необхідності змін, якщо є можливість за рахунок тимчасового зниження доходів забезпечити їх суттєве зростання в майбутньому.

Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що інноваційна політика є нерозривною з реальною інноваційною практикою та потребує створення необхідних і достатніх умов для раціональної організації управління інноваційним процесом на підприємстві. Це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності продукції, яка випускатиметься на інноваційній основі, і рентабельності діяльності підприємства.

Література

1. Дудар Т. Г., Мельниченко В.В. Інноваційний менеджмент: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 256 с.
2. Скібіцький О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 408 с.
3. Тульпа І. А., Сумець О.М. Інноваційна стратегія: Навч. посіб. – Х.: Студцентр, 2005. – 208 с.
4. Василенко В. О., Шматько В.Г. Інноваційний менеджмент: Навч. посіб. Видання 3-є, вип. та доп. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 440 с.
5. Стадник В. В., Йохна М. А. Інноваційний менеджмент: Навч. пос. – К.: Академвидав, 2006. – 464 с.
6. Продіус Ю. І., Юдін М. А. Управління інноваційною діяльністю промислового підприємства в сучасних умовах // Матеріали між. научно-практ. конференції «Научное обеспечение процессов реформирования экономических отношений в условиях глобализации». В 2-х томах. – Т. 2. – Симферополь: Крымский институт бизнеса. – 2007. – С. 79-81.
7. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 295 с.

8. Цигилик І.І., Кропельницька С.О., Мозіль О.І., Ткачук І.Г. Економіка й організація інноваційної діяльності: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 128 с.
9. Волков О.І., Денисенко М. П., Гречан А.П. та ін. Економіка та організація інноваційної діяльності: Підручник (третє видання). – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 662 с.
10. Махницкая Е. Взаимосвязь инновационной, инвестиционной и финансовой политики на этапах инновационного цикла // Вестник национальной академии наук республики Казахстан. – №1. – 2005. – С. 110-114.
11. Инвестиционное и инновационное предпринимательство: Учеб. пособие / И.П. Продиус, Т.А. Владимирова, В.Г. Диневич. – Одесса, 2006. – 287 с.
12. Інноваційна економіка: теоретичні та практичні аспекти:(моногр.); Вип. 2 / за ред. д.е.н., доц. Ковтуненко К.В., д.е.н., доц. Є.І. Масленнікова. – Херсон: Гринь Д.С., 2017. – 906 с.
13. Дикань В.Л., Писаревський І.М. Економіка підприємства: Підручник. – Харків:ХФВ «Транспорт України», 2001. – 200 с.
14. Заболоцький Б. Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності: Навч. посібник. – Львів: Новий Світ – 2000, 2007. – 465 с.
15. Йохна М. А., Стадник В. В. Економіка й організація інноваційної діяльності: Навч. посібник. – К.: Вид. центр «Академія», 2005. – 400 с.
16. Чухрай Н., Патора Р. Товарна інноваційна політика: Підручник. – К.: КОНДОР, 2006. – 398 с.
17. Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С. Товарна інноваційна політика: Підручник. – Суми: ВДТ «Університетська книга», 2007. – 281 с.
18. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика / За ред. д-ра екон. наук, проф. Л. І. Федулової. – К.: «Основа», 2005. – 552 с.
19. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: Монографія / За ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми: ВДТ «Університетська книга», 2008. – 615 с.
20. Провайдинг інновацій: Підручник / Денисенко М. П., Гречан А. П., Гаман М. В. та ін. – К.: Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 448 с.
21. Андросова О. Ф., Череп А. В. Трансфер технологій як інструмент реалізації інноваційної діяльності. Монографія. – К.: Кондор, 2007. – 356 с.
22. Микитюк П. П. Інноваційна діяльність: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 392 с.

РОЗДІЛ 26

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

*К. е. н. ,
асистент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної
та інноваційної діяльності,
Одеський національний політехнічний університет
Коломіна О.Б.*

Довгостроковий стійкий розвиток виробничого підприємства, реалізація їм запланованих програм і проектів безпосередньо залежать від ефективності управління інтелектуальним капіталом.

В дослідженнях у сфері управління інтелектуальним капіталом підприємств вітчизняними і закордонними науковцями розроблено низку теоретичних і методичних підходів, які нашли відображення у працях таких вчених, як Б. Мільнер, І. Нонака та Х. Такеучі, П. Сенге, С. Ілляшенко, О. Хілуха, О. Кузьмін, Л. Ліпич, С. Філіппова, В. Базилевич, О. Ястремська, К. Ковтуненко, О. Бутнік-Сіверський, Г. Андрощук, Л. Федулова, А. Чухно, Л. Лукичова, О. Новосельцев, О. Кендюхов, В. Семенова, О. Хотяшева, С. Хомич та ін.

Дослідження питань щодо управління інтелектуальним капіталом варто розпочати з визначення його сутності. Розглянемо трактування вчених щодо категорії «управління інтелектуальним капіталом» та представимо у табл. 1.

Як видно з табл. 1, управління інтелектуальним капіталом розглядається найчастіше на мікроекономічному рівні. На протигагу попереднім дослідникам, С. Хомич та у своєму трактуванні відзначає вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на управління інтелектуальним капіталом.

Існує безліч різноманітних факторів, які впливають на управління інтелектуальним капіталом виробничого підприємства, які

Таблиця 1. Тракткування вчених щодо категорії
«управління інтелектуальним капіталом» [1-10]

Автор	Визначення
Й. Руус, С. Пайк, Л. Фернстрем [1]	розміщення і використання ресурсів інтелектуального капіталу, а також управління ними та їх трансформацією (в інші ресурси інтелектуального капіталу або в традиційні економічні ресурси) з метою максимізації поточної цінності організації в очах зацікавлених сторін
Т. А. Стюарт [2]	Управління явними та неявними знаннями організації
І.І. Ткач [3]	процес внесення змін у параметри формування та використання ІК для досягнення підприємством поставлених економічних цілей
Л.П. Артеменко, Т.М. Бацалай [4]	діяльність, спрямована на використання і перетворення потенціалу, ресурсів та можливостей у капітал з метою підвищення інноваційної активності, отримання конкурентних переваг, додаткової вартості та прибутку
В.Ю.Школа, В.А. Щербаченко [5]	мистецтво створювати цінність з нематеріальних активів підприємства; цілеспрямований процес конвертації знань у вартість і в інновації
В.В. Дергачова, С.О. Пермінова [6]	процес, який орієнтований на збільшення вартості компанії на основі ефективного використання його структурних складових
Л.І. Лукичова [7]	сукупність дій та заходів, спрямованих на забезпечення ефективного планування, організації та контролю процесів формування, розвитку і використання інтелектуального капіталу підприємства, а також мотивації процесів його накопичення і множення
Н. Мухачева, Д. Попов [8]	пошук способів ефективного створення та використання знань та інформації задля досягнення поставлених цілей, пов'язаних з підвищенням ефективності інтелектуальної праці робітників та використанням продуктів цієї праці для стійкого розвитку організації
С. Белоус-Сергєєва [9]	процес внесення змін у параметри формування та використання інтелектуального капіталу для досягнення підприємством поставлених економічних цілей.
В. Липчук Т. Липчук [10]	процес, складовими частинами якого є планування, організація, реалізація та контроль процесів відтворення інтелектуального капіталу.
С. Хомич [11]	система дій під впливом різних факторів та стимулів, які забезпечують трансформацію в ланцюжку «знання – інтелектуальний капітал – інноваційна діяльність – інновації»

в свою чергу можна об'єднати в основні групи: зовнішні та внутрішні, контрольовані та неконтрольовані. До контрольованих факторів відносять головним чином фактори внутрішнього середовища, до неконтрольованих або тих, що піддаються слабкому контролю фактори зовнішнього середовища. Аналіз цих факторів дозволяє приймати рішення, які забезпечують просування до наміченої мети та її досягнення.

Фактори зовнішнього середовища можна розбити на фактори прямого та непрямого впливу. До факторів прямого впливу належать фактори, які безпосередньо впливають на функціонування механізму управління інтелектуальним капіталом підприємства. Під факторами непрямого впливу маються на увазі фактори, які можуть не здійснювати прямого негайного впливу на механізм управління інтелектуальним капіталом, але проте відбиваються на ньому.

Зовнішнє середовище виробничого підприємства створюється його оточенням, діловим та фоновим. Зовнішнє оточення постійно змінюється, є нестійким, що змушує виробниче підприємство повсякчас діяти, дивитися вперед, враховувати перспективу. Від того, наскільки виробниче підприємство зможе пристосуватися і вибрати найкращий варіант у рамках наявних обмежень, залежить його майбутнє.

У цілому фактори зовнішнього середовища, що впливають на управління інтелектуальним капіталом виробничого підприємства, можуть бути зведені до табл. 2.

Отже, виробниче підприємства повністю залежать від навколишнього світу, зовнішнього середовища, ресурсів, споживачів, профспілок, економічних умов, урядових актів, конкуренції, громадської думки, системи цінностей у суспільстві, техніки, технологій тощо. Ці взаємопов'язані фактори впливають на все, що відбувається всередині виробничого підприємства [16].

Внутрішнє середовище виробничого підприємства є джерелом її життєвої сили і включає потенціал, що дає змогу виробничому підприємству існувати і виживати в певному проміжку часу, але воно може бути і джерелом проблем, навіть банкрутства організації в разі незабезпечення функціонально необхідних потреб. Фактори внутрішнього середовища підприємства, які мають вплив на управління інтелектуальним капіталом виробничого підприємства, подано у табл. 3.

Таблиця 2. Фактори зовнішнього середовища, що впливають на управління інтелектуальним капіталом виробничого підприємства [12-15]

Групи	Фактори	Основні складові факторів
Фактори непрямого впливу	Тип економіки	аграрна; індустріальна; інтелектуальна
	Стан економіки	темпи інфляції; ставки податків, податкові і пільги; рівень зайнятості; економічний спад або підйом; прибуток населення; інші
	Науково-технічний прогрес	науково-технічні новини; технологічні нововведення; поява нових систем переработки та обробки інформації; ін.
	Політичні фактори	Розуміння урядом, законодавчими органами важливості формування інтелектуальної економіки; політична стабільність; соціальна напруженість.
	Соціально-культурні фактори	установки, життєві цінності; умови життя населення; рівень освіти; рівень інформаційної культури; ін.
Фактори прямого впливу	Міжнародне оточення	Транснаціональні корпорації; зміна економічної політики держав Європейського союзу, США і Росії стосовно України; напрям інтеграції; ін.
	Демографічні	міграція населення; тривалість життя; структура населення за віком, зайнятістю, освітою; ін.
	Постачальники	Постачальники технологій; постачальники капіталу; постачальники трудових ресурсів ...
	Нормативно-правові акти	Закони у сфері охорони інтелектуальної власності і; постанови уряду; президентські укази; міністерські та відомчі інструкції та нормативи; нормативні документи місцевих органів влади
	Споживачі	Індивідуальні споживачі; соціальні групи; інституціональні споживачі, у тому числі: металургії, машинобудування і металообробки, автомобільної промисловості, підприємства целюлозно-паперової промисловості, хімічної та нафтохімічної, будівельних матеріалів, легкої промисловості, харчової промисловості, торгівлі, банки і фінансові і організації, державні установи та ін.
Конкуренти	основні конкуренти, які володіють найбільшою часткою ринку; конкуренти, які найбільш динамічно розвивають свою діяльність	

Організаційна структура і управління є значимим внутрішнім фактором, що визначає можливості використання інтелектуального капіталу на рівні підприємства по лінії діалектичного взаємозв'язку інтелектуальний капітал – персонал – структура і, багато в чому обумовлює ефективне функціонування підприємства.

Цілі підприємства можуть бути об'єднані у дві основні групи: економічні та соціальні. До першої належать цілі, пов'язані, перш за все, з досягненням прибутку, і потребують від організаційно-економічного механізму управління інтелектуальним капіталом виробничого підприємства максимізацію створення нової вартості за рахунок використання інтелектуальних ресурсів. Соціальні цілі компанії, як правило, демонструють соціальну цінність підприємства як для його співробітників, так і для суспільства в цілому.

Стосовно впливу людських ресурсів на управління інтелектуальним капіталом виробничого підприємства, варто особливо виділити роль управлінського персоналу. Численна категорія менеджменту швидко зростає якісно і кількісно і має тенденцію відігравати усе більш важливе значення у функціонуванні економіки. Зміни у вимогах до кількісних і якісних параметрів управлінського персоналу багато в чому визначаються трансформаціями організаційної структури управління [17].

Стратегія управління являє собою сукупність правил і установок для прийняття рішень на всіх рівнях управління компанією, за якими складаються відносини фірми з її зовнішнім середовищем, визначаються види продукції, що випускається, технології їх виробництва, збутова політика, конкурентна політика; установлюються відносини і процедури усередині компанії; оцінюються результати її діяльності в сьогоденні й у перспективі [18]. Для більш глибокого розкриття організаційних засад управління інтелектуальним капіталом виробничого підприємства необхідно розглянути і проаналізувати існуючі підходи в управлінні, табл. 4.

Виділити найбільш підходящий, універсальний методологічний підхід, на нашу думку, важко. Можна зазначити, що кожен підхід відображає або характеризує тільки один з аспектів управління. Вони не дублюють, а доповнюють один одного. Отже, варто використовувати змішаний методологічний підхід до управління інтелектуальним капі-

Таблиця 3. Фактори внутрішнього середовища, що впливають на управління інтелектуальним капіталом виробничого підприємства [12-15]

Фактори	Основні складові факторів
Основні види діяльності підприємства	Виробництво продуктів харчування; машинобудування та металообробка; інформаційні технології; хімія та нафтохімія; автомобільна промисловість; виробництво будівельних матеріалів; целюлозно-паперова промисловість, телекомунікаційні послуги; банківські послуги; медична промисловість; інші.
Цілі	Стратегічні; тактичні; оперативні
Стратегія управління	Управління інтелектуальними ресурсами; управління відносинами фірми з її зовнішнім середовищем; управління товарною політикою; управління збутовою політикою; політика щодо конкурентів; ін.
Персонал	Структура штату за категоріями персоналу, освітою, кваліфікацією, віком; творчі здібності і персоналу; освітньо-кваліфікаційний рівень управлінського персоналу; лояльність; ціннісні установки персоналі у.
Техніка та технологія	Ступінь прогресивності обладнання; технології; наукоємність виробництва; наявність необхідних лабораторій
Організаційна структура управління	Функціональна організація; функціональна організація з продуктовими групами; організація з маркетинговими підрозділами; матрична організація; система підрозділів із центральним апаратом управління; система підрозділів із децентралізованим апаратом управління.
Методи управління	Економічні; соціально-психологічні; адміністративні.
Бренд-ресурси	Єдина торговельна марка компанії; індивідуальні торговельні марки; групові (родові) торговельні марки; зонтичні бренди
Корпоративна культура	Поведінка персоналі у компанії, етичні установки, звичаї і традиції, індивідуальні і групові інтереси, стиль керівництва

талом, принципи якого будуть відповідати ускладненню умов діяльності виробничого підприємства під впливом процесів глобалізації економіки та динамічних змін зовнішнього середовища. Застосування змішаного походу – можливий і найбільш оптимальний варіант, так як наведені підходи в своїй основній масі не суперечать один одному, що дозволяє їх синтезувати, використовуючи їх сильні сторони з урахуванням специфіки галузі функціонування виробничого підприємства.

Таблиця 4. Основні підходи до управління інтелектуальним капіталом виробничого підприємства [19-23]

Вид підходу	Сутність підходу
1	2
Функціональний підхід	Розгляд управління як виду діяльності, що реалізується через виконання ряду функцій. З теорії систем управління виділяють загальні і спеціальні функції. Кожна з цих функцій може бути представлена сукупністю більш приватних функцій.
Процесний підхід	Розгляд управління як сукупність бізнес-процесів, кожен з яких протікає у взаємозв'язку з іншими бізнес-процесами підприємства або зовнішнім середовищем.
Предметний підхід	Визначення структуризації управління за об'єктами, на які направлено управління.
Ресурсний підхід	Розробка стратегії виробничого підприємства на підставі стратегічних компетенцій з метою створення довгострокової конкурентної переваги
Системний підхід	Розгляд об'єкта управління як сукупність взаємопов'язаних елементів, що має вихід (мета), вхід, зв'язок із зовнішнім середовищем, зворотний зв'язок.
Синергетичний підхід	Процес існування і саморозвитку виробничої системи, який здійснюється на основі синергетичних механізмів взаємодії елементів і формує нові швидкоплинні структури системи з когерентним поведінкою.
Нормативний підхід	Встановлення нормативів управління по всіх підсистем системи.
Програмно-цільовий підхід	Визначення цілей виробничого підприємства та розроблення програм по оптимальному досягненню цих цілей з урахуванням ресурсів, необхідних для реалізації програм.
Ситуаційний підхід	Розробка сценаріїв, які могли б відобразити істотні ситуаційні зміни, а значить – передбачити наслідки.
Інтеграційний підхід	Дослідження взаємозв'язків між певними підсистемами та компонентами системи, між фазами життєвого циклу об'єкту управління, між вертикальними рівнями управління, горизонтальних взаємозв'язків між суб'єктами управління.
Адміністративний підхід	Регламентація функцій прав, обов'язків, нормативів якості, витрат, тривалості елементів систем управління в нормативних актах.

Продовження таблиці 4

1	2
Динамічний підхід	Розгляд об'єкта управління в динаміці та причинно-наслідкових зв'язках, який також передбачає проведення аналізу поведінки аналогічних об'єктів і прогноз його розвитку.
Комплексний підхід	Облік найважливіших взаємопов'язаних і взаємозалежних факторів зовнішнього і внутрішнього середовища виробничого підприємства та їх взаємозв'язків.
Позитивний підхід	Розвиток бізнесу – використання можливостей, а не рішення проблем
Поведінковий підхід	Підвищення ефективності виробничого підприємства за рахунок підвищення ефективності його людських ресурсів, яке передбачає надання допомоги працівнику в усвідомленні власних можливостей
Маркетинговий підхід	Орієнтація керуючої підсистеми при вирішенні будь-яких завдань на споживача.

З нашої точки зору, найбільш оптимальним змішаним підходом є синтез функціонального і процесного підходів. Функції також, як і процеси, є рівнозначними поняттями управлінської діяльності і не можуть існувати у відриві один від одного. При цьому результатом і функціонального, і процесного підходів є проектування організаційної структури (тобто функціональних областей) та порядок взаємодії в її рамках (тобто процесів). Різниця тільки в початкових точках проектування: чи розподіляти функціональні обов'язки на основі процесів або проектувати процеси взаємодії між функціональними областями [23].

Пропонується використання процесно-функціонального підходу, який базується на інтеграції і взаємодії функцій управління з урахуванням оцінки впливу результатів функціональної діяльності на загальну ефективність управління процесами інтелектуального капіталу виробничого підприємства. Запропонований підхід дозволить своєчасно коригувати процес управління, адаптувати параметри організаційної структури і системи управління персоналом відповідно до змін ситуації всередині виробничого підприємства і поза ним з метою отримання економічного ефекту від діяльності.

Найбільш доцільним вважаємо розглядати управління інтелектуального капіталу через процеси його формування та використання.

На рис. 1 схематично представлено процесно-функціональний підхід управління інтелектуальним капіталом виробничого підприємства за способами його формування та використання.

Розглянемо більш детально процеси формування та використання інтелектуального капіталу виробничого підприємства, а також функції управління інтелектуальним капіталом.

Процесно-функціональний підхід в нашому дослідженні спрямований на складання переліку основних бізнес-процесів, включених у формування та використання інтелектуального капіталу. Кожний біз-



Рис. 1. Процесно-функціональний підхід управління інтелектуальним капіталом виробничого підприємства за способами його формування та використання (власна розробка)

нес-процес включає певний набір підпроцесів. Найбільш складним, довготривалим та об'ємним є процес формування інтелектуального капіталу виробничого підприємства за умов створення власної або колективної інновації де набір підпроцесів є максимальним у порівнянні з процесом використання та (рис. 2).

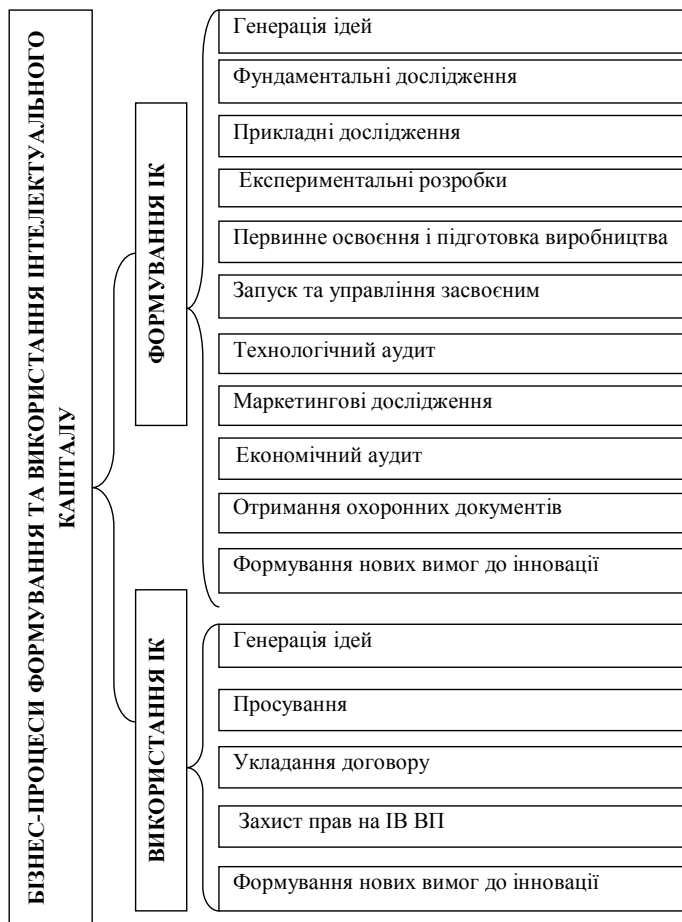


Рис. 2. Бізнес-процеси формування та використання інтелектуального капіталу виробничого підприємства [24-25]

Генерація ідей – це те, з чого починається як процес формування, так і використання інтелектуального капіталу виробничого підприємства. Для будь-якого процесу правильний вибір ідеї фактично є запорукою майбутнього успіху або, навпаки, його невдачі.

Для того щоб зрозуміти зміст управління інтелектуальним капіталом, виробничого підприємства необхідно приділити увагу функціям управління. Управління характеризується виконанням низки функцій управління. Але перелік та визначення функцій управління інтелектуальним капіталом потребують уточнення.

Найбільш поширеним і визнаним серед менеджерів підхід, коли виділяються такі функції управління, як: планування, організування, мотивування і контролювання. У той же час відомі й інші підходи. Наприклад, О.М. Хотяшева як функції управління інтелектуальним капіталом називає: планування, маркетинг, організування, контролювання і аналізування [26]. О.А. Хілуха, О.Є. Кузьмін, Л.Г. Ліпич виділяють такі функції управління, як: планування, організування, мотивування, контролювання [27].

Е.А. Козловська, Д.С. Демиденко, О.А. Яковлева, М.М. Гаджиев [28] поряд з виділенням загальних функцій управління інтелектуальним капіталом (формування цілей, планування, організування і контролювання) вказують такі спеціальні функції, як: соціально-психологічні – делегування і мотивування; процесуальні – рішення і комунікації. У свою чергу В.І. Кудашев [29] розглядає такі функції управління інтелектуальним капіталом, як прогнозування, планування, організування, координування, мотивування, комунікація, регулювання, контролювання і облік, маркетинг. У Р. А. Фатхутдінова [30] цикл менеджменту представлений функціями стратегічного маркетингу, планування, організування процесів, обліку і контролювання, мотивування, регулювання; при цьому координація розглядається як центральна функція управління. М.В. Вачевський [31] виділяє функції планування, організування, регулювання, впровадження, правової охорони, контролювання, обліку. К.В. Ковтуненко [32] розглядає такі функції управління інтелектуальним капіталом, як організування, прогнозування, планування, регулювання, реалізація рішень. В.О. Щербаченко [33] для управління інтелектуальним капіталом підприємства виділяє функції планування, організування, мотивування та контролювання. Л.Р. Іксанова [34] поряд

з виділенням загальних функцій управління інтелектуальним капіталом (аналізування та планування, організування, мотивування, контролювання та оцінка ефективності) вказують такі спеціальні функції, як: маркетинг, фінансовий менеджмент, управління персоналом.

Автор схильний виділяти такі загальні функції управління інтелектуальним капіталом виробничого підприємства, як: планування, організування, мотивування, контролювання і оптимізація. Названі функції повною мірою можуть вважатися універсальними, так як застосовні по відношенню до будь-якого інноваційного процесу (проекту, виду діяльності), незважаючи на всі їх різноманіття і ситуаційні відмінності. Причому в основі кожної з цих функцій лежать дії з координації.

Планування полягає в розробці програми діяльності, спрямованої на досягнення поставлених цілей з конкретизацією необхідних ресурсів, результатів та термінів їх отримання. Планування включає дослідження складу і структури вкладень в відтворення інтелектуального капіталу виробничого підприємства, аналізування чинників внутрішнього та зовнішнього середовища, прогнозування потреб у збільшенні інтелектуального капіталу в залежності від стратегії розвитку підприємства, вибір планових поточних показників реалізації стратегії та напрямів їх досягнення. Планування передбачає виконання необхідних етапів життєвого циклу інновацій, починаючи від ідеї нового товару, створення або придбання об'єкта інтелектуальної власності і аж до виходу на ринок з конкурентоспроможним товаром або технологією.

Організування включає комплекс заходів по розробці організаційної структури управління інтелектуальним капіталом виробничого підприємства, організація формування окремих елементів інтелектуального капіталу, визначення функціональної взаємодії основних ланок, що виконують наукові дослідження, розробку, дослідне виробництво і випробування, підготовку виробництва для серійного випуску нової продукції, продаж і сервісне обслуговування.

Мотивування полягає у визначенні інтересів учасників процесів формування та використання інтелектуального капіталу, створення клімату і умов для творчої діяльності, генерування інновацій, пошуку і виборі найбільш дієвих форм і методів заохочення новаторства, впровадженні економічних адміністративно-соціальних та організаційних стимулів.

Використовуючи функцію мотивування можна мінімізувати витрати на досягнення цілей.

Метою функції контролювання є кількісна та якісна оцінка і облік результатів.

Це, перш за все, цільової контроль виконання планових завдань і доручень, систематичне інформування керівництва організації про стан та хід проведення робіт, ефективності дій управлінського персоналу, оцінка характеру впливу інтелектуального капіталу на інноваційну активність і ефективність розвитку підприємства в цілому, контроль цільового та раціонального витрачання ресурсів.

Контроль в процесі управління дозволяє виявляти проблеми, фіксувати помилки, коригувати діяльність підприємства.

В процесі контролювання не тільки фіксуються відхилення від встановлених параметрів, а й проводиться аналіз причин цих відхилень.

З метою визначення резервів підвищення ефективності діяльності виробничого підприємства та оптимізації бізнес-процесів здійснюється моніторинг і проводиться аналіз бізнес-процесів, на основі якого розробляються заходи щодо досягнення намічених цілей.

Метою функції оптимізації є знаходження найкращих в певному сенсі значень різних факторів.

Вона орієнтована на максимальне врахування інтересів і запитів всіх учасників. Це дозволяє усунути такі чинники: дублювання функцій, «вузькі» місця, надмірну вартість і наявність зайвих операцій, а також низька якість їх виконання, неузгодженість дій учасників і т.п.

Особливості цій функції – це підходи, методи, спрямовані на зменшення всіх можливих витрат і збільшення продуктивності. Для успішного виконання функції оптимізації необхідна зміна культури виробничого підприємства.

З метою збереження і примноження конкурентних переваг виробничого підприємства функція оптимізації є вкрай важливою. В ході її здійснення, як уже було сказано, виявляються «вузькі» місця, для усунення яких виробниче підприємство починає пошук нових ідей, все це дає поштовх до інноваційного розвитку.

Орієнтовні переліки компонентів загальних функцій управління інтелектуальним капіталом виробничого підприємства систематизовані та наведені в табл. 5.

Процес реалізації кожної з перерахованих функцій управління полягає в загальному випадку в послідовному здійсненні наступних етапів: збір релевантної інформації і вироблення управлінського рішення; прийняття рішення; доведення рішення до відома мають до нього ставлення сторін.

Таблиця 5. Орієнтовні переліки компонентів загальних функцій управління інтелектуальним капіталом виробничого підприємства [26-34]

Функція управління	Компоненти функції управління
1	2
Планування	<p>Прогнозування науково-технічного розвитку. Вироблення довгострокового бачення розвитку перспективних технологій. Науково-технічний Форсайт. Аналізування чинників внутрішнього та зовнішнього середовища. Постановка цілей і завдань в області формування та використання інтелектуального капіталу. Розробка концепції формування та використання інтелектуального капіталу. Розробка стратегії, політики і програм формування та використання інтелектуального капіталу. Вибір планових поточних показників реалізації стратегії та напрямів їх досягнення. Планування НДДКР. Формування «дорожніх карт» продуктового і технологічного розвитку за пріоритетними напрямками. Розробка бізнес-планів інноваційних проектів. Розробка операційних, календарних і бюджетних планів досліджень, розробок, випробувань, закупівель нового обладнання, проведення навчання та інших дій, необхідних для створення конкретних інновацій. Планування потреби в працівниках інтелектуальної праці та інших необхідних для формування та використання інтелектуального капіталу ресурсів. Прогнозування і планування продажів інноваційної продукції.</p>
Організування	<p>Призначення на посади (ролі) суб'єктів управління інтелектуальним капіталом і безпосередніх виконавців. Створення профільних підрозділів за формуванням та використанням інтелектуального капіталу.</p>

Продовження таблиці 5

1	2
	<p>Визначення ступеня централізації і децентралізації повноважень інноваційних менеджерів.</p> <p>Прийняття рішень щодо розширення обов'язків, визначення та доведення до відома персоналу відповідальності і повноважень щодо формування пропозицій та реалізації нововведень.</p> <p>Встановлення персональної відповідальності за результативність і ефективність формування та використання інтелектуального капіталу (проектів, програм).</p> <p>Посилення комунікаційних зв'язків і інтенсифікація інформаційних потоків релевантної інформації.</p> <p>Організація проведення власних досліджень і розробок.</p> <p>Делегування проектів НДДКР та інноваційних проектів стороннім організаціям</p>
Мотивування	<p>Створення сприятливих і привабливих умов для формування та використання інтелектуального капіталу.</p> <p>Усунення бар'єрів, погроз і стримуючих факторів для нововведень.</p> <p>Масове залучення персоналу виробничого підприємства в різні інноваційні процеси.</p> <p>Застосування різноманітних засобів і методів стимулювання, мобілізація внутрішніх (мотивуючих) збудників до реалізації нововведень.</p> <p>Інтенсифікація пошуку та підбору необхідних ресурсів, а також нових ідей, пропозицій та інноваційних проектів на різних стадіях їх здійснення всередині виробничого підприємства та за його межами.</p>
Контролювання	<p>Оцінка і ранжування інноваційних проектів.</p> <p>Перевірка підготовлених бізнес-планів інноваційних проектів.</p> <p>Контролювання процесу проведення науково-дослідних робіт.</p> <p>Контролювання системи передавання інформації в межах виробничого підприємства, контролювання інформації щодо прийняття перспективних управлінських рішень, які стосуються формування, розподілу та перерозподілу інтелектуальних ресурсів.</p> <p>Зіставлення і оцінка розрахункових показників фінансової та економічної ефективності і результативності інноваційних проектів.</p> <p>Контроль за бюджетами інноваційних програм.</p> <p>Статистичний облік і оцінка ключових показників інноваційних проектів.</p>

Продовження таблиці 5

1	2
	<p>Визначення показників ефективності і результативності формування та використання інтелектуального капіталу. Моніторинг науково-технічного розвитку. Встановлення кваліфікаційних вимог та відбір відповідно до них працівників інтелектуальної праці.</p>
Оптимізація	<p>Знаходження балансу короткострокових і довгострокових цілей і пріоритетів формування та використання інтелектуального капіталу. Знаходження компромісів в задачах формування та використання інтелектуального капіталу. Вироблення і прийняття рішень по мінімізації ризиків. Вироблення і прийняття рішень щодо зниження витрат. Вироблення і прийняття рішень по максимізації ефективності. Формування збалансованих портфелів ідей, інноваційних проєктів, програм, інтелектуальної власності, технологій, технологічних запитів і пропозицій, інвестицій, партнерів. Знаходження балансу інтересів різних зацікавлених сторін (споживачів, власників, менеджменту, персоналу, органів влади, постачальників, партнерів, громадських організацій, професійних співтовариств). Формування системи збалансованих показників ефективності та результативності формування та використання інтелектуального капіталу. Вибір оптимального варіанта управління формування та використання інтелектуального капіталу. Удосконалення системи управління формування та використання інтелектуального капіталу. Багатокритерійна оптимізація (в математичному сенсі) в умовах невизначеності</p>

Тобто реалізація кожної з функцій управління – це складний інтелектуально-комунікаційний процес. Наведені переліки не є вичерпними, їх слід розглядати як приблизні і тому вони можуть доповнюватися і видозмінюватися залежно від обставин і потреб керівників підприємства. Рекомендується використовувати дані переліки в якості відправних точок, що дозволяють виробити власний раціональний варіант управління інтелектуальним капіталом виробничого підприємства. Всі перераховані функції тісно переплетені і взаємопов’язані, навіть в деякому сенсі мають тенденцію до перехресного злиття. Застосування

значених функцій інноваційними менеджерами має носити системно-мережевий характер. При цьому виконуватися вони повинні ситуаційно, за обставинами. Тобто менеджери завжди повинні здійснювати ті функції, які вважатимуть найбільш пріоритетними і необхідними в даних конкретних умовах (як правило, на основі системного аналізу ситуації). Процеси управління здійснюються на основі виконання спеціальних функцій управління, одержуваних шляхом накладення загальних функцій на різні способи формування та використання інтелектуального капіталу. При цьому використовуються доступні (відомі) методи, технології, механізми, інструменти управління.

Серед визначених раніше функцій інтелектуального капіталу автор вважає найважливішою інноваційну, тому що забезпечує розвиток нового знання та базується на пошуку нових можливостей для досягнення найкращих результатів через вітворення та оновлення за допомогою функції оптимізації, яку можна визначити як головну.

Література

1. Stewart T. A. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations / T. A. Stewart. – N. Y. : Doubleday, 1997. – 320 p.
2. Интеллектуальный капитал. Практика управления / Й. Руус, С. Пайк, Л. Фернстрем. – М. : Высшая школа менеджмента, 2010. – 236 с.
3. Ткач І.І Аналіз методів та механізмів управління інтелектуальним капіталом підприємства [Електронний ресурс] / І.І. Ткач// Економічний аналіз. – 2011. – Випуск 8. – Частина 2. – С. 346-350. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Ecan/2011_8_2/pdf/tkach.pdf.
4. Артеменко Л.П. Методичні аспекти управління інтелектуальним капіталом інноваційно-активного підприємства / Л.П. Артеменко, Т.М. Бацалай // Економічний вісник НТУУ «КПІ» : збірник наукових праць. – 2013. – № 10. – С. 250–256.
5. Школа В.Ю. Економічне обґрунтування ролі інтелектуального капіталу у формуванні інноваційної системи / В.Ю. Школа, В.О. Щербаченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. № 3, Т. 1 – 2011. – С. 72–78.
6. Дергачова В.В. Інтелектуальна власність: [навч. посіб.] / В.В. Дергачова, С.О. Пермінова; за ред. О.А. Гавриша; НТУУ «КПІ». – Київ : НТУУ «КПІ», 2014. – 414 с.

7. Лукичева Л.И. Управление интеллектуальным капиталом наукоёмких предприятий: [моногр.] / Л.И. Лукичева. – М.: Омега-Л, 2006. – 551 с.
8. Мухачева Н.Н. Онтологические модели и методы для управления информационно-интеллектуальными ресурсами организации / Н.Н. Мухачева, Д. В. Попов // Вестник УГАТУ. – 2010. – Т. 14. – № 1, (36). – С. 123–135.
9. Белоус-Сергеева С.А. Интеллектуальный капитал – нематериальные активы предприятия / С.А. Белоус-Сергеева // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: збірник наукових праць / ПДТУ. – Маріуполь. – 2010. – Т. 2. – С. 279-281.
10. Липчук В.В. Управління інтелектуальним капіталом організації / В.В. Липчук, Т.В. Липчук // Економічна теорія. – 2006. – № 3. – С. 3–13.
11. Хомич С.В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом в сучасних умовах / С.В. Хомич // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – 2012. – №3, (59). – С. 223–229.
12. Захаркін О.О. Сутність та значення інноваційних процесів діяльності підприємства / О.О. Захаркін // Економіка. Фінанси. Право. – 2013. – № 12. С. 20-34.
13. Собченко Н. В. Факторы, влияющие на инновационную деятельность хозяйствующих субъектов / Н.В. Собченко, Л. В. Кулешова // Научный журнал КубГАУ. – 2011. – № 71, (07). – С. 1–10.
14. Черешнюк О. М. Аналіз та формування критеріїв оцінки інноваційної діяльності промислових підприємств: нечітко-множинний підхід / О. М. Черешнюк, Л. О. Дубчак // Наука й економіка. – 2014. – Вип. 2, (34). – С. 207–215.
15. Петрова І.Л. Інноваційна діяльність: стимули та перешкоди: [моногр.] / І.Л. Петрова, Т.І. Шпильова, Н.П. Сисоліна; за наук. ред. проф. І.Л. Петрової. – К.: Дорадо, 2010. – 320 с.
16. Розвиток економіки України під впливом економічних, соціальних, технологічних та екологічних трендів: [моногр.] / [О.Б. Коломіна, К.В. Ковтуненко, М.С. Пашкевич, Ж.К. Нестеренко, Н.В. Дацій та ін.]. – Д.:НГУ, 2015. – 455с.
17. Коломіна О.Б. Міжнародний поділ праці, його форми та тенденції розвитку на сучасному рівні / О.Б. Коломіна // Економіка. Фінанси. Право. – 2016. – № 5/2 – С. 29-33.
18. Коломіна О.Б. Вплив зовнішніх та внутрішніх факторів на формування організаційно-економічного механізму управління інтелекту-

- альним капіталом / О.Б. Коломіна // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2015. – № 5. – С. 56-60.
19. Третьякова Т.И. Подходы к управлению интеллектуальным капиталом / Т.И. Третьякова // Вестник СамГУ. – 2013. – № 1, (102) – С. 57-62.
 20. Большов А.В. Концептуальные подходы к управлению интеллектуальным капиталом / А.В. Большов // Вестник экономики, права и социологии. – 2013. – № 2. – С. 23-27.
 21. Ерохина Е.А. Теория экономического развития: системно-синергетический подход [Электронный ресурс] / Е.А. Ерохина – Режим доступа: <http://www.ek-lit.org/eroh/index.html>
 22. Семенова В. Г. Методи управління інтелектуальною власністю підприємств : процесний підхід / В. Г. Семенова // Економічний аналіз : зб. наук. пр. / Терноп. нац. екон. ун-т ; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) [та ін.]. – Тернопіль : Вид.-поліграф. центр Терноп. нац. екон. ун-ту «Екон. думка», 2015. – Т. 20. – № 1. – С. 277-284.
 23. Земскова Е.А. Управление предприятием функционально-процессный подход / Е.А. Земскова, И.Д. Кузнецова // Российское предпринимательство. – 2009. – № 11, (2) – С. 63-70.
 24. Коломіна О.Б. Фактори формування і розвитку інтелектуального капіталу сучасного підприємства : Матеріали VI міжнар. наук.-практ. конф. [«Формування інноваційних економічних систем: фінансове забезпечення, комерціалізація інтелектуальної власності, кооперація науки і бізнесу»], (м. Дніпропетровськ, 15-17 квітня 2015р.) / О.Б. Коломіна. – Дніпропетровськ: НГУ, 2015. – С. 60-63.
 25. Ковтуненко К.В. Інноваційний процес та інноваційна діяльність як рушійна сила формування інтелектуального капіталу промислового підприємства [Електронний ресурс] / К.В. Ковтуненко // Економіка. Управління. Інновації. Електронне наукове фахове видання. – 2013. – № 1, (9). – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/eui/2013_1/pdf/13_kkvkpp.pdf
 26. Хотяшева О.М. Инновационный менеджмент: [учебн. пособ.] / О.М. Хотяшева. – СПб.: Питер, 2005. – 318 с.
 27. Управління інтелектуальним капіталом машинобудівних підприємств: теоретичні та прикладні положення : [моногр.] / О.А. Хілуха, О.Є. Кузьмін, Л.Г. Ліпич. – Луцьк: Вежа-Друк, 2014. – 200 с.
 28. Экономика и управление инновациями: учебник / Э.А. Козловская, Е.А. Яковлева, Я.Г. Бучаев, М.М. Гаджиев. – М.: Экономика, 2012. – 357 с.

29. Кудашов В.И. Управление интеллектуальной собственностью :учеб. пособие для студентов учреждений, обеспечивающих получение высшего образования / В.И. Кудашов. – Минск: ИВЦ Минфина, 2007. – 360 с.
30. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / Р.А. Фатхутдинов // Стандарт третьего поколения. – 6-е изд. – Спб.: Питер, 2012. – 448 с.
31. Інтелектуальна власність: теорія і практика інноваційної діяльності: [підруч.] / За ред. проф. М. В. Вачевського. – К.: ВД Професіонал, 2005. – 448 с.
32. Ковтуненко К.В. Теоретико-методологічні засади формування інтелектуального капіталу інноваційно-активного промислового підприємства в умовах стратегічних змін : [моногр.] / К.В. Ковтуненко. – Одеса: ФОП Бондаренко М.О., 2014. – 496 с.
33. Щербаченко В.О. Організаційно-економічний механізм управління інтелектуальним капіталом підприємства / В.О. Щербаченко // Механізм регулювання економіки. – 2016. – № 1. – С. 124-131.
34. Иксанова Л.Р. Развитие системы управления интеллектуальным капиталом холдинга / Л.Р. Иксанова // Актуальные проблемы экономики и права. – 2014. –№ 3. – С. 5-11.

РОЗДІЛ 27

АНАЛІЗ РИНКУ СОЦІАЛЬНО-ЗНАЧУЩИХ ТОВАРІВ В МЕЖАХ ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ

*д.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту та інновацій,
Класичний приватний університет
Трохимець О.І.*

Забезпечення гідного рівня життя населення є основною метою кожної держави. Проте, сучасні кризові явища спричиняють недостатній рівень продовольчого забезпечення країни, недотримання стандартів якості продовольчих товарів і послуг, відсутність забезпечення соціально вразливих верств населення товарами першої необхідності, зростання цін і тарифів та рівня інфляції, зменшення доходів та купівельної спроможності громадян тощо. Усі ці процеси впливають на рівень життя населення, а також на ринок товарів і послуг країни.

Функціонування ринку соціально значущих товарів та послуг впливає на розвиток суспільства та якість життя населення. Соціально значущий ринок може виступати показником національного добробуту та соціально-економічних процесів, які тривають у країні. Соціально значущі ринки відображають рівень соціальної стабільності економіки, тому в сучасних умовах економіка повинна виконувати соціальні функції із задоволення суспільно важливих потреб. А без залучення інституцій громадянського суспільства цю функцію буде вкрай складно виконати. Споживач безпосередньо залучений до процесу виявлення потреб. У сучасному суспільстві споживачі більше зосереджуються на якості продуктів харчування, якості надання населенню послуг житлово-комунального господарства, співвідношенні «ціна-якість».

Регулювання споживчого ринку розглядали В. Апопій, М. Барна, І. Маркіна, О. Покатаєва та ін. Особливості регулювання цін на ринку

соціально-орієнтованих продуктів харчування П. Саблук, І. Сидор, О. Скидан, І. Посохов та ін.

Зазначимо, що з 01 липня 2017 р скасовано державне регулювання цін на соціальні продукти харчування. Таким чином, Кабінет Міністрів України прийняв постанову від 7 червня 2017 року № 394 «Про внесення змін у додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 25 грудня 1996 р. №1548 та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України» [12].

Водночас, слід зауважити, що у кризових ситуаціях державне регулювання цін на соціально-орієнтовані продукти харчування є необхідним, оскільки відсутність чітких граничних рівнів цін може призвести до необґрунтованого дорожчання соціально орієнтованих продуктів харчування. Тобто в такому разі не відбуватиметься соціальний захист населення з боку держави на належному рівні.

Перед остаточним прийняттям рішення щодо скасування державного регулювання на продукти соціального значення діяв експеримент з 01 жовтня 2016 року по 01 січня 2017 року щодо скасування державного регулювання цін на соціально орієнтовані продукти харчування для забезпечення більш конкурентоспроможного середовища на ринку соціально-орієнтованих товарів та послуг. Існували як прихильники скасування цінового регулювання, так і ті, які не підтримували його. Противники скасування державного регулювання цін мотивували тим, що регулювання цін – не органічний елемент ринкової економіки. Його ідея полягала в тому, щоб в умовах нестабільної економіки «стримувати» подорожчання стратегічно важливих продовольчих товарів масового споживання. Тим самим влада забезпечувала доступ до необхідних продуктів для незахищених верств населення.

Однак, за твердженнями противників цінового регулювання, призначення цінового регулювання є суперечливим. Продукти все одно дорожчали, незважаючи на контроль. Натомість, регулювання створювало додаткові можливості для різного роду маніпуляцій з боку виробників.

Прихильники скасування регулювання цін стверджували, що скасувати державне регулювання цін необхідно. Таким чином, фактично, незахищені верстви населення (та більшість середньостатистичного

населення України) перебувають у продовольчій небезпеці (за міжнародними критеріями продовольча небезпека настає тоді, коли 60% від загальних витрат становлять витрати на продовольство). В ході комплексного дослідження встановлено, що ціни за продуктами харчування в деяких випадках та за певними продуктами суттєво відрізняються по регіонах.

Особливо це важливо для вразливих верств населення. Оскільки споживчий кошик, мінімальна та середня заробітна плата не відповідають вимогам сьогодення – низький рівень зарплат/пенсій та високі ціни на товари та послуги, що значно стримує соціальну функцію держави та приводить до соціальної напруги в суспільстві.

Проведено моніторинг цін на 15 продовольчих товарів соціального значення у наступні етапі, а саме:

середні ціни на продовольчі товари з травня 2013 року по травень 2016 року;

на момент проведення експерименту з скасування державного регулювання цін на продовольчі товари з 01 жовтня по 01 січня 2017 року;

на період після закінчення експерименту та до офіційного скасування державного регулювання;

після офіційного скасування державного регулювання.

Узагальнюючи дані моніторингу, варто зазначити, що спостерігається перманентне, дещо помірне, підвищення цін на більшість продовольчих товарів соціального значення.

Здійснено аналіз цінових коливань за наступними соціально-орієнтованими продовольчими товарами: хліб пшеничний з борошна першого ґатунку; свинина; птиця (кури, тушки курячі); сало; яйця курячі I–II категорій представимо найвищі ціни по Україні (табл 1 та табл. 2).

Хліб пшеничний з борошна першого ґатунку. Середня ціна на хліб пшеничний з борошна першого ґатунку в регіонах України станом на 31.05.2013 становила 5,08 грн. У період з 20 жовтня 2016 року по жовтень 2017 року ціна на Хліб пшеничний з борошна першого ґатунку підвищились з 10,51 грн. до 12,66 грн. Найвищі ціни станом на 20 жовтня 2017 року зафіксовано у м. Київ (16,16 грн.) та по наступних регіонах: Київська (15,06 грн.), Донецька (13,02 грн.), Житомирська (14,91 грн.), Закарпатська (14,15 грн.). У Донецькій, Сумській, Черкаській та Чернівецькій областях ціни коливались з 13,02 грн. до 13,54 грн.

Таблиця 1. Дані моніторингу споживчих цін на соціально-орієнтовані продукти харчування у 2013–2016 рр. в Україні (грн коп. за кг, л, дес.) [13]

Найменування продуктів харчування	Середні ціни			
	31.05.2013	30.05.2014	29.05.2015	20.05.2016
Рис	7,78	10,80	21,35	15,67
Хліб пшеничний з борошна першого гатунку	5,08	5,33	10,06	10,47
Хліб житній, житньо-пшеничний	5,07	5,35	9,60	10,03
Яловичина	51,66	56,32	79,58	82,50
Свинина	44,96	52,82	69,84	69,19
Птиця (кури, тушки курячі)	21,96	24,51	36,08	39,27
Сало	27,21	23,89	35,62	39,20
Борошно пшеничне вищого гатунку	4,59	5,27	9,90	8,55
Макаронні вироби	7,00	6,18	10,97	9,72
Крупи гречані	8,18	8,15	19,35	32,59
Ковбаси варені першого гатунку	35,54	35,16	51,19	56,73
Молоко жирністю 2,5%	7,23	8,18	10,33	12,45
Сметана жирністю 15%	Зазначено 20%	21,17	26,35	32,22
Масло вершкове жирністю 72–73%	57,79	70,10	82,26	105,54
Сир м'який, жирністю 9%	46,14	50,72	62,99	71,41
Цукор	5,98	10,18	11,03	13,83
Олія соняшникова	15,23	14,43	29,95	31,28
Яйця курячі I–II категорій	6,36	7,17	15,57	11,91
Картопля	3,08	7,68	4,03	5,99
Капуста нового врожаю	3,26	8,65	11,99	5,86
Морква	5,08	6,72	18,06	14,18
Бурак	4,16	4,54	8,14	10,82
Цибуля ріпчаста	4,44	12,14	9,69	8,42

Таблиця 2. Дані моніторингу споживчих цін на соціально-орієнтовані продукти харчування на момент запровадження експерименту, в період проведення експерименту, після закінчення та після скасування державного регулювання цін в Україні (грн коп. за кг, л, дес.)*[13]

Найменування продуктів харчування	Експеримент зі скасування державного регулювання цін (01 жовтня 2016 року по 01 січня 2017 року)				Проміжний період	Скасування регулювання цін з 01 липня 2017 року	
	20.10.2016	21.11.2016	20.12.2016	20.01.2017		19.05.2017	21.08.2017
Рис	16,15	16,18	16,24	16,53	17,54	19,11	19,63
Хліб пшеничний з борошна першого ґатунку	10,51	10,53	10,84	10,98	12,04	12,26	12,66
Хліб житній, житньо-пшеничний	10,29	10,42	10,60	10,79	11,74	12,07	12,46
Яловичина	83,63	83,53	85,28	89,70	98,63	107,16	111,95
Свинина	69,75	69,44	71,41	71,39	84,94	98,98	100,80
Птиця (курі, тушка курячі)	41,65	41,03	41,52	41,88	43,53	53,24	54,84
Сало	39,33	40,50	40,66	40,50	41,76	49,60	64,63
Борошно пшеничне вищого ґатунку	8,47	8,50	8,73	8,82	9,45	9,58	9,73
Макаронні вироби	9,34	9,41	9,50	9,70	9,81	9,81	9,84
Крупи гречані	26,84	27,67	28,03	29,13	27,26	24,31	21,24
Ковбаси варені I ґатунку	59,72	59,85	60,41	60,94	64,93	69,90	73,89
Молоко жирністю 2,5 %	13,33	14,12	15,27	15,86	16,45	16,97	17,83
Сметана жирністю 15%	34,27	36,31	38,95	40,58	44,03	44,71	46,41
Масло вершкове жирністю 72–73%	116,08	125,39	133,83	136,66	140,71	144,11	153,00
Сир м'який, жирністю 9%	73,83	76,37	80,44	83,58	92,38	94,62	99,10
Цукор	13,85	14,82	14,81	14,99	16,45	16,26	14,19
Олія соняшникова	32,21	32,37	32,09	32,44	33,04	32,76	32,97
Яйця курячі I–II категорій	22,02	19,58	20,66	20,04	8,52	15,08	21,10
Картопля	4,65	4,90	5,21	5,87	8,69	7,03	6,08
Капуста нового врожаю	4,02	3,66	3,75	4,05	10,38	6,05	4,82
Морква	4,31	3,90	4,00	4,40	11,89	8,49	6,96
Буряк	3,69	3,62	3,72	4,00	6,38	4,98	5,36
Цибуля ріпчаста	4,50	4,24	4,31	4,66	8,07	7,44	5,41

Свинина. Середня ціна на свинину в регіонах України станом на 31.05.2013 становила 44,96 грн за 1 кг. У період з 20 жовтня 2016 року по жовтень 2017 року ціна на свинину підвищилась з 69,75 грн. та становила 100,80 грн. за кг. Найвищу ціну зафіксовано у Закарпатській області (111,34 грн.).

Птиця (тушки курячі). Середня ціна на птицю (кури) у регіонах України станом на 31.05.2013 становила 21,96 грн за 1 кг. За період з 20 жовтня 2016 року по жовтень 2017 року ціна на птицю підвищилась з 41,65 грн за кг до 54,84 грн. за кг. Найвищі ціни зафіксовано у Закарпатській (56,43 грн.), Київській (56,35 грн.), Кіровоградській (57,10 грн.), Сумській (57,28 грн.), Чернівецькій (56,33 грн.) областях.

Сало. Середня ціна на сало в регіонах України станом на 31.05.2013 була 27,21 грн за 1 кг. За період з 20 жовтня 2016 року по жовтень 2017 року ціна на сало підвищилась 39,33 грн. за кг до 64,63 грн. за кг. Найвищі ціни зафіксовано у Київській (70,00 грн.), Миколаївській (70,97 грн.), Одеській 90,65 областях та безпосередньо у м. Києві (117,41 грн.).

За офіційними даними на даний час спостерігається дефіцит сала, що частково спричинено подорожчанням кормів та зменшенням поголів'я сальних свиней.

Яйця курячі I–II категорій. Середня ціна на яйця курячі I–II категорій у регіонах України станом на 31.05.2013 була 6,36 грн за 1 дес. У період з 20 жовтня 2016 року по жовтень 2017 року спостерігаються незначні цінові коливання в межах 1-2 грн.: 22,02 грн. за 1 дес та 21,10.

Таким чином, узагальнюючи результати проведеного моніторингу, слід зазначити, що не зважаючи на оптимістичні прогнози прихильників як експерименту так і введення в дію скасування державного регулювання цін на продукти соціального значення (не зважаючи на початкові позитивні результати – відсутності подорожчання продуктів харчування), в Україні відбувається поступове зростання цін.

На нашу думку, в умовах політичної, економічної, фінансової кризи, втручання державне в процес ціноутворення на продукти соціального значення є вкрай необхідним для забезпечення національної безпеки (в тому числі продовольчої) та упередження соціальної напруги в суспільстві.

Рівень життя населення визначають доходи та ціни. Відомо, що представники всіх верств населення (громадяни з різним рівнем доходів) споживають певний набір продуктів харчування (зокрема, більшість продуктів харчування складають саме соціально-орієнтовані) та є споживачами комунальних послуг. Варто зауважити, що не обов'язково, якщо у громадян доходи вище середніх, то вони мають покращені житлові умови (наприклад, квартира у новобудові – з великою житловою площею). Більшість громадян мешкають у багатоквартирних будинках: вони або придбали квартиру – ринок вторинної сировини, або отримали у спадок від батьків.

Майже схожа ситуація спостерігається і на ринку соціально-орієнтованих продуктів харчування, які реалізуються через мережу супермаркетів, «магазинів біля будинку», на ринках. Переважно основний набір продуктів харчування, який входить до щоденного раціону українських родин більш менш однаковий (за винятком деяких окремих продуктів харчування, які не відносяться до соціально-орієнтованих). Більш того, деякі соціально-орієнтовані продукти мають цінові коливання.

За визначенням О. Ю. Мірошніченко показниками рівня життя населення є економічні показники: макроекономічні показники, показники матеріальної забезпеченості; та соціальні показники: показники стану охорони здоров'я, показники зайнятості населення, демографічні показники, показники житлових умов, показники стану довкілля, показники рівня освіти та культури, показники рівня соціально-політичної напруги.

Спираючись на дані Державної служби статистики України проаналізуємо рівень життя населення (табл. 3).

Близько 30% населення України живе за межею бідності. Основну частку бідних становлять сім'ї з дітьми, сім'ї, у складі яких є пенсіонери; та сім'ї, в яких один з дорослих працює [13].

Протягом п'яти років продовжує спостерігатись тенденція того, що більшість населення України мають рівень середньодушових еквівалентних загальних доходів від 1560,1–1920,0 грн. у місяць. Варто зауважити, що незначний відсоток населення має доходи понад 3720,0 грн. у місяць (табл. 4).

Таблиця 3. Рівень бідності по регіонах України за I квартал 2014-2015 рр. [13]

	Рівень бідності, %			
	За відносним критерієм (75 % медіанних сукупних витрат населення)		За абсолютним критерієм (доходи нижче прожиткового мінімуму)	
	I квартал 2014 року	I квартал 2015 року	I квартал 2014 року	I квартал 2015 року
Україна	25,9	25,2	13,0	10,0
Вінницька	25,3	23,6	11,6	8,2
Волинська	34,8	26,5	23,7	9,8
Дніпропетровська	25,6	28,4	9,3	10,6
Донецька	23,8	28,7	11,8	11,1
Житомирська	35,8	27,4	13,8	12,3
Закарпатська	26,1	24,1	22,5	11,2
Запорізька	14,6	17,2	12,2	6,6
Івано-Франківська	27,4	14,3	14,7	3,4
Київська	38,0	25,9	12,5	3,6
Кіровоградська	35,1	36,4	16,7	16,0
Луганська	26,4	42,7	9,5	14,5
Львівська	24,8	27,0	12,7	10,9
Миколаївська	21,9	26,3	18,4	12,5
Одеська	24,8	33,3	8,5	12,0
Полтавська	24,9	24,9	12,9	12,4
Рівненська	41,3	43,0	14,3	13,1
Сумська	24,4	26,1	14,6	11,2
Тернопільська	36,9	27,0	23,6	14,9
Харківська	16,1	17,9	7,0	6,8
Херсонська	33,2	31,7	25,5	17,6
Хмельницька	33,5	37,7	22,5	20,6
Черкаська	25,3	23,5	15,1	6,0
Чернівецька	22,5	18,7	15,4	10,8
Чернігівська	25,2	11,9	10,3	4,0
м. Київ	14,8	9,4	4,9	5,1

Структура споживання продуктів харчування домогосподарствами характеризується споживанням саме соціально-орієнтованих продуктів харчування, та фруктів, ягід, горіхів та винограду. Переважає у

Таблиця 4. Споживання продуктів харчування в домогосподарствах [13]

	2010	2011	2012	2013	2014 ¹	2015 ¹	2016 ¹
Споживання продуктів харчування в домогосподарствах (у перерахунку в первинний продукт) у середньому за місяць у розрахунку на одну особу							
- м'ясо і м'ясопродукти, кг	5,1	5,1	5,0	5,1	4,9	4,6	4,7
- молоко і молочні продукти, кг	19,2	19,1	19,6	20,3	20,3	19,8	19,6
- яйця, шт.	20	20	20	20	20	19	19
- риба і рибопродукти, кг	1,8	1,7	1,7	1,8	1,6	1,2	1,2
- цукор, кг	3,0	3,2	3,1	3,0	3,0	2,8	2,7
- олія та інші рослинні жири, кг	1,8	1,8	1,8	1,7	1,7	1,6	1,5
- картопля, кг	7,7	7,9	7,8	7,1	6,9	6,6	6,7
- овочі та баштанні, кг	9,5	9,9	10,1	9,4	9,0	8,8	9,2
- фрукти, ягоди, горіхи, виноград, кг	3,7	3,7	3,7	4,1	3,7	3,1	3,3
- хліб і хлібні продукти, кг	9,3	9,2	9,1	9,0	9,0	8,5	8,3

(без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя);

¹ без урахування частини зони проведення антитерористичної операції.

споживанні молоко та молочні продукти та яйця, які є складниками багатьох блюд. Найменше споживають рибу та рибопродукти (які не входять до складу соціально-орієнтованих продуктів харчування). Це пов'язано з ціновою ситуацією на ринку риби та рибопродуктів та незначними доходами більшості домогосподарств.

Варто зауважити, що структура сукупних ресурсів домогосподарств складається з грошових доходів; вартості спожитої продукції, отриманої з особистого підсобного господарства; пільг та субсидій безготівкових отриманих на оплату послуг ЖКГ, електроенергії, палива; пільг безготівкових на оплату товарів та послуг з охорони здоров'я, туристичних послуг, путівок на базу відпочинку тощо. Найбільша питома вага в структурі ресурсів припадає на грошові доходи (89,4% у 2015 р.) (табл. 5).

З грошових доходів варто виділити оплату праці (47,2%) та пенсії, стипендії, соціальна допомога надані готівкою (25,2 %), а також 8,1% у 2015 р. припадає на допомогу від родичів. У структурі сукупних витрат домогосподарств найбільша питома вага припадає на споживчі сукупні витрати (53,1 % у 2015 р.), а саме на продукти харчування та безалкогольні напої (36,5 % у 2015 р.) та непродовольчі товари та послуги (36,5 % у 2015 р.). В структурі непродовольчих сукупних витрат більша частка (11,7 %) припадає на оплату послуг ЖКГ. З наведеної таблиці 6 видно, що в середньому 50% від споживчих сукупних витрат припадає на продукти харчування (Україна знаходиться на одній сходинці з Нігерією).

Враховуючи економічну кризу та скрутне матеріальне становище домогосподарств, витрати на освіту, культуру, відпочинок не є пріоритетними.

Для більш повного бачення ситуації необхідно зазначити рівень середньої заробітної плати в Україні. Незважаючи на те, що середня заробітна плата по Україні продовжувала зростати протягом аналізованого періоду і у 2015 року досягла 3661,41 грн., проте інфляція у 43,3% викликала падіння цього показника, а також і рівня життя населення. У листопаді 2017 року середня заробітна плата по Україні становила 7479,00 грн. Спостерігається нерівномірний показник середньої заробітної плати в Україні. Так, найвища середня заробітна плата зафіксована в Київській (7541,00 грн), Дніпропетровській

Таблиця 5. Структура сукупних ресурсів [13]

	2010	2011	2012	2013	2014 ¹	2015 ¹	2016 ¹
Сукупні ресурси в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство, грн.	3481,0	3853,9	4144,5	4470,5	4563,3	5231,7	6238,8
Структура сукупних ресурсів домогосподарств	відсотків						
Грошові доходи	89,1	88,9	91,0	90,8	91,2	89,4	86,0
- оплата праці	47,6	48,9	50,8	50,6	48,8	47,2	46,7
- доходи від підприємницької діяльності та самозайнятості	6,1	4,6	4,1	4,1	5,2	5,5	5,2
- доходи від продажу сільськогосподарської продукції	3,4	3,1	2,8	2,8	3,2	3,4	2,9
- пенсії, стипендії, соціальні допомоги, надані готівкою	25,8	25,5	27,1	27,1	27,0	25,2	23,1
- грошова допомога від родичів, інших осіб та інші грошові доходи	6,2	6,8	6,2	6,2	7,0	8,1	8,1
Вартість спожитої продукції, отриманої з особистого підсобного господарства та від самозаготовель	5,0	4,8	3,8	3,9	4,6	5,1	4,8
Пільги та субсидії безготівкові на оплату житлово-комунальних послуг, електроенергії, палива	0,6	0,6	0,6	0,4	0,4	1,3	4,7
Пільги безготівкові на оплату товарів та послуг з охорони здоров'я, туристичних послуг, путівок на бази відпочинку тощо, на оплату послуг транспорту, зв'язку	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4
Інші надходження	4,8	5,2	4,1	4,4	3,4	3,8	4,1
<i>Довідково: загальні доходи, грн.</i>	3369,8	3708,2	4031,9	4331,0	4470,9	5122,0	6095,0

(без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м.Севастополя)

¹ Без урахування частини зони проведення антитерористичної операції

Таблиця 6. Структура сукупних витрат [13]

	2010	2011	2012	2013	2014 ¹	2015 ¹	2016 ¹
Сукупні витрати в середньому за місяць у розрахунок на одне домогосподарство, грн.	3073,3	3458,0	3592,1	3820,3	4048,9	4952,0	5720,4
Структура сукупних витрат домогосподарств	відсотків						
Споживчі сукупні витрати	89,9	90,1	90,8	90,2	91,6	92,9	93,2
продукти харчування та безалкогольні напої	51,6	51,3	50,1	50,1	51,9	53,1	49,8
алкогольні напої, тютюнові вироби	3,4	3,4	3,5	3,5	3,4	3,3	2,9
непродовольчі товари та послуги	34,9	35,4	37,2	36,6	36,3	36,5	40,5
в тому числі							
одяг і взуття	6,0	5,7	6,1	5,9	6,0	5,7	5,6
житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	9,2	9,6	9,9	9,5	9,4	11,7	16,0
предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла	2,3	2,2	2,3	2,3	2,3	2,0	1,7
охорона здоров'я	3,2	3,2	3,4	3,4	3,6	3,7	4,2
транспорт	3,7	4,0	4,3	4,3	4,3	3,7	3,6
зв'язок	2,7	2,6	2,8	2,8	2,8	2,4	2,3
відпочинок і культура	1,8	1,9	2,0	2,1	1,8	1,5	1,4
освіта	1,3	1,3	1,3	1,2	1,1	1,1	1,0
ресторани та готелі	2,4	2,5	2,5	2,5	2,3	2,0	2,2
різні товари і послуги	2,3	2,4	2,6	2,6	2,7	2,7	2,5
Неспоживчі сукупні витрати	10,1	9,9	9,2	9,8	8,4	7,1	6,8
<i>Довідково: оплата житла, комунальних продуктів та послуг</i>	7,6	8,0	8,3	8,0	8,1	10,2	14,7

(без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим та м.Севастополя)

¹ Без урахування частини зони проведення антитерористичної операції

(7424,00 грн), Запорізькій (7326,00 грн), Закарпатській (6756,00 грн) областях. Найнижча – у Тернопільській (5956,00 грн), Чернігівській (5898,00 грн).

В Україні, на відміну від економічно розвинених країн, розмір мінімальної зарплати встановлюється виходячи з розміру прожиткового мінімуму, а не на динаміку середньої заробітної плати. Згідно рівня мінімальної заробітної плати, зазначених показників рівня життя населення та середньої заробітної плати по Україні, беручі до уваги зростання цін на бензин А-95, продукти харчування та комунальні послуги, а також рівень інфляції, можна стверджувати, що більшість населення України продовжує поступово бідніти.

Таким чином, враховуючи кризові явища, які почались з 2009 року При розгляді державної політики щодо цінового регулювання варто зазначити таке явище як соціальні магазини, діяльність яких розповсюджена за кордоном. Починаючи з 2009 року в Україні почали створювати соціальні магазини, які мали на меті задовольняти потреби населення, зокрема малозабезпечених верств, у високоякісних товарах та послугах, а також запобігати необґрунтованому зростанню цін на ринку соціально-орієнтованих товарів. Такі магазини повинні були мати асортимент соціально-орієнтованих продуктів харчування за цінами виробника для малозабезпечених громадян. Обов'язковою вимогою є наявність логотипу «Соціальний магазин». У соціальних магазинах мають право обслуговуватись: громадяни похилого віку, інваліди, ветерани та одинокі малозабезпечені громадяни; малозабезпечені сім'ї з дітьми, в першу чергу – багатодітні, родини, які виховують дітей-інвалідів, сироти та діти, позбавлені батьківської опіки. Громадяни зазначених категорій повинні подавати докази належності до таких категорій, тобто відповідні посвідчення.

Згідно загальноприйнятим правилам щодо відкриття та функціонування соціальних магазинів, соціально-орієнтовані товари в них продаються за цінами нижче ринкових. Обласні адміністрації повністю контролюють діяльність таких магазинів та керуватися нормами, вказаними у законі про акредитацію соціальних магазинів. Підприємці, які планують відкрити соціальний магазин подають заявку до міської адміністрації та повинні укласти договори з поста-

чальниками соціально-орієнтованих товарів, ціна яких повинна бути на 10-15% нижче ринкової. Постачальники соціально-орієнтованих продуктів повинні мати відповідні сертифікати якості, адже товари за зниженими цінами не повинні поступатися якістю товарам, і продають за ринковими цінами. Стосовно привілеїв з боку адміністрації міста, то приміщення для таких магазинів торгівлі може надаватися за пільговими умовами або бути виділено з фонду приміщень адміністрації. Одним з найважливіших кроків при відкритті зазначених магазинів, це укладання договору з адміністрацією міста про соціальне партнерство.

На жаль, практика впровадження соціальних магазинів не мала успіху в Україні (їх налічується лише декілька по Україні) та не стала масовим та розповсюдженим явищем. Найбільш популярним серед населення є – мережа дискаунтерів АТБ.

Проте, на даний час в Україні склалася така ситуація, коли пенсіонери, середньостатистичні громадяни та малозабезпечені (вразливі) верстви населення не можуть дозволити собі повноцінне споживання продуктів харчування (норми та якості) та сплачувати належним чином комунальні послуги, оскільки починаючи з 2008 року країна знаходиться у стадії перманентної кризи як економічної так і політичної. Спостерігається необгрунтоване підвищення цін, що, в свою чергу, впливає на добробут населення та рівень життя, знижуючи купівельну спроможність населення.

Однією з ідей концепції створення та функціонування соціальних магазинів – існування у громадян спеціальної дисконтної картки, за якою можливо було придбати продукти харчування та/або засоби особистої гігієни за зниженими цінами.

Передумови для створення соціальних магазинів та функціонування таких магазинів торгівлі впроваджено у наступних містах: Луцьк, Тернопіль, Чернігів, Дніпро, Львів, Кропивницький, Івано-Франківськ.

Наприклад, у Львівській області при впровадженні соціальних магазинів деякі виробники були згодні реалізовувати свою продукцію за зниженими цінами, але при цьому розраховували на певну державну підтримку, а саме знижена плата за землю, знижена орендна плата, податкові пільги.

У Дніпропетровській області планували створити національну торговельну мережу соціальних магазинів для забезпечення їх рентабельності. Ціни на соціально-орієнтовані продукти харчуванні планували встановити на 7-10% нижчі, ніж у супермаркетах.

В Україні протягом тривалого часу популярності набувають магазини second hand, де малозабезпечені верстви населення, громадяни, які перебувають у скрутному матеріальному становищі, можуть придбати одяг, та побутові приналежності, які були у користуванні. Проте, враховуючи економічну ситуацію у країні, зменшення доходів домогосподарств внаслідок тривалої політичної та економічної кризи, інфляції, магазини second hand відвідує переважна більшість українських родин.

У Запорізькій області тривалий час проводиться проект «Купуй Запорізьке». Стосовно того, чи є ці магазини з вищезазначеною назвою, є викликає суперечливі питання. З одного боку, в магазинах продається продукція (соціально-орієнтовані продукти харчування) місцевих виробників, з іншого – ціни на соціально-орієнтовані продукти – ринкові. Втім, запровадження та реалізація такого проекту виконує соціальну функцію – підтримка місцевого малого та середнього підприємництва.

У Кіровоградській області відкрито та почав працювати перший соціальний магазин – «Купуй Кіровоградське», з пропускнуою можливістю до 3000 покупок в день.

Іншим прикладом є Київська область. З початку 2016 року у Київській області є план по запровадженню мережі соціальних магазинів. Згідно концепції у соціальних магазинах Київської області планується продавати соціальний хліб за цінами нижчими ніж у інших магазинах, торгових мережах та магазинах-дискаунтерах, а також медикаменти першої необхідності за зниженими цінами.

У Португалії так званий соціальний магазин було започатковано у виді проекту з Червоним Хрестом, співробітництво з яким є дуже престижним для бізнесу. В такому магазині безкоштовно одяг та продукти першої необхідності отримують кризові сім'ї (обов'язково мати відповідний документ з соціальної служби). США та Великій Британії популярними є соціальне підприємництво. У Польщі супермаркети пропонують знижки.

Вдалим прикладом є функціонування соціальних магазинів в Австрії. У цій країні практикується створення соціальних магазинів з приватної ініціативи – представниками громади, та згідно державних правил. Адже бідними в Австрії вважаються ті громадяни, які отримують менше 850-900 євро на місяць. Наприклад, приватну ініціативу вдало показано проектом VINZI, який запропоновано пастором церкви. До мережі VINZI входять VINZI-будинки (місце, де малозабезпечені можуть прийняти душ, переночувати та пригоститися сніданком), VINZI-автобус (він курує містом і розвозить чай з хлібом для безхатченків тричі на день), VINZI-захист (організація, яка допомагає жінкам-емігранткам вижити у тяжкі періоди: надає юридичні консультації та психологічну допомогу) та найпопулярніші, певно, напрямки: VINZI-маркет і VINZI-магазин (магазини із втричі нижчими цінами) й багато іншого. Зазначені магазини користуються попитом не тільки серед малозабезпечених верств населення, а й серед пересічних громадян, студентів.

Узагальнюючи наведений матеріал та намагання областей організувати діяльність соціальних магазинів можна стверджувати, що простежується практика відкриття соціальних магазинів у деяких областях, проте загальний висновок такий, що практика впровадження таких магазинів в Україні не була проведена успішно. Не зважаючи на той факт, що формально сформовано механізм функціонування, закупівлі продукції, цільової реалізації та отримання додаткових пільг від держави, на практиці його не реалізовано.

Отже, в першу чергу, держава повинна виконувати свою соціальну функцію – підвищуючи рівень життя населення, турбуючись про малозабезпечені та вразливі верстви населення, а саме про пенсіонерів, матерів-одиначок, людей з обмеженими можливостями та ін, збільшуючи доходи, розміри пенсій, даючи можливість гідно існувати та матеріально забезпечувати свої потреби. Проте, спостерігається картина надання так званої соціальної допомоги у вигляді субсидій, зниженням (тимчасовим або поодиночним) цін, що не дає постійної фінансової стабільності, отже є короткотерміновим явищем. Соціальні магазини (у невеликій їх кількості) є доказом того, що держава намагається робити невеликі кроки з допомоги соціально незахищених верств населення.

Можна зауважити, що основою економіки будь-якої країни світу вважають середній клас. Наразі існують певні труднощі з визначенням середнього класу. У країнах з розвинутою економікою середнім класом вважаються наймані працівники, рівень доходів яких дозволяє їм споживати широке коло товарів та послуг, мати відпочинок щороку, сплачувати всі витрати. Також громадяни, які відносяться до середнього класу можуть володіти авто. Втім, протягом останніх років в Україні спостерігається поступове зростання цін на бензин А-95 та дизельного палива, зростання курсу долара та знецінення національної валюти призводять до того, що автомобіль та його обслуговування можуть дозволити собі не всі громадяни. За даними Державної служби статистики в Україні у січні 2015 року через АЗС продано 138,1 тис тонн бензину, що на 34,1% менше, ніж у січні 2014 року. Отже, це змушує громадян обирати громадський транспорт як засіб для пересування. А отже, середній клас в Україні не відповідає класичним та загальноприйнятим уявленням про нього. В країнах Європи, США та Канаді саме середній клас є стабілізатором національної економіки.

Економія на побутових предметах, тривала відмова від нового одягу та придбання одягу (53%) в магазинах секонд-хенд, та спад в реалізації побутової техніки, відбувається перехід на вітчизняні товари та пошук більш дешевих аналогів. На продуктах харчування громадяни намагалися не економити, проте процес прийняття рішення щодо купівлі є вже обережним та виваженим та статистичні дані свідчать про інше. 56% громадян почали економити на продуктах харчування та купують тільки необхідні продукти. Протягом певного періоду, особливо при загостренні кризових явищ 2008, 2009, 2014 років, спостерігались масові закупівлі гречки, цукру, солі, круп в результаті ажіотажного попиту та створення штучного дефіциту, спричиненого напруженою політичною та економічною ситуацією в Україні.

Тобто, враховуючи вищевикладене, в сучасному українському суспільстві спостерігається значна соціально-економічна нерівність. Високий рівень бідності спричиняє високу напругу в суспільстві та поживляє трудову міграцію та відтік кваліфікованих кадрів. Тому першочерговими завданнями повинні стати заходи спрямовані на поліпшення добробуту населення та скорочення бідності в регіонах.

Література

1. Апопій В. В. Організація торгівлі / В. В. Апопій, І. П. Міщук, В. М. Ребицький та ін. ; за ред. В. В. Апопія. – Київ : Центр навчальної літератури, 2005. – 616 с.
2. Барна М. Ю. Сутність соціальної та економічної ефективності роздрібно торгівлі / М. Ю. Барна // Торгівля, Комерція, Підприємництво. – 2014. – С. 20–22.
3. Барна М. Ю. Трансформація системи внутрішньої торгівлі в Україні : монографія / М. Ю. Барна. – Львів : Растр-7, 2015. – 524 с.
4. Маркіна І. А. Соціально-економічний прогноз місця продовольчого комплексу України в забезпеченні споживчих потреб населення України у продуктах харчування / І. А. Маркіна // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : зб. наук. праць. – Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ», 2015. – Вип. 2 (12). – Т. 3. – С. 132–144.
5. Маркіна І. А. Методичні та практичні аспекти впровадження програмного забезпечення антикризового управління на підприємстві [Електронний ресурс] / І. А. Маркіна, О. С. Синякова // Економіка і регіон. – 2013. – № 2. – С. 40–43. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig_2013_2_9.
6. Покатаєва О. В. Державна регуляторна політика щодо механізму ціноутворення на товари і послуги для населення / О. В. Покатаєва // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2009. – № 3. – С. 142–150.
7. Посохов І. М. Державне регулювання цін на продукцію соціального значення : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / Ігор Михайлович Посохов. – Харків, 2009. – 19 с.
8. Сидор І. Державне регулювання цін на продовольчі товари: вітчизняна практика та необхідність її удосконалення / І. Сидор // Галицький економічний вісник. – 2012. – № 1 (34). – С. 25–30.
9. Скидан О. В. Про особливості розвитку цінової ситуації на споживчому ринку та її вплив на продовольчу безпеку держави / О. В. Скидан // Ринкова трансформація економіки АПК : монографія : у 4 ч. / за ред. П. Т. Саблука, В. Я. Амбросова, Г. Є. Мазнева. – Київ : ІАЕ, 2002. – Ч. 4: Стабілізація доходів сільських товаровиробників в умовах ринку. – С. 308–311.
10. Трохимець О. І. Державне регулювання цін на соціально орієнтовані товари і послуги в Україні / О. І. Трохимець, О. В. Покатаєва // Вісник економічної науки України. – 2014. – № 1(25). – С. 97–101.

11. Трохимець О. І. Система організації та проведення моніторингу цін на соціально орієнтовані товари та послуги / О. І. Трохимець // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : зб. наук. праць. – Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ», 2015. – Вип. 1(11). – Т. 1. – С. 94–101. (0,86 д. а.)
12. Постанова КМУ від 7 червня 2017 року № 394 «Про внесення змін у додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 25 грудня 1996 р. №1548 та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України». URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1548-96-%D0%BF>
13. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

РОЗДІЛ 28

ОСНОВНІ ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ

*асистент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності
Одеський національний політехнічний університет
Гутарева Ю.В.*

На сьогоднішній день економічне зростання та вихід з економічної кризи неможливе без інноваційного напрямку розвитку, який дасть змогу підвищити конкурентоспроможність та сталий розвиток, вирішити проблеми в сфері економіки, екології та соціальному житті.

Для інноваційного розвитку підприємства необхідне створення, прийняття і здійснення певних заходів як на рівні держави, так і на рівні самого підприємства. Так наприклад, здійснюють нормативно-законодавче регулювання інноваційних процесів в Україні:

– Конституція України – захищає право володіти, користуватися і розпоряджатися своєю власністю, результатами своєї інтелектуальної, творчої діяльності (ст. 41); гарантує свободу літературної, художньої, наукової і технічної творчості, захист інтелектуальної власності, їхніх авторських прав, моральних і матеріальних інтересів, що виникають у зв'язку з різними видами інтелектуальної діяльності (ст. 54) [1];

– Цивільний Кодекс від 16.01.2003 р. № 435-IV, який регулює саму підприємницьку діяльність [2];

– Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV визначає правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлює форми стимулювання державою інноваційних процесів і спрямований на підтримку розвитку економіки України інноваційним шляхом [3];

– Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 08.09.2011 р. №3715-VI який визначає

забезпечення інноваційної моделі розвитку економіки шляхом концентрації ресурсів держави на пріоритетних напрямках науково-технічного оновлення виробництва, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках [4];

– Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» від 14.09.2006 р. № 143-V визначає засади державного регулювання діяльності у сфері трансферу технологій і спрямований на забезпечення ефективного використання науково-технічного та інтелектуального потенціалу України та інше [5];

– Закон України «Про Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій» від 09.04.2004 р. №1676-IV яка спрямована на запровадження моделі сталого економічного зростання вітчизняних підприємств шляхом удосконалення структури їх основного капіталу та інтенсивного інвестування високотехнологічного виробництва [6];

– Закон України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків» від 16.07.1999 р. № 991-XIV – визначає правові та економічні засади запровадження та функціонування спеціального режиму інноваційної діяльності технологічних парків [7];

– «Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів», прийнятою парламентським слуханням, в якій визначені основні засади науково технологічного та інноваційного розвитку, сформульовані завдання з ефективного використання інтелектуального потенціалу нації, організовано роботу технопарків, фондів, затверджено низку державних цільових програм [8];

– розпорядження Кабінету Міністрів України «Концепція розвитку національної інноваційної системи» від 17.06.2009 р. №680-р в якому йде мова про основні засади формування та реалізації збалансованої державної політики з питань забезпечення розвитку національної інноваційної системи, спрямованої на підвищення конкурентоспроможності національної економіки [9].

Інновації, інтелектуальна власність та інвестиції тісно пов'язані між собою, зокрема інтелектуальна власність є основою інновацій, інновації є однією з форм інвестування, а інвестиції є одним із засобів, які дозволяють здійснювати інноваційну діяльність та забезпечують

вихід з кризи. Тому, потрібно розглянути нормативно-правові акти стосовно інвестицій та інтелектуальної власності;

– у Законі України «Про приватизацію державного майна» від 04.03.1992р. № 2163-ХІІ розкриває права та порядок приватизації іноземними суб'єктами об'єктів приватизації [10];

– Податковим Кодексом України від 02.12.2010 р. № 2755-VI передбачені пільги в період дії інвестиційної програми; п. 136.1.3 ст. 136 передбачено, що суми коштів або вартість майна, які поступають платникам податку у вигляді прямих інвестицій або реінвестицій у корпоративні права, не враховуються для визначення об'єкта оподаткування отже, податок на прибуток підприємств з цих сум не стягується [11];

– Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.1996 р. № 93/96-ВР визначає особливості режиму виходячи з цілей, принципів і положень законодавства України [12];

– ЗУ «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 р. №1560-ХІІ регулює правові, економічні і соціальні чинники інвестиційної діяльності на території України [13] та постанова КМУ «Програма розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні» від 02.02.2011 р. №389, метою цієї Програми є перехід на інноваційну модель розвитку економіки, модернізація виробництва, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на внутрішньому і зовнішньому ринку, запобігання впливу міжнародної фінансової кризи на розвиток економіки [14];

– Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність в Україні» від 16.04.1991 р. № 959-ХІІ виконує правове регулювання всіх видів зовнішньоекономічної діяльності в Україні, встановлює особливості, принципи і форми здійснення цієї діяльності, зокрема інвестування [15];

– Указ Президента «Про створення Національного агентства України з реконструкції і розвитку» від 02.07.1996 р. № 493/96 передбачає створення сприятливих умов для дальшого розвитку міжнародного економічного співробітництва, взаємодії з організаціями іноземних держав, координації діяльності центральних і місцевих органів виконавчої влади у сфері залучення та використання зовнішніх фінансових ресурсів, тобто залучення і використання кредитів, грантів, іноземних інвестицій [16];

– Закон України «Про охорону прав на промислові зразки» від 15.12.1993 р. № 3688-ХІІ регулює відносини, що виникають у зв'язку з набуттям і здійсненням права власності на промислові зразки в Україні [17];

– Закон України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» від 15.12.1993 р. № 3687-ХІІ забезпечує реалізацію державної політики у сфері охорони прав на винаходи і корисні моделі [18];

– Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 23.12.1993 р. № 3792-ХІІ охороняє особисті немайнові і майнові права авторів та їх правонаступників, пов'язані із створенням і використанням творів науки, літератури і мистецтва – авторське право, і права виконавців, виробників фонограм і відеограм і організацій мовлення – суміжні права [19];

– Закон України «Про наукову та науково-технічну діяльність» від 13.12.1991 р. №1977-ХІІ – визначає правові, організаційні та фінансові засади функціонування і розвитку науково-технічної сфери, створює умови для наукової і науково-технічної діяльності, забезпечення потреб суспільства і держави у технологічному розвитку [20];

– Закон України «Про наукову і науково-технічну експертизу» від 10.02.1995 р. № 51/95-ВР – визначає правові, організаційні і фінансові основи експертної діяльності в науково-технічній сфері, а також загальні основи і принципи регулювання суспільних відносин у галузі організації та проведення наукової та науково-технічної експертизи [21];

– Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.1996 р. № 236/96-ВР визначає правові засади захисту суб'єктів господарювання і споживачів від недобросовісної конкуренції; спрямований на встановлення, розвиток і забезпечення торгових та інших чесних звичаїв ведення конкуренції при здійсненні господарської діяльності в умовах ринкових відносин [22];

– Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. № 2210-ІІІ регламентує правові принципи підтримки і захисту економічної конкуренції, обмеження монополізму в господарській діяльності і спрямований на забезпечення ефективного функціонування економіки України на основі розвитку конкурентних стосунків [23];

– Розпорядження КМУ «Про затвердження Концепції розвитку національної системи правової охорони інтелектуальної власності» від 13.06.2002 р. №321-р затверджено концепцію, розроблену в рамках Угоди про партнерство і співробітництво між Україною та Європейською Співдружністю та їх державами-членами й Угоди про торгові аспекти прав інтелектуальної власності з урахуванням практики застосування норм чинного законодавства [24];

– Декрет КМУ «Про стандартизацію і сертифікацію» від 10.05.1993 р. № 46-93 визначає правові й економічні основи систем стандартизації і сертифікації, встановлює організаційні форми їх функціонування на території України [25];

– Стандарти Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) нормативними документами, що стосуються інформації та документації в галузі промислової власності і містять правила та рекомендації щодо уніфікованих методів представлення патентної інформації [26];

– Державні стандарти України (ДСТУ): ДСТУ 3574-97. Патентний формуляр. Основні положення. Порядок складання і оформлення; ДСТУ 3575-97. Патентні дослідження. Основні положення і порядок проведення.

Постійно створений орган КМУ – Комісія з організації діяльності технологічних парків та інноваційних структур інших типів є тимчасовим консультативно-дорадчим органом, який має на меті підвищення ефективності реалізації державної політики у сфері інноваційної діяльності, сприяння створенню ефективної інноваційної інфраструктури, діяльності інноваційних підприємств, надає рекомендації з питань, пов'язаних з реалізацією інноваційних проєктів, розроблення і здійснення заходів, спрямованих на удосконалення нормативно-правової бази та економічних механізмів підтримки і стимулювання інноваційної діяльності [27].

Проаналізувавши законодавчі та нормативні акти, програми можна зробити висновок, що всі вони націлені на створення та реалізацію сприятливого середовища щодо інвестиційного та інноваційного розвитку, підвищенню конкурентоспроможності продукції та росту прибутків, захисту інтелектуальної власності, розвитку економіки в цілому, але вони залишаються недосконалими відносно інноваційного

розвитку підприємства та якість їх поступається законодавчому забезпеченню розвинутих країн світу.

Законодавство щодо державної підтримки науково-дослідної та інноваційної діяльності підприємств у різних країнах ЄС встановлюється за такими типами законодавчих актів або їхніми варіативними комбінаціями:

- загальне рамкове законодавство;
- різні акти, створені на основі спільного плану політики/стратегії;
- конкретні заходи, передбачені в бюджетному законодавстві.

Загалом фінансові механізми підтримки інноваційної діяльності підприємств у ЄС максимально зорієнтовані на реалізацію інноваційного потенціалу європейського підприємництва.

У розвинутих країнах законодавство у сфері наукових досліджень, розробок та інновацій регулюється набором інструментів і заходів: національними стратегіями і планами у сфері наукових досліджень, розробок та інновацій, законодавством про науково-дослідний сектор і діяльність університетів, законодавством про трансфер технологій, податковим законодавством та щорічним законодавством про бюджет, законодавством про засоби державної фінансової підтримки й іншими засобами стимулювання науково-технічної та інноваційної діяльності.

Визначальною для активізації інноваційного розвитку країн ЄС є розбудова висококонкурентних університетів, які здатні акумулювати та примножувати власний інтелектуальний потенціал і формувати інтелектуальний капітал нації, а також сприяти системній інтеграції освіти і науки та трансферу технологій у виробництво і на цій основі забезпечувати міжнародні конкурентні переваги для країни в цілому [28, с. 59].

Відповідно, передумовою інноваційного розвитку на підприємстві є нарощування й підвищення ефективності використання інноваційного потенціалу. Тобто інтеграція науково-технічного потенціалу, освітнього і виробничого потенціалу інноваційно-активних підприємств у рамках національної інноваційної системи [29, с. 17].

Ключовими передумовами для вибору та подальшої реалізації стратегії інноваційного розвитку є, з одного боку, висока інтенсивність конкуренції на ринку, що була пов'язана переважно з неціновими факторами, а з іншого – наявність на підприємстві достатньо потужного

інноваційного потенціалу або достатніх обсягів фінансових коштів та належного рівня інтелектуального капіталу та/або аутсорсингу функцій менеджменту інновацій, що сприяють зміцненню конкурентних позицій підприємства на ринку та підвищенню ефективності виробництва, якщо не в короткостроковій, то в середньо- та довгостроковій перспективі, а також дозволяють досягти основних цільових установок діяльності підприємства на ринку (що можуть бути пов'язані з максимізацією економічного, соціально-економічного або навіть тільки соціального ефекту) [30, с. 256].

Також однією з передумов є вдосконалення системи управлінської діяльності на підприємстві та інновації у цій сфері. Використовуючи у своїй діяльності той чи інший тип управління, підприємство виходить з того, що для нього є насамперед найголовнішим, що для нього є першочерговим завданням та яку мету перед собою ставить досягти. Безумовно, ще потрібно спиратися на світовий досвід управління з подальшою можливістю його ефективного використання у вітчизняній практиці.

Дуже важливим є усвідомлення і прийняття підприємством усієї важливості прагнення до інноваційного розвитку, та впровадити її на всіх структурних рівнях.

Щодо працівників, то потрібно, щоб при вирішенні ними будь-якого питання, незвичайного завдання вони дивились у корінь проблеми та намагались розглядати її з різних боків та такий засіб буде типовою реакцією на неординарні завдання. От чому для підприємства вкрай важливо всіляко заохочувати підвищення співробітниками їх знання та інтелектуального рівня.

До успіху підприємства у інноваційному розвитку приведе періодичне використання інновацій, а не разове їх застосування.

Досліджуючи інноваційний розвиток, стало відомо, що не всі підприємства мають можливість його здійснити. Серед чинників, які впливають на інноваційний розвиток підприємства слід виділити такі (рис. 1).

На інноваційний розвиток підприємства впливають зовнішні та внутрішні чинники [31, с. 86–87]. До зовнішніх факторів належать ті, з якими підприємство стикається при взаємодії з навколишнім середовищем:

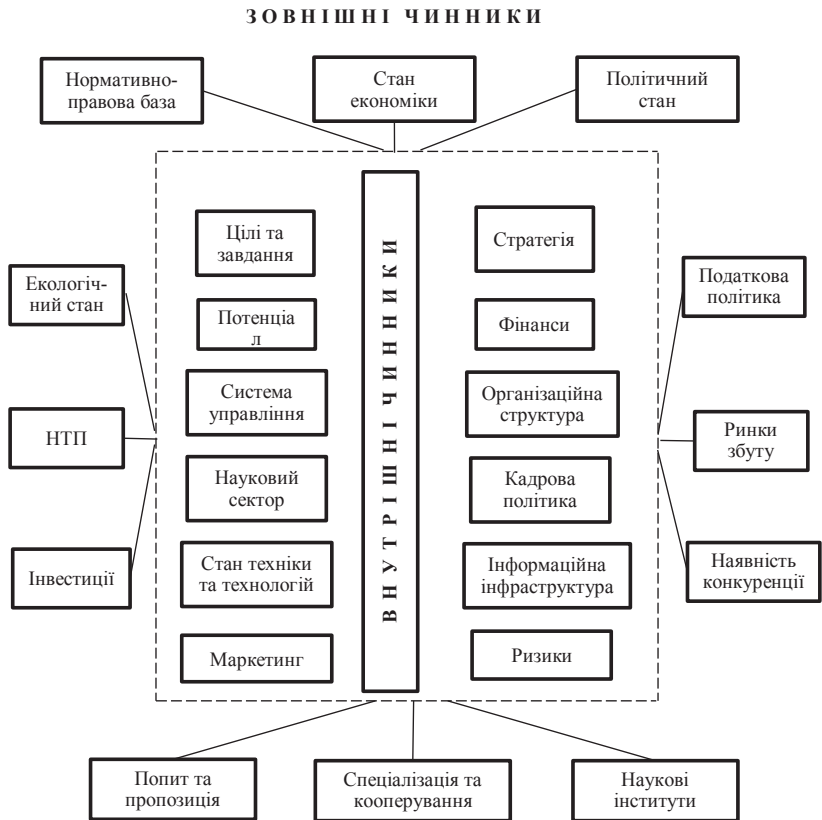


Рис. 1. Зовнішні та внутрішні чинники інноваційного розвитку підприємства (розробка автора на основі [31; 32; 33])

1) стан економіки країни – саме дестабілізація та кризові явища гальмують наміри підприємств до інноваційного розвитку;

2) нормативно-правова база – роль держави дуже важлива, тому як прийняття нею необхідного законодавства дозволить підприємству інноваційно розвиватись, надасть можливість дієво захищати інтелектуальну власність, надасть можливість розвитку інноваційної інфраструктури та технологій, створювати попит на інноваційну продукцію, всебічно захищати, підтримувати та стимулювати;

3) політичний стан – від цього залежить привабливість країни до залучення іноземних інвестицій, вигідне партнерство, попит одного продукту знижується надаючи шлях розвитку та росту попиту на інший продукт, який реалізується в зонах нестабільності;

4) податкова політика – лояльна та гнучка система податкових ставок будуть стимулювати та розвивати виробничий процес та інноваційний потенціал підприємства;

5) екологічний стан – як відомо, в Україні існують багато підприємств, які використовують високу питому вагу ресурсномістких та енергоємних технологій, їхня екологічна несвідомість призвела до щорічного погіршенню екологічного становища, тому стоїть питання про погіршення стану навколишнього середовища та загрозу самому існуванню людства. Отже, інноваційний розвиток неможливий без вирішення проблем у цій сфері, у наслідок чого є необхідність впровадження екологічної продукції;

6) науково-технічний прогрес – його прискорення, спричиняє бистрому старінню продукції, її моральному зносу, що зумовлює виробництво та попит на інноваційну продукцію;

7) ринки збуту – несформовані ринки збуду та неналагоджена мережа постачання виготовленої інноваційної продукції стає проблемним питанням для підприємства, відносно його подальшого розвитку та його прибутковості;

8) інвестиції – стан інвестиційної привабливості підприємств залежить як від загального стану економіки, так і від самих механізмів стимулювання інвестиційних процесів;

9) наявність конкуренції – стимулює підприємство розвиватись та використовувати нові методи, способи виробництва, екологічно чисті процеси, впроваджувати інновації, скорочувати життєвий цикл товару, намагатися бути лідером у свої сфері;

10) наукові інститути – існування в країні достатньої кількості наукових інститутів дають змогу більше займатися дослідженням, розробкою нових засобів виробництва та проводити випробування;

11) попит та пропозиція – дисбаланс цих показників приводить до змін виробничих програм, інноваційної політики підприємства та зумовлюють зміни в інноваційному розвитку;

12) спеціалізація та кооперування – за умови близького розташування головного підприємства та його суміжників створюються сприятливі передумови для формування спеціалізованих промислових районів, тобто мається на увазі територіальна організація комплексу. Спеціалізація і кооперування сприяють підвищенню технічного рівня заводів, економії сировини, більш низької собівартості виробленої продукції, масовості виробництва і використання поточного методу роботи. Розвиток усіх видів спеціалізації нерозривно пов'язаний із широким розвитком кооперування як між підприємствами галузі, так і з підприємствами-постачальниками з інших галузей. Кооперування проявляється у формуванні внутрішньогалузевих і міжгалузевих виробничих та внутрішньорайонних і міжрайонних економічних зв'язків [32, с. 117].

До внутрішніх чинників інноваційного розвитку підприємства належить, ті, які виникають всередині підприємства:

1) цілі та завдання підприємства щодо управління інноваційним розвитком;

2) стратегія – від вдало розробленої стратегії інноваційного розвитку залежить результат, отримати який ставить перед собою підприємство;

3) фінанси – один з важливих чинників, наявність якого у підприємства дасть змогу домогтися поставлених цілей в інноваційній сфері;

4) потенціал підприємства – для здійснення інноваційної діяльності підприємству необхідно володіти інноваційним потенціалом, який є ядром загального потенціалу, центром виробничої системи, тому що наявність усіх необхідних ресурсів на підприємстві дасть змогу підприємству використати свої інноваційні можливості, які забезпечать розвиток підприємства за допомогою залучення нововведень;

5) організаційна структура – правильно та ефективно сформована організаційна структура дозволяє забезпечити комплексний розвиток підприємства, спираючись на стратегічні цілі та перспективи розвитку підприємства, підприємство постійно знаходиться під впливом зовнішніх та внутрішніх умов, тому оргструктура повинна постійно переглядатись та оцінюватись у вимірі власних потреб;

6) система управління – створена ефективна система управління інноваційним розвитком на підприємстві дасть змогу об'єднати всі

процеси, у тому числі організації, планування, мотивації, контролю та отримати конкурентні переваги на ринку;

7) кадрова політика – створений на підприємстві склад якісних та висококваліфікованих кадрів забезпечать високу результативність роботи, здатність їх працювати на новій техніці, оперативно та якісно вирішувати поставлені перед ними завдання, дасть змогу випускати інноваційну продукцію;

8) інформаційна інфраструктура – інформаційне забезпечення підприємства є головною ланкою взаємозв'язку між системи управління та виконання; використані інформаційні системи та технології повинні мати чіткі функціональні завдання з інформаційним забезпеченням структурних підрозділів на всіх рівнях управління [33, с. 642–644];

9) науковий сектор – наявність на підприємстві наукового сектору дає змогу займатись дослідженням та розробкою інноваційного продукту, що є необхідним для інноваційного розвитку підприємства;

10) стан техніки та технологій – без новітньої техніки неможливе створення інноваційної продукції;

11) маркетинг – реклама є важливим важелем у здійсненні підприємницької діяльності, вона ефективно та швидко сприяє реалізації продукції та формує попит споживача ще до її реалізації на ринку;

12) ризики – це стосовно заборгованості як дебіторської, так і кредиторської, це неплатежі по рахункам, які спричиняють зниження виробництва нової, інноваційної продукції, далі – зниження попиту, і як наслідок всього – зниження інноваційного розвитку.

Серед інших чинників можна виділити кредитну політику, міжнародні відносини, неналагоджену сферу логістики, виїзд за кордон видатних вчених та науковців, ресурсну залежність, відсутність належного венчурного фінансування, зростання іноземних розробок та технологій, стиль керівництва підприємством, який пов'язаний морально-етичними засадами керівників та соціально-психологічним кліматом підприємства та ін.

Існує ще багато інших чинників, які впливають на інноваційний розвиток, вони залежать від самого підприємства, його виду діяльності, які в нього цілі, завдання, традиції, культура та ін.

Важливо зазначити, що всі виділені чинники як зовнішні, так і внутрішні, впливають один на одного прямо чи опосередковано, зміна

одного впливає на зміну іншого, оскільки вони взаємопов'язані між собою. Вони можуть розглядатись як ті, які стримують інноваційний розвиток, так і ті, що стимулюють його.

Чимало важливою залишається роль держави, від якої залежить приймання законів, ефективне розпорядження ресурсами держави, це надасть можливість ефективно та з користю регулювати інноваційну діяльність та розвиток підприємств, також необхідність орієнтування на закордонний досвід стосовно стимулювання інноваційного підприємства.

Отже, необхідно проводити чіткі дослідження, аналіз та оцінку щодо стимулювання або обмеження дій тих чи інших чинників, унаслідок чого сформувані правильні управлінські рішення щодо подальшого інноваційного розвитку підприємства.

Література

1. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254k/96-вр>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
2. Цивільний Кодекс від 16.01.2003 р. № 435-IV [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
3. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 №40-IV [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/40-15>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
4. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 08.09.2011 р. №3715-VI IV [Електронний ресурс] / Верховна Рада України.– Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
5. Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» від 14.09.2006 р. № 143-V [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/143-16>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
6. Закон України «Про Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій» від 09.04.2004 р. №1676-IV [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу:

- <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1676-15>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
7. Закон України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків» від 16.07.1999 р. № 991-XIV [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/991-14>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
 8. Постанова Верховної ради України про рекомендації парламентських слухань на тему «Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів» [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/DF46L00A.html. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
 9. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Концепція розвитку національної інноваційної системи» від 17.06.2009 р. №680-р [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/680-2009-p>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
 10. Закон України «Про приватизацію державного майна» від 04.03.1992 р. № 2163-XII [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2163-12>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
 11. Податковий Кодекс України від 02.12.2010р. № 2755-VI [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
 12. Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.1996р. № 93/96-ВР [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/93/96-вр>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
 13. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 р. №1560-XII [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
 14. Постанова КМУ «Програма розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні» від 02.02.2011 р. №389 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/389-2011-п>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
 15. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність в Україні» від 16.04.1991 р. № 959-XII [Електронний ресурс] / Верховна Рада

- України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
16. Указ Президента «Про створення Національного агентства України з реконструкції і розвитку» від 02.07.1996 р. № 493/96 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/493/96>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
 17. Закон України «Про охорону прав на промислові зразки» від 15.12.1993 р. № 3688-ХІІ [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3688-12>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
 18. Закон України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» від 15.12.1993 р. № 3687-ХІІ [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3687-12>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
 19. Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 23.12.1993 р. № 3792-ХІІ [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
 20. Закон України «Про наукову та науково-технічну діяльність» від 13.12.1991 р. №1977-ХІІ [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1977-12>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
 21. Закон України «Про наукову і науково-технічну експертизу» від 10.02.1995 р. № 51/95-ВР [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/51/95-вр>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
 22. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.1996 р. № 236/96-ВР [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/236/96-вр>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
 23. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. № 2210-ІІІ [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
 24. Розпорядження КМУ «Про затвердження Концепції розвитку національної системи правової охорони інтелектуальної власності» від 13.06.2002 р. №321-р [Електронний ресурс] / Верховна Рада

- України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/321-2002-p>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
25. Декрет КМУ «Про стандартизацію і сертифікацію» від 10.05.1993 р. № 46-93 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/46-93>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
26. Стандарти Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sips.gov.ua/ua/worldwide_standarts.html. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
27. Постанова КМУ «Про затвердження Положення про Комісію з організації діяльності технологічних парків та інноваційних структур інших типів» від 06.08.2003 р. № 1219 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1052.1186.4>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
28. Гончаренко О.А. Законодавче забезпечення науково-технічної та інноваційної діяльності в державах-членах ЄС // Журнал «Науково-практичне видання «Право та інновації». – 2015. – №1 (9). – С. 55-61
29. Гончаров В.М., Коверга С.В., Солоха Д.В., Грозний І.С. та ін. Формування стратегії управління інноваційним потенціалом промислового підприємства: Монографія / Гончаров В.М., Коверга С.В., Солоха Д.В., Грозний І.С. та ін. – Донецьк: СПД Купріянов В.С., 2008. – 188 с.
30. Найдюк В.С. Сутність та передумови інноваційного розвитку підприємств // Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій», 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/32474/1/Naidiuk_innovative%20development.pdf. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
31. Бондарук Ю.В. Фактори впливу на інноваційний розвиток машинобудівних підприємств / Ю.В. Бондарук // Университетская наука-2016: Международная научно-техн. конф., Приазовский государственный технический университет, г. Мариуполь, 19-20 мая 2016 г. – Мариуполь: ГВУЗ «ПГТУ», 2016. – Т. 3. – С. 86-87
32. Дорогунцов С.І. Розміщення продуктивних сил України: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studentbooks.com.ua/content/view/916/76/1/5/>. – Назва з екрана. – Доступно на 11.02.2018.
33. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: [навч. посіб.] / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська. – К.: КНЕУ, 2008. – 699 с

РОЗДІЛ 29

СИСТЕМНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЕЛЕМЕНТІВ МЕХАНІЗМУ ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

*старший викладач кафедри менеджменту та інновацій,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Павлович О.Р.*

Соціально-економічний розвиток сучасного суспільства потребує постійно системних змін інноваційного характеру, що визначає пріоритетну необхідність розвитку професійної системи менеджменту. Проводити системні реформи сьогодні без якісного і результативного менеджменту не є державницьким підходом і ця діяльність не стане ефективною тому, що не буде використовуватися певний механізм (менеджмент) для практичної реалізації поставлених цілей. Рішення щодо певних змін і системних реформ не мають практичної реалізації без механізму, який складається з набору системних елементів, які у сукупності і повноті використання доводять управлінські рішення до практичної реалізації. Професійність управлінського ресурсу досягається в результаті розвитку процесу професіоналізації управлінської діяльності, в якому на системній основі формується професійна підготовка управлінських кадрів на протязі усього періоду їх діяльності[8, с. 280-283]. В то же час, необхідно зазначити, що сам процес професіоналізації управлінської діяльності також потребує механізму впровадження. Дослідник менеджменту Ф. Малік зазначив: «Австрійський кібернетик Марія Прукнер звернула мою увагу на те, що менеджмент можна порівняти з операційною системою комп'ютера. Управління комп'ютером здійснюється через операційну систему, програми можуть працювати тільки через неї. Якщо операційна система не працює, то не працюють програми. Якщо менеджмент і управління власною особистістю не працюють, то не працює і суспільство; організації та власне життя розвиваються не так, як нам

того хотілося б» [7, с. 27]. Важливо, також, звернути увагу, що однією з характерних особливостей сучасного менеджменту є те, що він став масовою професією і управлінською діяльністю займається велика кількість людей. Але особливо «вражає, що лише деякі менеджери проходять систематичну професійну підготовку. Менеджмент – найважливіша масова професія в сучасному суспільстві, але, на жаль, – і ми не можемо залишити без уваги гнітючу істину, – це професія без професійної підготовки» [7, с. 77]. Для сучасного українського суспільства повне розуміння цієї проблеми іще не наступило. Це є досить поганим симптомом, щодо розуміння проблеми професіоналізму взагалі. Але вже зараз необхідно зрозуміти, що сам по собі професійний і результативний менеджмент не появиться і його марно чекати.

Таким чином, світова і національна складність цього процесу не може задовольнити нас і дати додатково деякий термін для повноти розуміння проблеми. Необхідно діяти, досліджуючи процес професіоналізації менеджменту з різних сторін, але деякі елементи цієї діяльності, вже сьогодні, є пріоритетними. Визначимо ці елементи щодо механізму професіоналізації управлінської діяльності в Україні (табл. 1).

Узагальнюючи розгляд основних елементів механізму професіоналізації менеджменту в Україні, визначимо важливі тенденції та параметри цього процесу. При цьому, необхідно зауважити, що даний процес потребує системних дій. Розвиток лише окремих напрямків та забезпечення їх ресурсними можливостями не дасть позитивного результату, на який чекає сучасне українське суспільство. Опираючись на методологію і концепцію професіоналізації управлінської діяльності дослідника системи менеджменту Кузнєцова Е.А. [3, 4, 6], визначимо наступне.

Перше. В сучасних умовах досягнення у процесі професіоналізації управлінської діяльності не можуть існувати без розвитку не просто науки менеджменту, а системної взаємодії науки, аналітики і практики менеджменту. Інноваційні технології менеджменту в сфері управлінського консалтингу створюють можливості для досягнення більш високих стадій цієї взаємодії.

Друге. Обмежені інвестиційні можливості повинні направлятися для підтримки, в перше чергу, такого інноваційного явища, я «повний

**Таблиця 1. Елементи механізму професіоналізації
управлінської діяльності [4, с. 154-155]**

Елементи механізму	Характеристика елемента
1	2
Мета	Якісно змінити систему професійної підготовки менеджерів в Україні; створити умови для розвитку процесу взаємодії науки, аналітики і практики менеджменту; забезпечити інноваційну динаміку розвитку професійної системи менеджменту; створити організаційно-економічні і правові умови впровадження базових рівнів професійної підготовки управлінських кадрів; створити умови для формування і розвитку науково-дослідного потенціалу менеджменту і забезпечити зв'язок з іншими галузями науки; визначити умови для розвитку управлінського консалтингу, як доміанти процесу професіоналізації менеджменту; створення і подальший розвиток професійних асоціацій з менеджменту; розвиток процесів глобалізації управлінської діяльності в Україні
Завдання	Переглянути стандарти підготовки менеджерів в університетах України, забезпечити професійну апробацію нових стандартів у бізнес-середовищі та професійних асоціаціях, впровадити нові стандарти в навчальний процес; створити законодавчу базу для розвитку Вищих шкіл менеджменту нового інноваційного зразка, використовуючи в цій діяльності процеси корпоратизації бізнесу і глобалізації управлінської діяльності; започаткувати процеси системної організації наукових шкіл менеджменту; розглянути і прийняти Закон України «Про професійну підготовку управлінських кадрів»
Процедури	Створити і погодити з виконавцями логічний план дій для виконання поставлених завдань: - адміністрації університетів і кафедр менеджменту переглянути і створити нові науково-методичні комплекси по кожному предмету підготовки менеджерів інноваційного зразка; - адміністрації університетів і завідувачам кафедр менеджменту забезпечити процедуру зовнішньої експертизи науково-методичних комплексів бізнес-середовищем, професійними асоціаціями, консалтинговими компаніями і відомими спеціалістами в сфері менеджменту;

Продовження таблиці 1

1	2
	<ul style="list-style-type: none"> - створення умов для попереднього розгляду ВРУ проекту закону «Про професійну підготовку управлінських кадрів»; - запустити процес створення попередніх умов для підготовки і відкриття корпоративних вищих шкіл менеджменту інноваційного зразка, враховуючи реальний і інтелектуальний потенціал регіонів України; - визначити першочергові дії щодо активізації процесу створення професійних асоціацій з менеджменту.
Критерії оцінки	Шкала якісних показників, показник ефекту організаційної синергії, інтегральні індекси і параметри професіоналізації менеджменту, показники і параметри системно-інтегральної стадії взаємодії науки, аналітики і практики менеджменту тощо
Учасники	Державні установи, університети, вищі школи менеджменту, професійні асоціації, спеціалізовані фонди, наукові центри та інститути, інші юридичні і фізичні особи, які задіяні в системі дії інноваційного механізму професіоналізації управлінської діяльності
Ресурси	Матеріальні, фінансові, інформаційні і людські ресурси учасників впровадження інноваційного механізму професіоналізації управлінської діяльності
Методи та інструменти впливу	Прийоми і вплив на ресурси учасників механізму на основі наступних варіантів: комплексу дій адміністративного, мотиваційного, соціально-економічного, технологічного, правового характеру
Система контролю	Система діяльності по забезпеченню своєчасного і повного виконання намічених процедур; визначення суб'єктів контролю, виконання механізму організаціями з представленням усіх параметрів цього контролю
Правове забезпечення	Закон України «Про освіту»; Закон України «Про науку і науково-технічну діяльність»; Закон України «Про професійну підготовку управлінських кадрів» (необхідно прийняти); комплекс Законів України про розвиток підприємницької діяльності

інноваційний цикл», де існує механізм (менеджмент) повного доведення нововведення до стадії інновації з можливим ефектом дифузії інновації, тобто практичного впровадження однієї інновації на декілька адаптованих об'єктів.

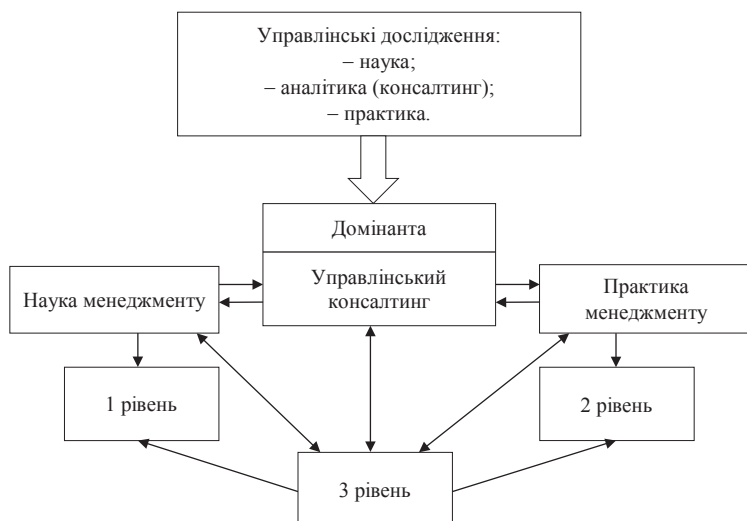
Третє. Розвиток університетської управлінської науки, як такої що має прямий вплив на розвиток менеджмент-освіти. Необхідно перейти від формальних ознак оцінки якості управлінських досліджень до реальних, які відповідають саме науково-дослідній базі сучасного менеджменту і визначають умови глобальної конкурентоздатності науки менеджменту.

Четверте. Розвиток системи післядипломного професійного навчання діючих кадрів менеджменту. Вектор професійного навчання більше має перспективу, ніж вектор відбору управлінських кадрів. Відбір управлінських кадрів пов'язаний, в першу чергу, з формуванням контингенту для адаптованого навчання такого персоналу, який показує професійну та інтелектуальну спроможність до швидкого інноваційного навчання. Інакше, ми будемо чекати позитивного результату діяльності від управлінських кадрів, які не спроможні взагалі дати цей результат.

П'яте. Важливою, також, є реальна практична діяльність щодо створення суб'єктів незалежної професійної оцінки процесу професіоналізації управлінської діяльності. Державні інституції мабуть мають право на експерту оцінку цієї діяльності, наприклад, державних закладів вищої освіти, або тих структур, яким вони видали ліцензію на здійснення освітянської діяльності. Але, як показує досвід передових університетів світу, головне – це оцінка професійних інклюзивних організацій, які створені і об'єднують дійсних фахівців, в нашому випадку, в сфері менеджменту. Зрозуміло, що важливим елементом такої експертизи є, також, оцінка системою бізнесу. Саме бізнес є найбільше зацікавленою стороною підготовки професійних управлінських кадрів різного рівня і функціональності їх практичної активності.

Таким чином, процес професіоналізації управлінської діяльності в Україні потребує системних змін зі сторони усього суспільства, але важливо визначити головні акценти структурно-логічної схеми дій, які спроможні вплинути на кінцевий результат (рис. 1). Додатково необхідно звернути увагу, що структура трьох рівнів процесу професіона-

лізації управлінської діяльності [4, с. 109-111] має певне наповнення і вони знаходяться в стані взаємодії і системної залежності одна від одної. Це означає, що розвитком одного рівня, наприклад, первинної управлінської освіти, загальний процес професіоналізації не буде ефективним. В Україні саме первинна управлінська освіта має досить масштабне розповсюдження, тобто майже усі університети ведуть підготовку менеджерів. Кількісно, можливо, це добре, але, з позиції якості, існує багато зауважень. В першу чергу, – це проблема визначення відмінностей економічної і управлінської освіти.



Рівень	Характеристика
1 рівень	– формується науковими дослідженнями, як головними факторами розвитку, а також опосередковано впливають усі учасники процесу професіоналізації менеджменту
2 рівень	– формується практичними дослідженнями, як головним фактором розвитку, а також опосередковано впливають усі учасники процесу професіоналізації менеджменту
3 рівень	– формується на основі взаємодії науки, аналітики і практики; безпосередньо впливає на розвиток усіх учасників процесу професіоналізації менеджменту

Рис. 1. Структурно-логічна схема механізму професіоналізації менеджменту [4, с. 156]

Механізм професіоналізації менеджменту в Україні в умовах його практичного впровадження є механізмом системних змін, які об'єктивно визначають майбутнє розвитку суспільства. Управлінський ресурс сьогодні проходить процес капіталізації, що є причиною формування управлінського капіталу, як менеджменту нової інноваційної якості. Процес таких змін ставить перед суспільством нові завдання щодо змін в існуючій системі підготовки управлінських кадрів. До цього потрібно ставитися не як до виникаючої можливості розвитку, а як до необхідної реальності сучасного прогресу.

Необхідно, також, додати і звернути увагу на те, що безпосереднє практичне здійснення змін, безперечно, є одним з найважливіших етапів процесу управлінської діяльності. Це потребує високої професійної кваліфікації менеджерів і вимагає від них певної управлінської культури. Тому для системного впровадження механізму професіоналізації менеджменту в Україні необхідно підготувати простір для реалізації важливих і об'єктивно необхідних передумов. Це означає, що запуск механізму необхідних змін буде визначати перелік об'єктивних та потрібних дій, які відповідають наступним базовим вимогам, а саме концентрації зусиль, інтегрованості елементів, збалансованості системи, результативній командній роботі. Визначимо деякі особливості цього управлінського процесу.

Створення умов для запуску управлінського процесу для здійснення змін пов'язане з формуванням «трансформаційного трикутника», який представляє собою взаємно обумовлену конструкцію, яка дозволяє чітко визначити напрямки діяльності та відповідне розмежування відповідальності. Це визначає дію трьох векторів в системі управлінської ієрархії: – «згори донизу», що обумовлює встановлення керівництвом основного курсу перетворень з метою концентрації загальної уваги на проблемах підвищення ефективності і створення умов для її вирішення; – «знизу догори» – рух широких мас визначеного кола організацій, спрямований на пошук нових підходів для подолання труднощів, що виникають, та забезпеченню зростання ефективності; – «горизонтальний, або міжфункціональний» вектор – реорганізація ключових бізнес-процесів (встановлення нових взаємозв'язків між напрямками діяльності, виконуваними функціями та інформаційним забезпеченням) для досягнення принципів проривів у ключових

сферах здійснення змін. Така інтегрована і збалансована конструкція об'єднує окремі ініціативи у цілісну програму зі стійкими внутрішніми зв'язками. Реальні результати можуть бути досягнуті тільки, якщо зусилля за всіма трьома напрямками будуть скоординованими та взаємопов'язаними.

Необхідно, також, розробити програму здійснення змін, або так звану «штурманську карту», яка дозволяє правильно побудувати послідовність дій. Практика проведення подібних змін свідчить, що для успіху здійснення змін важливими є не стільки специфічні методи їх здійснення, скільки дотримання ряду керівних принципів, а саме: – мета змін, яка визначається підвищенням ефективності процесу професіоналізації менеджменту, коли слід встановити стійкі зв'язки між цілями проведення змін у суспільстві та жорсткими критеріями результативності; – вибір стратегії та реорганізація організаційної структури, що мають доводити чи правильно орієнтована стратегія і фактори її життєздатності; – формування управлінської команди, як основного будівельного елемента, який повинен забезпечувати загальну ефективність діяльності.

Важливо мати на увазі, що процес змін повинен ґрунтуватися на цінностях суспільства та професії менеджера, зміни повинні ґрунтуватися на розвитку нових професійних управлінських компетенцій, слід концентрувати зусилля на пріоритетних цілях, які визначають вибір виключно тільки таких, які забезпечують життєздатність в умовах конкуренції.

Таким чином, елементи механізму професіоналізації управлінської діяльності можуть бути інтегровані між собою для досягнення головної мети і стратегічного кінцевого результату. Зрозуміло, що цей механізм має характеристику стратегічного процесного явища, його елементи знаходяться в системі певної інноваційної динаміки, яка робить його більш гнучким і результативним в контексті нових процесних змін. При моделюванні управлінського процесу в системі впровадження і дії механізму професіоналізації управлінської діяльності необхідно враховувати стан і динаміку розвитку компонентів управлінського процесу [4, с. 22-24]. Крім технологічних управлінських процедур щодо визначення ресурсної бази механізму професіоналізації, системи пріоритетних цілей, пограничних умов, які в сукупності

показників усіх компонентів складають контур управлінського процесу, важливо забезпечити основу управлінського процесу – взаємодію суб'єкту і об'єкту управлінського процесу по каналам прямого і зворотного зв'язку. Особливо важливо зрозуміти, що взаємодія суб'єкту і об'єкту в межах управлінського процесу є виключно взаємодією людей. Професіоналізм людських ресурсів сьогодні є визначальним для досягнення результативності, особливо в такій специфічній сфері діяльності, як впровадження механізму професіоналізації менеджменту. Іншими словами, управлінський супровід (менеджмент) процесу професіоналізації управлінської діяльності повинен мати вищий ґатунок професійної компетенції. Тому доручати цій процес потрібно виключно управлінським кадрам найвищої управлінської компетенції, які мають професійні та інтелектуальні характеристики інноваційного походження і наділені ознаками технологічної креативності [9, с. 289-291]. Розвивати професію можуть тільки ті фахівці, які є найкращими у своїй професії.

Література

1. Дункан Джек У. Основополагающие идеи в менеджменте. Уроки основоположников менеджменту и управленческой практики. Пер. с англ. – М.: Дело, 1996. – 272 с.
2. Канке В.А. Философия менеджмента: учебник / В.А. Канке. – М.: КНОРУС, 2010. – 392 с.
3. Кузнєцов Е.А. Впровадження механізму професіоналізації управлінської діяльності в Україні / Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. Т.16, Вип. 2 (36): збірка наукових праць. – Одеса: Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, 2017. – С. 9-21.
4. Кузнєцов Е.А. Методологія професіоналізації управлінської діяльності в Україні. Монографія / Е.А. Кузнєцов. – Херсон: ОЛДІ ПЛЮС, 2017. – 382 с.
5. Кузнєцов Е.А. Принципи демократичної меритократії професійної системи менеджменту / Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. Т. 16, Вип. 3 (37): збірка наукових праць. – Одеса: Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, 2017. – С. 9-19.
6. Кузнєцов Е.А. Соціокультурні та історичні умови становлення системи професійного менеджменту / Ринкова економіка: сучасна теорія і

- практика управління. Т.15, Вип. 2 (33): збірка наукових праць. – Одеса: Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, 2016. – С. 8-22.
7. Малик Ф. Управлять, работать, жить / Фредмунд Малик; пер. с нем. – М.: Издательство «Добрая книга», 2008. – 472 с.
 8. Минцберг Г. Требуются управленцы, а не выпускники МВА. Жесткий взгляд на мягкую практику управления и систему подготовки менеджеров / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. – 544 с.
 9. Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые создают будущее / Ричард Флорида; пер. с англ. Н.Яцюк; [науч.Ред. Р. Хусаинов]. – М.: Манн, Иванов и Фарбер, 2016. – 384 с.
 10. Хэмел Г. Будущее менеджмента / Гари Хэмел при участии Билла Бриана. – М.: Издательство «BestBusinessBooks», 2013. – 276 с.

РОЗДІЛ 30

МЕТОДОЛОГІЧНА ПЛАТФОРМА СТРАТЕГУВАННЯ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В КООРДИНАТАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

*д.е.н.,
професор кафедри економічної та фінансової політики,
Одеський регіональний інститут
державного управління Національної академії
державного управління при Президентові України
Карпенко Л.М.*

*к.е.н.,
доцент кафедри обліку, аналізу та аудиту,
Одеський національний політехнічний університет
Воронжак П.В.*

Високий рівень економічного розвитку, як показує досвід промислово розвинених країн світу, забезпечується низкою умов, головними з яких є накопичений науково-технічний, індустріальний, інвестиційний потенціал, інституційні чинники технологічного прогресу і державна підтримка інноваційних перетворень. Істотний вплив на інноваційно-інвестиційну діяльність, забезпечення лідируючих позицій, конкурентоспроможність у промисловості має потужність його інноваційного потенціалу. За таких умов особливого значення набуває обґрунтування теоретичних засад і практичних заходів щодо розвитку вітчизняного виробництва за рахунок формування та реалізації його інноваційного потенціалу та розробки стратегічних програм розвитку підприємства. Активізація інвестиційно-інноваційних процесів у підприємницької галузі повинна супроводжуватися створенням сприят-

ливого інвестиційного клімату та прозорості відносин в інвестиційно-інноваційній сфері, створенням умов для нарощування внутрішніх інвестиційних ресурсів, стимулюванням припливу іноземних інвестицій, стимулювання розвитку науки і освіти.

У сфері державного управління економікою стратегічне планування розвитку підприємництва допомагає підвищити ефективність реагування владних структур на зміни та дає можливість вчасно коригувати політику розвитку. Також стратегічне планування виступає своєрідним інструментом діалогу влади з представниками інших секторів економіки, сприяє формуванню узгоджених поглядів, виробленню бачення гармонійного соціально-економічного розвитку з оптимальним використанням наявних обмежених ресурсів, особливо в умовах децентралізації влади.

Для України європейська інтеграція – це шлях модернізації економіки, подолання технологічної відсталості, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій, створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника, вихід на світові ринки, насамперед на ринок Євросоюзу. Як невід’ємна частина Європи Україна орієнтується на діючу в провідних європейських країнах модель соціально-економічного розвитку підприємництва.

Програмні та методологічні питання інтегрованого управлінського аналізу інноваційно-інвестиційного розвитку підприємництва слід розглядати в такій послідовності: ідентифікація визначення об’єкта і предмета → цілей і принципів аналізу → розробка системи показників → вибір джерел інформації → вибір методів та моделей аналізу → визначення способів використання результатів.

З цього випливає, що система аналітичних інструментів інтегрованого управлінського аналізу, придатна для стратегування активізації інноваційно-інвестиційного розвитку підприємництва, має містити:

- об’єкт і предмет, цілі і принципи інтегрованого управлінського аналізу. Їх висвітлено раніше;
- систему показників інтегрованого управлінського аналізу, здатну висвітлити три складові стратегування (інноваційну, інвестиційну, стратегічну) та придатна для стратегування активізації інноваційно-інвестиційного розвитку підприємництва;

– джерела інформації, необхідні для здійснення процедур адміністрування та безпосередньо інтегрованого управлінського аналізу у стратегуванні;

– методи та моделі аналізу, застосовні до стратегування;

– способи використання результатів інтегрованого управлінського аналізу [2, с. 1-6].

Процес стратегування активізації інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства застосовує всі основні функції управління, зокрема планування, прогнозування, організація, мотивація, контроль, за певними адміністративними процедурами.

Проте, основний процес як об'єкт стратегування – це активізація інноваційно-інвестиційного розвитку, яка полягає в прискореній організації інноваційно-інвестиційної діяльності на відстань і в часі, що вимагає:

по-перше, формування ефективного організаційного механізму, що визначає взаємозв'язок завдань стратегування та засобів їх вирішення для управлінського персоналу підприємства в процесі інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства на тривалий час – горизонт, визначений у його стратегії;

по-друге, закладання стимулюючого (економічного) та компетентнісного (знаннєвого) підґрунтя як стратегування, так і активізації інноваційно-інвестиційного розвитку в цілому;

по-третє, застосування адміністративного підходу, поєднання процесу адміністрування та комплаєнс-контролю, оскільки стратегування пов'язано з обов'язковістю формалізації його процедур, які є новими для управлінського персоналу.

Формування організаційного механізму, що визначає взаємозв'язок завдань стратегування та засобів їх вирішення для управлінського персоналу підприємства в процесі інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства на тривалий час, на наш погляд, доцільно здійснювати шляхом організації стратегічного управління інноваційною діяльністю на основі збалансованої системи показників (ЗСП) і результатів прикладного стратегічного аналізу. По суті, йдеться про формування інноваційної складової збалансованої системи показників та аналізі показників, що входять до неї. Активізація інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства відбуватиметься за умов прискорення

інноваційного процесу. Тому останній також підлягає стратегуванню за рекомендованими етапами:

перший: визначення стратегічних цілей інноваційного процесу;

другий: побудова стратегічної карти інноваційного процесу;

третій: вибір показників інноваційного процесу;

четвертий: визначення цільових (еталонних, запланованих) значень показників інноваційного процесу;

п'ятий: розробка стратегічних інноваційних заходів.

Перший та п'ятий етапи достатньо глибоко висвітлені авторами [1, 2, 3, 7, 10, 12, 15, 17], тому лише додамо, що стратегічні цілі інноваційного процесу не є незалежними і відірваними одна від одної. Навпаки, вони тісно пов'язані і впливають одна на одну. Збалансована система показників передбачає обґрунтування причинно-наслідкових зв'язків між окремими стратегічними інноваційними цілями. Сформовані причинно-наслідкові зв'язки показують на ступінь функціональних залежностей між окремими стратегічними інноваційними цілями.

Детально розглянемо другий етап, оскільки інтуїтивні представлення управлінського персоналу по інноваціях про наявність причинно-наслідкових зв'язків між окремими стратегічними цілями інноваційного процесу з часом трансформуються в явні та відображаються наочно (документуються) у стратегічних картах інноваційного процесу, зразок якої наведений на рис. 1.

Цей приклад демонструє, що стратегічна карта інноваційного процесу визначає взаємозв'язок завдань стратегування інноваційного процесу та засобів їх вирішення для управлінського персоналу підприємства. Вона відображає взаємозв'язки між сформульованими раніше його стратегічними цілями, що є багато в чому універсальними для всіх типів підприємств.

Стратегічна карта інноваційного процесу є графічним документом, що відображає причинно-наслідкові зв'язки між окремими стратегічними цілями інноваційного процесу підприємства. На практиці стратегічна карта будується у вигляді блок-схеми, де синтезовані стратегічні цілі інноваційного процесу за результатами виникнення причинно-наслідкових зв'язків між ними. Стратегічна карта інноваційного процесу є однією із складових частин стратегічної карти внутрішніх бізнес-процесів і відповідно загальної стратегічної карти.



Рис. 1. Стратегічна карта інноваційного процесу

Джерело: побудовано автором на підставі [1, 5, 7, 8, 9, 13, 15]

Значущість побудови стратегічних карт інноваційного процесу для формування інноваційної складової СЗП полягає в тому, що вони:

- відображають характер та логічний зв'язок між окремими стратегічними цілями інноваційного процесу промислового підприємства;
- пояснюють комерційний результат об'єднання стратегічних цілей інноваційного процесу;
- обґрунтовують окремі стратегічні цілі інноваційного процесу;
- сприяють побудові інноваційної стратегії;

- пояснюють значення управлінських показників інноваційного процесу;
- сприяють кращому розумінню і кращій комунікації стратегічних цілей інноваційного процесу промислового підприємства;
- сприяють формуванню сприятливих умов праці між структурними підрозділами, що займаються інноваціями;
- сприяють процесу моделювання успішної інноваційної діяльності промислового підприємства.

Третій та четвертий етапи стратегування інноваційного процесу пов'язані з вибором його показників та визначенням їх цільових (еталонних, запланованих) значень. Так, завершення побудови стратегічної карти інноваційного процесу дозволяє перейти до вибору показників інноваційної складової збалансованої системи, які необхідні для чіткого і однозначного виразу змісту його стратегічних цілей, визначення ступеню їх досягнення.

Стимулююче (економічне) та компетентнісне (знаннєве) підґрунтя стратегування і активізації інноваційно-інвестиційного розвитку в цілому мають різну природу. Економічне підґрунтя утворює економічна ефективність інноваційно-інвестиційного розвитку, що вимірюється відповідними показниками, а компетентнісне підґрунтя має знаннево-освітню, тобто інтелектуальну природу. Спільним в них є: по-перше, процес адміністрування, по-друге, загальний результат – забезпечення прискорення інноваційного процесу та, у підсумку, інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства.

Застосування адміністративного підходу передбачає поєднання процесу адміністрування з комплаєнс-контролем, оскільки стратегування потребує обов'язкової формалізації його процедур.

Застосування адміністративного підходу та адміністрування в якості управлінського інструментарію стратегування активізації інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства доцільно, оскільки безпосередня та опосередкована участь у впливі на процес активізації ґрунтується на адекватному розумінні єдиного уявлення, сприйняття і використання його побудови. Але воно, у свою чергу, передбачає чітке освоєння основних елементів і правил подання складу, змісту і конструкції побудови і здійснення процесу адміністративною процедурою. Відповідно, можливості ефективного контролю й управління

залежать від того, як об'єкт управління являє об'єкт у деталях. Ступінь деталізації визначається ємністю наявної вихідної інформації і як розроблені методи її аналізу.

Первинним елементом побудови будь-якої процедури об'єктивно є дія, яка є основним конструктивним елементом організації стратегування, яка також може бути представлена адміністративною процедурою. У послідовності об'єднання її складових в адміністративну процедуру найбільш точно відбивається процес конструювання.

Операції та інші змістовні та структурні елементи адміністративної процедури (табл. 1) послідовно об'єднуються протягом управлінської діяльності, утворюючи:

- етапи як відрізки процесу, що визначаються отриманням проміжного результату, та фази, які виділяють частини циклу процедури по найбільш характерним зовнішнім ознаками;
- стадії у вигляді сукупностей однорідних операцій;
- цикли як періодично повторювані послідовності реалізації всіх представлених вище складових.

Кожна зі складових, об'єднуючись на основі певних критеріїв, забезпечує формування і використання ресурсів підприємства, вдосконалення побудови і здійснення відповідної адміністративної процедури, вбудовуючись в загальну управлінську діяльність та виконання окремих функціональних завдань.

Таблиця 1. Критерії визначення складових адміністративної процедури

Складова	Критерії визначення
1. Дія	– первинність, елементарність, однозначність, завершеність;
2. Операція	– професійна орієнтація, спеціалізація, адаптація;
3. Стадія	– функціональна однорідність, спільність, послідовність;
4. Етап	– проміжна виделяємость, результативність, керованість;
5. Фаза	– наочно формулюється, що характеризує образність;
6. Цикл	– періодично актуальна послідовність складу робіт.

Джерело: систематизовано на підставі [7, 13, 16, 17]

Представлене в табл.1 визначення критеріїв дозволяє не тільки їх ідентифікувати, а й зумовлює цілі і зміст можливого застосування кож-

ного з елементів адміністративної процедури. Так, виділення фаз використовується для ідентифікації характерних станів розвитку циклу процесу стратегування на основі зовнішніх спостережень. Це важливо для синхронізації реакцій організаторів, користувачів і спостерігачів процесу, віднесення дій і результатів аналізу та оцінки його стану до конкретної частини. Зрозуміло, що подібна ідентифікація фаз циклу процесу стає необхідною основою адміністративної прив'язки і орієнтації всіх наступних акцій.

Розділення циклу на етапи дозволяє закласти основи формування та застосування механізму процесного управління з оцінюванням проміжних результатів активізації інноваційно-інвестиційного розвитку та корекції на їх основі здійснення процесу активізації [11;12].

Це дозволяє, не доводячи до кінця свідомо неефективний цикл стратегування, повернутися до ще нездійснених або неповністю проведених дій і операціям адміністративної процедури.

На відміну від етапів тривалість і межі стадій чітко не визначаються, навіть якщо взагалі можуть бути виділені. Наповнення стадій однорідними операціями визначає функціональний зміст діяльності відповідних підрозділів управління. Ця однорідність дозволяє об'єднати інформаційну базу, персональний склад, професійно-кваліфікаційну підготовку, методики, комунікації взаємодії та інші ресурси в цілеспрямовано функціонуючі структурні утворення зі стратегування (підрозділи робочі групи зі стратегування, стратегічний комітет тощо). Все це дозволяє не тільки чітко детермінувати адміністративну процедуру, але і цілеспрямовано, конструктивно, на загальній адміністративній основі вибудувати і оптимізувати послідовність і зміст її побудови і здійснення.

При цьому всі виділені елементи і конфігурація їх інтеграції в процес функціонування діючої організаційної структури підприємства вибудовують послідовність формування і здійснення адміністративної процедури. Зрозуміло, що вона, використовуючи класичні основи побудови процесу детально і різноманітно адаптує і кооперує їх в умовах розробки та застосування універсальної моделі побудови адміністративної процедури стратегування (рис. 2).

Така модель, комплексно об'єднуючи основні складові процесу постановки і досягнення мети, послідовно розкриває побудову адмініст-

ративної процедури наступним чином. Якщо функціонує промислове підприємство володіє всією сукупністю складових стратегування, проявом властивостей і особливостей динамічної організації, то найпростіші дії, об'єднані в професійні операції, забезпечують цілеспрямоване формування і послідовне здійснення виробничими та управлінськими підрозділами функціональних стадій процесу організації стратегування. Ефективне проведення стадій дозволяє отримати конкретні проміжні результати, що виділяють етапи, послідовно формуються в фази дослідження і впливу циклу процесу організації стратегування на активізацію інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства.

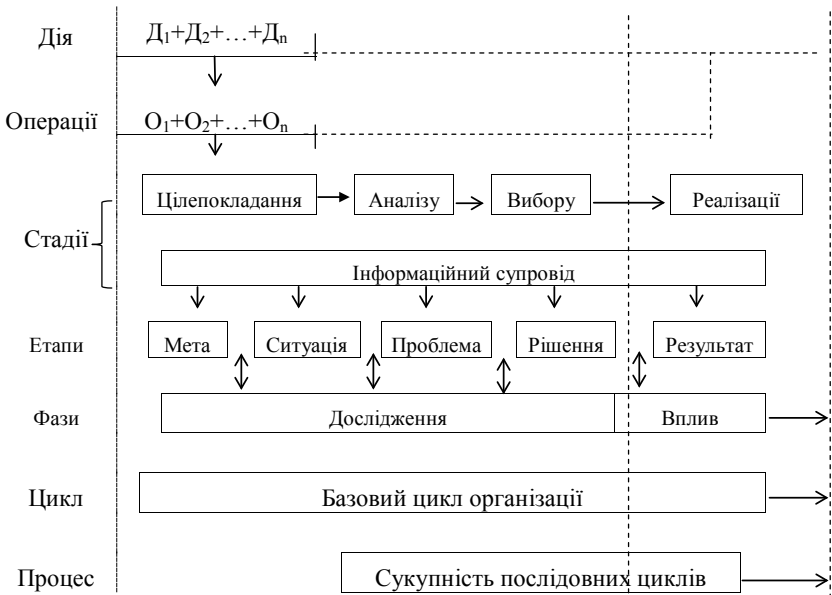


Рис. 2. Універсальна моделі побудови адміністративної процедури стратегування

Джерело: власна розробка

Періодично актуальна послідовність циклів складається в одиничний процес, який тісно переплітається з іншими паралельно і послідовно здійснювати процес. Це складне, багаторівневе об'єднання в

кінцевому рахунку формує і представляє комплексну модель адміністративної процедури стратегування процесу та конкретних заходів і програм активізації інноваційно-інвестиційного розвитку промислового підприємства.

Типологія адміністративних процедур складається не тільки з певних сукупностей реалізації однорідних форм, розмаїття способів застосування або характерних і специфічних видів їх практичного прояви, але і позиціонує конкретні механізми можливого використання в різних процесах і системах. Так, на цій основі формується, функціонує і модернізується, зокрема:

- алгоритм процесу планування активізації інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства;
- пакет програм інформаційного забезпечення стратегування активізації інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства;
- методика оцінки економічної ефективності конкретних заходів і програм активізації, інвестиційного проектування, інноваційно-інвестиційних проєктів, а також результативності інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства;
- інструментарій оцінки й оплати персоналу, задіяному у стратегуванні та активізації інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства;
- механізм документообігу стратегування;
- система компласнс-контролю виконання адміністративних процедур.

Кожна з таких функціональних складових з часом матиме відпрацьовану процедурну основу, що забезпечує оперативне управління завданнями активізації, уніфікацію професійної взаємодії підрозділів і окремих виконавців, реорганізацію базових і освоєння нових засобів і методів стратегування, постановку їх здійснення на основі сучасних інформаційних технологій.

Удосконалення і розвиток адміністративних процедур на базі даної типології дозволяють детермінувати актуальні завдання і конкретизувати участь у їх постановці та вирішенні безпосередніх функціональних завдань активізації інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства. Зокрема, коли потрібно оцінити перспективи інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства порівняно з конкурентами і застосувати метод бенчмаркетинга [13, 15, 16, 17] для

порівняння своєї діяльності з практикою активізації інноваційно-інвестиційного розвитку інших підприємств, не лише промислових, з метою здійснення конкретних змін, що дозволяють покращити діяльність і підвищити її конкурентоспроможність. Особливості бенчмаркінга: а) загальносистемний характер (обхват всіх аспектів діяльності компанії, включаючи її корінні зміни як системи в цілому); б) чітка спрямованість на досягнення кращого рівня; в) прикладна орієнтація на досягнення конкурентних переваг. Саме цей метод, застосований у дослідженні, що проводилося протягом 2009-2016 рр., дозволив встановити застосовність краудфандінгу, краудсорсінгу, краудінвестінгу як інноваційних організаційно-економічних інструментів інвестування для активізації інноваційно-інвестиційного розвитку 11-х промислових підприємств.

Стратегія інноваційно-інвестиційного розвитку промислового підприємства є об'єктивною основою для обґрунтування розподілу ресурсів (інвестиційних, інтелектуальних, інформаційних та інших) для виробництва і збуту інноваційної продукції, тому процес бюджетування слід розглядати як управлінську технологію в гнучкому розвитку підприємства, необхідну для стратегування активізації його інноваційно-інвестиційного розвитку.

За авторським підходом методикою система бюджетування передбачає комплаєнс-котроль або аудіювання. Досвід його застосування в фінансово-банківській сфері продемонстрував доцільність та застосовність до використання на рівні промислового підприємства. Елементами системи виступають центри фінансової відповідальності, які виконують певне навантаження, реалізують функцію перевірки на відповідність та, як правило, носять назву «Комплаєнс» або «Комплаєнс-контроль». Постановка бюджетного і стратегічного управління на підприємстві в умовах комплаєнс-контролю призводить до підвищення ефективності діяльності підприємства в умовах сталого розвитку.

Характеристика елементів комплаєнс-контролю наведена у табл. 2.

Комплаєнс – обов'язкова складова системи управління, однією з найважливіших частин якої є система внутрішнього контролю (аудиту). Комплаєнс формує фундамент контролю діяльності підприємства, яке функціонує на ринку з тих чи інших правил.

**Таблиця 2. Характеристика основних елементів
комплаєнс-контролю на підприємстві**

Елемент (риса)	Характеристика
А	1
1. Незалежність	<p>Складається з 4 окремих взаємопов'язаних комп-ленс-елементів:</p> <ul style="list-style-type: none"> – служба комплаєнс-контроль повинна мати офіційний статус; – наявність фахівця з комплаєнс-контролю, який від-повідає за контроль групи і координацію управління комплаєнс-ризиками; – відсутність ситуації виникнення конфліктів інтересів між здійсненням комплаєнс-контролю і контролем виконання персональними функціями на підприємстві; – відкритий доступ до необхідних даних і окремих бюджет для реалізації функцій комплаєнса у групи осіб комплаєнс-контролю.
2. Офіційний статус	<p>Нормативи, що регулюють функцію комплаєнс-контроль, необхідно прописати у внутрішньому документі підприємства. Нормативний акт по функції комплаєнс-контролю повинен містити такі положення:</p> <ul style="list-style-type: none"> – завдання та функції структури комплаєнс-контролю і обов'язки комплаєнс-фахівців; – умови забезпечення незалежності комплаєнс-контролю; – спосіб взаємодії комплаєнс-служби з іншими підрозділами з питань контролю ризиків; – принцип розподілу по підрозділах; – право відповідальних на отримання всієї необхідної інформації, а також обов'язок співробітників з надання потрібних даних для контролю комплаєнс-нормативів; – право на проведення внутрішніх розслідувань по потенційним порушенням норм комплаєнса із залученням необхідних осіб; – співробітники комплаєнс-підрозділів повинні мати право вільного вираження своїх поглядів передачі відомостей щодо комплаєнс-контролю порушень; – контроль виконання обов'язків зі звітуванням вищому керівництву; – прямий доступ фахівців структури комплаєнс-контролю до ради директорів і його комітетів (якщо вони є у підприємства).

Продовження таблиці 2

1	2
3. Підзвітність персоналу комплаєнс-контролю	Фахівці комплаєнс-контролю підзвітні керівникам структур і відділень підприємства. У той же час вони можуть бути підзвітні керівнику комплаєнс-контролю всієї організації щодо комплаєнс-інформації.
5. Доступ до будь-якої внутрішньої інформації	Служба комплаєнс-контролю може за власною ініціативою здійснювати взаємодію з будь-якими службовцями підприємства і має мати доступ до будь-яких джерел інформації, необхідних для виконання комплаєнс-функцій. Можливість безперешкодної роботи комплаєнс фахівцям повинна бути надана у всіх підрозділах, де мають місце комплаєнс-ризиків;
6. Необхідне ресурсне забезпечення	Ресурси, надані комплаєнс-контроль службі, повинні забезпечувати можливість ефективного контролю і управління комплаєнс-ризиками. Одна з важливих складових комплаєнс-ресурсів – це кваліфікація і досвід комплаєнс-контролю фахівців, а також їх якості особистості;
7. Взаємодія з регулюючими і наглядовими органами	Формування ефективної системи співробітництва служби комплаєнс-контролю з усіма категоріями установ, що здійснюють перевірку їх діяльності. Можливі складнощі: – надання документації та її розшифровка досить витратний за часом процес, а ненадання інформації в визначений термін тягне за собою додаткові проблеми; – при виникненні розбіжностей по суті певного документа необхідно організувати конструктивне обговорення спірних питань. Це вимагає спеціального досвіду і забирає зайві ресурси; – необхідний особливий досвід і кваліфікація в питаннях узагальнення підсумків зовнішніх перевірок, особливо у тих ситуаціях, коли виявлені істотні порушення.

Джерело: удосконалено автором на підставі [8, 15, 17]

Комплаєнс-система – це комплекс видів контролю за ходом діяльності бізнес-процесів на підприємстві у частині використання технічного, фінансового та людського капіталу.

Комплаєнс-контроль, незалежно від ставлення до нього власників і топ-менеджерів підприємства, ніколи не буває нульовим, тому при розподілі функцій між різними підрозділами необхідно забезпечити механізм співпраці підрозділів та керівників функцій комплаєнс-контролю у

цілому. Розподіл комплаєнс-функцій між службами можна рекомендувати в такій спосіб: незалежна перевірка системи внутрішнього контролю є функцією внутрішнього аудиту; організація поточного контролю процедур з управління комплаєнс-ризиками є функцією окремою структури комплаєнс-контролю, де працюють комплаєнс-менеджери. Комплаєнс-менеджери – це куратори комплаєнс-функції фінансової організації, що відповідає за організацію процесу комплаєнс-контролю. Функції комплаєнс-менеджера: особиста участь у створенні локальної документальної бази в якості методолога і автора/співавтора; навчання персоналу (спільно з кадровою службою); перевірка обґрунтованості бюджетів за необхідністю фінансування заходів з впровадження в бізнес-процеси процедур виконання нових вимог; налагодження ділових відносин з бізнес-підрозділами та іншими контрольними підрозділами (внутрішні аудитори, ризиковики, служби безпеки і т.д.);

При налагодженій взаємодії комплаєнс-менеджера та кадрової служби, інших аналогічних служб можливе отримання синергетичного ефекту.

Узагальнимо основні навички фахівця у галузі комплаєнс-контролю: досвід контролю дотримання правових нормативів і внутрішніх вимог підприємства (конфлікти бізнес-інтересів, етичні норми, антикорупційні заходи); кваліфікація у галузі міжнародного законодавства (FCPA, UK Bribery); комунікабельність, вміння пояснити іншим працівникам правила комплаєнс-контролю й етику ведення бізнесу; системність контролю і запобігання потенційних комплаєнс-ризиків; високий рівень знань з контролю комплаєнс-ризиками, з теорії ймовірностей, статистики.

Підсумовуючи характеристику функціональної природи комплаєнс-контролю, узагальнимо, що при ухваленні рішення щодо запровадження комплаєнс-контролю на підприємстві потрібно пам'ятати, що комплаєнс-контроль надає комплексну оцінку ведення бізнесу та обґрунтовує прийняття управлінських рішень у системи управління бізнесом, тобто надає перевагу на користь фінансово-економічних показників діяльності. При здійсненні бюджетного управління займає ключовий етап – реалізація функції перевірки на відповідність відносно проведення бізнесу по плану; надає інтегральну оцінку виконання бюджетів за центрами фінансової відповідальності. Тобто

інноваційно-інвестиційний розвиток комплаєнс-контроль буде ефективно контролювати лише за тими показниками, які характеризують витрати та ефект – фінансово-економічну основу інноваційно-інвестиційного розвитку.

Кожне підприємство прагне скоротити фінансовий цикл, так як це веде до збільшення прибутку. Для скорочення фінансового циклу можна запропонувати наступні дії: зменшити період обертання товарно-матеріальних запасів за рахунок більш швидкого виробництва і реалізації інноваційної продукції; скоротити період обертання дебіторської заборгованості за рахунок прискорення розрахунків; збільшити період скорочення кредиторської заборгованості (уповільнення розрахунків за придбані ресурси).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підсумовуючи дослідження, зазначимо, що розробка ефективної стратегії інноваційного розвитку підприємства – передумова високих темпів росту економіки країни. Багаторічний досвід розробки й реалізації інноваційних проектів на основі змішаної форми фінансування (бюджетні та позабюджетні кошти) підтверджує на необхідність державної підтримки. Для прискорення інноваційного розвитку вітчизняних підприємств промисловості необхідно розробити пакет економічних заходів, який стимулював би інноваційну діяльність підприємств. Створення зон інноваційного розвитку – одна із форм реалізації територіальних пріоритетів, коли обумовлюється інноваційно-інвестиційна привабливість певної галузі економіки.

Інноваційний розвиток підприємств залежить від інвестиційних ресурсів. Інвестиційна сфера – найважливіша в економіці будь-якої держави, а для вітчизняних підприємств – найактуальніше питання. Розвиток інвестиційної діяльності обумовлює виробничий потенціал та конкурентоспроможність підприємства, його фінансово-економічну стабільність [5, 7, 8, 9].

Обґрунтування управлінського інструментарію для стратегування активізації інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства дозволило дістати наступних висновків, узагальнень та пропозицій:

Стратегування активізації інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства застосовує всі основні функції управління за певними адміністративними процедурами, але основним об'єктом його є акти-

візація інноваційно-інвестиційного розвитку, що полягає в прискореній організації інноваційно-інвестиційної діяльності на відстань і в часі. Її ефективність забезпечує системне запровадження: організаційного механізму, що визначає взаємозв'язок завдань стратегування з засобами їх вирішення для управлінського персоналу підприємства в процесі інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства, стимулюючого (економічного) та компетентнісного (знанневого) підґрунтя як стратегування, так і активізації інноваційно-інвестиційного розвитку в цілому; поєднання процесу адміністрування та комплаєнс-контролю, оскільки стратегування пов'язано з обов'язковістю формалізації його процедур, які є новими для управлінського персоналу.

Розроблене методичне забезпечення процесу стратегування активізації інноваційно-інвестиційного розвитку промислового підприємства суттєво відрізняється в частині трьох методик. Методика оцінювання інноваційно-інвестиційних проектів в умовах комплаєнс-контролю: синтезує аналітичну функцію оцінювання доцільності впровадження проекту та прогнозу оцінку його виконання; застосовує функцію комплаєнс-контроля у складі комплаєнс-системи; інтегрує комплексний підхід до процесу стратегування активізації інвестиційної діяльності і обґрунтовує в аналітичному вимірі рекомендації щодо оцінювання ефективності інвестиційного проекту за критерієм конкурентоспроможності підприємства. Методика аналізу зміни фінансово-інвестиційного стану підприємства під впливом економічних результатів інноваційно-інвестиційного проекту підвищує ступень чистоти грошових потоків від запровадження інвестиційного проекту; виконує комплексну інтегральну оцінку інвестиційного проектування шляхом деталізованого дослідження грошового потоку від інвестиційної, операційної та фінансової діяльності.

Методики і рекомендації щодо оцінювання ефективності стратегування процесу активізації інноваційно-інвестиційного розвитку промислового підприємства за критерієм конкурентоспроможності використовують метод ефективної конкуренції, оскільки той спирається не лише на ефективність використання ресурсів, тобто потенціалу підприємства, але й на ефективність процедур адміністрування. Наведені методики з шістьох професійних позицій, які обслуговують різні функції стратегування (консультант-теоретик-експерт-аналітик-клієнт-

організаційний менеджер), застосовні для оцінки перспективи інноваційно-інвестиційного розвитку з чотирьох позицій: а) експерта та аналітика: методика оцінювання інноваційно-інвестиційних проєктів; б) експерта, аналітика та клієнта (варіація – як партнера): методика аналізу фінансово-інвестиційного стану підприємства за методами оцінювання рівня його фінансово-економічної діяльності; в) організаційного менеджера та експерта: методика та рекомендації щодо оцінювання ефективності стратегування процесу активізації інноваційно-інвестиційного розвитку промислового підприємства.

Вищевикладена концепція, яка пропонується у роботі, використовується авторами для оцінки ефективності та доцільності прийняття інвестиційних рішень, визначення інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємств виробничої сфери, перспектив розвитку Одеського регіону. Автори наголошують, що для забезпечення науково-технологічного потенціалу України потрібний цілий комплекс ретельно розроблених заходів, причому роль держави повинна бути визначальною. Щодо можливого подальшого розвитку наукового дослідження, важливим на думку автора є поглиблення існуючих розробок з методології формування інноваційно-інвестиційної стратегії інноваційного розвитку підприємства та прийняття інвестиційних рішень у контексті розвитку сучасних технологій управління; практичні рекомендації щодо застосування прогностичної валідності ефективності інвестиційних проєктів та інвестиційної діяльності підприємств.

У цілому, проведений аналіз за обраною проблематикою дослідження забезпечує аналітичною базою здійснення інтегрованого управлінського аналізу розвитку вітчизняних підприємств промисловості у конкурентному середовищі, дозволяє оцінити інноваційний потенціал підприємств промисловості в координатах глобалізаційних змін економіки.

Література:

1. Добровольський Е. Бюджетирование: шаг за шагом. / Е.Добровольский, Б.Карабанов, П.Боровков, Е.Глухов, Е.Бреслав // 2-е изд.дополн. – СПб.: Питер, 2011. – 480 с.
2. Захарченко В.И. Инновационное развитие в Украине: наука, технология, практика: [моногр.] / В.И. Захарченко, Н.Н. Меркулов, Л.В. Ширяева. – Одесса: «Печатный дом», «Фаворит», 2011. – 598с.

3. Ильшева Н.Н., Крылов С.И. Учёт, анализ и стратегическое управление инновационной деятельностью / Н.Н. Ильшева. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 216с.
4. Karpenko L. Base alternatives and the paradigm of impact investing development in the coordinates of globalization changes and euro integration. In Lidiia Karpenko, Pavlo Voronzhak (ed). Proceedings of the 4 th International Conference on European Integration 2018. Ostrava: VSBTechnical University of Ostrava, 2018, pp. 659-668. ISBN 978-80-248-4169-4, ISSN 2571-029X
5. Karpenko L.N. Modernization in the administration management decisions of innovative development of industry enterprises / L.N. Karpenko // Economy and management: collection of scientific works. – Vinnitsa, 2016. – V. 1 (21). – P.109-118
6. Сухарев О.С. Синергетика инвестиций: учеб.-метод.пособие / О.С. Сухарев, С.В. Шманёв, А.М. Курьянов; под ред. проф. О.С. Сухарева. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2011. – 368 с.
7. Tetiana H., Karpenko, M.L., Olesia, F.V., Yu, S.I. & Svetlana, D. (2018). Innovative methods of performance evaluation of energy efficiency project. Academy of Strategic Management Journal, 17(2), 1-11.
8. Узунов В.В. Основи формування механізму державного управління розвитком інноваційно-відтворювального потенціалу регіонів / В.В. Узунов // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – №16. – С. 115-119
9. Хрущ Н.А. Корпоративне управління в Україні: процеси формування та розвитку: [моногр.] / Н.А.Хрущ // К.:Кафедра, 2012.– 309 с.
10. Яковлев А.І. Оцінка ефективності нововведень при сучасному характері економічних процесів / А. І. Яковлев // Фінанси України. – 2007. – № 7. С. 10–22.
11. Individual Competence Baseline for Project, Programme & Portfolio International Project – 4th edition. – Management [Text] – Management Association, 2015. – 415 p.
12. Voronzhak P.V. Systematization of indicators of innovative development atinnovation-active industrial enterprise /P.V. Voronzhak // Socio-economic problems of the modern period of Ukraine: Sb. sciences works. – Lviv, 2014. – Vip. 6, (110). – P. 215-220.
13. Tetiana H., Maryna C., Lidiia K., Michail M., Svetlana D. (2018). Innovative model of enterprises personnel incentives evaluation. Academy of Strategic Management Journal, 17(3), 1-6.

14. Янчук А.О. Інструменти фінансово-кредитного механізму державного регулювання розвитку аграрного виробництва та їх ефективність [Текст] / А.О. Янчук, Є.Ю. Маркова, П.В. Воронжак // Науковий вісник Полісся. – № 3(11), ч. 1. – 2017. – С. 117-122.
15. Fabozzi F.J., CFA. Investment management / F.J.Fabozzi // 2nd ed. – USA, New Jersey 07458, 2008. – 837 pages.
16. Frank J. Fabozzi, CFA. Investment management / Frank J. Fabozzi. – 2nd ed. – USA, New Jersey 07458, 2008. – 837 pages.
17. Pearce J.A. Strategic Management: formulation, implementation and control / J.A. Pearce, R.B. Robinson // 8-th ed. – McGraw-Hill/Irwin, New York, 2013. – 1087 pages.

РОЗДІЛ 31

МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМНИЦТВА В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

*к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту та інновацій,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Мазур О.Є.*

В сучасних умовах роздрібна торгівля потребує сприятливих умов господарювання, які забезпечуються державним управлінням. Проблеми управління розвитком роздрібною торгівлі в економічних системах, що трансформуються, розглядаються і розв'язуються в роботах багатьох українських вчених – Шубіна О. і Гончарука Я. [1], Міценка Н., Васильціва Т. і Заярної Н. [2], Лазебної І. [3], Височин І. [4] та інших. Для цих праць характерний глибокий рівень розроблення економічних важелів державного впливу на торгівлю – фінансово-кредитного, податкового, інвестиційного та ін., а також опрацювання механізмів створення конкурентного середовища, забезпечення доступу підприємств до матеріальних та інформаційних виробничих ресурсів тощо. Водночас слабо обґрунтовані концептуальні засади створення зазначених механізмів, не вироблено єдине бачення щодо філософсько-методологічного підґрунтя формування ефективної системи управління в сфері роздрібною торгівлі. Саме ці питання є предметом дослідження в цій роботі.

Ми виходимо з того, що управління – це впорядкований процес цілеспрямованого впливу суб'єкта управління на об'єкт управління з метою досягнення певного корисного ефекту. Згідно з кібернетичним підходом, управління має відтінок примушення, підконтрольної цілеспрямованості, бо передбачає безальтернативне приведення

об'єкта управління в бажаний стан. В такому строгому трактуванні воно придатне лише для керування механізмами і не може застосовуватися для нелінійних соціальних систем, для яких визначальним механізмом розвитку є самоорганізація. З іншого боку, незважаючи на багатоваріантність розвитку самоорганізованих систем, кількість їхніх можливих траєкторій не є нескінченною, і людина має змогу обрати оптимальний для неї шлях і управляти ним, вирахувавши можливі сценарії розгортання подій і їхні наслідки. Маючи інформацію про майбутній бажаний стан і способи слідування спонтанним самоорганізуючим тенденціям системи, можна скоротити період виходу на бажаний аттрактор— майбутню форму організації. Враховуючи певні обмеження і переваги порізненого застосування кібернетичного і синергетичного підходів у розв'язанні проблеми управління інституціональним розвитком підприємництва в роздрібній торгівлі, необхідна їх творча інтеграція, доповнена системним підходом і аналізом.

Під кутом кібернетичного підходу управління є інформаційною системою, яка охоплює об'єкт управління(керовану систему), суб'єкт управління(керуючу систему), а також інформаційні зв'язки та управлінські взаємодії між об'єктом та суб'єктом (рис. 1). Для дослідження структурного складу та механізму дії системи управління розвитком торговельного підприємництва використовуємо метод декомпозиційного аналізу, котрий дає змогу розглянути систему як сукупність взаємозв'язаних систем нижчого рівня, які, своєю чергою, також можуть бути

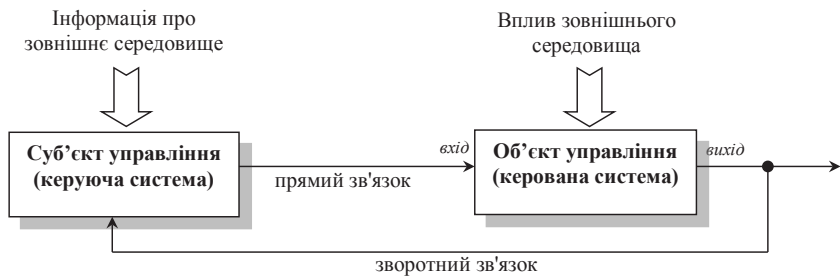


Рис. 1. Універсальна кібернетична схема процесу управління

розкладені на підсистеми, компоненти, елементи і так далі. Базовими системами у складі системи управління є керуюча та керована системи.

Об'єктом управління (керованою системою) є підприємництво в роздрібній торгівлі. Як надскладна самоорганізована система, підприємництво не має жодної конкретної мети, а сенсом його існування є сам процес функціонування і постійна еволюція зі своїми рушійними силами та обмеженнями. Тому діяльність сфери роздрібної торгівлі неможливо визначити через мету, а лише через функції, з-поміж яких провідною є продаж товарів та послуг покупцям для задоволення різноманітних потреб особистого споживання. Натомість, мету кожного з суб'єктів підприємництва ідентифікувати цілком можливо: найчастіше це отримання прибутку на основі реалізації ресурсної, організаційної та інноваційної підприємницьких функцій під час здійснення товарообмінних операцій з кінцевими споживачами.

Як складний соціально-економічний інститут, торгівельне підприємництво має всі ознаки соціальної системи, тобто цілісної єдності взаємопов'язаних елементів. Воно складається з множини підсистем, ключовими з яких є: економічна (секторна, ресурсна, територіальна і функціонально-процесуальна), інституціональна (соціально-організаційна, технологічно-організаційна та підсистема інституціональних відносин) і соціальна (або культурно-етична) (табл. 1). Ці підсистеми, теж належні до типу складних соціальних систем, не піддаються однозначному розмежуванню в силу власної природи, тому їхнє співвідношення характеризується радше як взаємопроникнення, або інтегрованість. Вони дуже тісно взаємопов'язані, а їхні функції не суперечать виконанню провідної функції об'єднувальної їх системи – роздрібної торгівлі.

Підсистеми торгівлі функціонують на основі розгалуженої системи зв'язків і відносин, що утворюються між суб'єктами торгівельного підприємництва. Виділяється два типи зв'язків, які зумовлюють особливості відповідних відносин: господарсько-технологічні (забезпечують єдність і безперервність функціональних операцій торгових суб'єктів з приводу товарно-грошового обміну) та інтеграційні (забезпечують комерційну та некомерційну кооперацію і самоорганізацію підприємств). В рамках внутрісистемних зв'язків виникають і реалізуються різноманітні соціальні, економічні, інституціональні, техніко-технологічні, організаційні, юридично-правові та інші відносини.

Таблиця 1. Підсистеми підприємництва в роздрібній торгівлі

Підсистема та її характеристика	Агрегований елементний склад
<p><i>1.Економічна</i></p>	
<p>1.1.Секторна – характеризує склад каналів реалізації продукції роздрібними підприємствами</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Форма організації: організований, неорганізований та нелегалізований сектори
<p>1.2.Ресурсна – забезпечує роздрібний бізнес матеріальними та нематеріальними засобами для здійснення основної діяльності</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Кадри: керівники, фахівці, технічні спеціалісти, виконавці, робочі, працівники охорони, молодший обслуговуючий персонал, учні (стажери) • Фінансові кошти: власні, позикові, залучені • Інвестиції: структура інвестицій роздрібногo бізнесу, структура інвестицій в роздрібний бізнес • Технології: технології передпродажного етапу, технології продажу, технології посткупівельного етапу • Технічне обладнання: торговельне немеханічне обладнання (торгові меблі), торговельне механічне обладнання (ресстратори розрахункових операцій, вимірювальне обладнання, холодильне обладнання), торговий інвентар • Інформація: прості і складні інформаційні системи • Транспорт: залізничний, морський, річковий, авіаційний, автомобільний • Складське господарство і приміщення: торговельні приміщення, приміщення для приймання, зберігання і підготовки товарів до продажу, підсобні приміщення, адміністративно-побутові приміщення, технічні приміщення • Земля (оренда, купівля)
<p>1.3.Територіальна – характеризує пропорції розвитку роздрібногo торгівлі в регіонах та в розрізі сільської та міської місцевостей, а також забезпеченість населення об'єктами роздрібногo торгівлі (місцезнаходження, розподіл і щільність)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Регіональна структура: роздрібний товарооборот, товарооборот на 1 особу, забезпеченість населення торговими площами і магазинами, середній розмір магазину та ін. в розрізі регіонів і динаміці • Територіальна структура: роздрібний товарооборот, товарооборот на 1 особу, забезпеченість населення торговими площами і магазинами, середній розмір магазину та ін. в розрізі сільських та міських територій і динаміці
<p>1.4. Функціонально-процесуальна – розкриває зміст послдовності здійснення підприємницької діяльності роздрібногo магазину</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Аналітично-розрахункова діяльність • Процедура легалізації підприємства (ресстрація, ліцензування, отримання іншої дозвільної документації) • Залучення ресурсів та їхнє послднання • Здійснення торговельних та пов'язаних з ними операцій • Ліквідація підприємства

Підсистема та її характеристика	Агрований елементний склад
<p>2. Інституціональна</p> <p>2.1. Соціально-організаційна – втілює прагнення роздрібних підприємств до самостійної чи сумісної діяльності, а також до ризику; показує розвиток багатокладності роздрібного бізнесу</p> <p>2.2. Технологічно-організаційна – виражає різноманітність організації і побудови суб'єктів роздрібної торгівлі</p> <p>2.3. Підсистема інституціональних відносин – характеризує особливості організації вертикальної і горизонтальної взаємодії торговельних суб'єктів, а також норми і правила взаємодії з початковими товарами і ресурсами, покупцями і державою</p> <p>3. Соціальна (культурно-етична) – розкриває моральні принципи, цінності підприємств, їхнє ставлення до суспільних проблем, а також відношення до споживачів</p>	<p>• Форми власності: державна, колективна, приватна</p> <p>• Організаційно-правові форми: фермерські господарства, орендні, спільні, дочірні, іноземні, акціонерні товариства, товариства із повною, до-датковою і обмеженою відповідальністю, командитні товариства, філії, асоціації, корпорації, споживчі кооперативи, споживчі товариства та інші</p> <p>• Технологічні типи торгівлі: стаціонарна, напівстаціонарна, посылкова, електронна, пересувна</p> <p>• Тип торгового об'єкту: магазин, павільйон, кіоск, палатка, намет, лоток, ятка, товарний склад, крамниця-склад, магазин-склад</p> <p>• Торговельні формати: гіпермаркет, супермаркет, дискаунтер, магазин «біля будинку», спеціалізований продуктовий магазин, малоформатний магазин та інші</p> <p>• Наявність спеціалізації: магазин з універсальним асортиментом, спеціалізований</p> <p>• Форма організації: торговельні мережі, лінійний роздріб</p> <p>• Тип формалізації відносин: формальні (задокументовані) обмеження, неформальні (незадокументовані) обмеження</p> <p>• Інтеграційні процеси: об'єднання, поглинання, злиття, кооперація, самоорганізація</p> <p>• Етика</p> <p>• Соціальна відповідальність</p> <p>• Консьюмеризм</p>

Джерело: авторська розробка

Суб'єктом управління (керуючою системою) розвитком підприємства в роздрібній торгівлі є держава – соціальне системне утворення, що являє собою специфічну структуру і одночасно механізм впливу на різноманітні суспільні, в тому числі економічні, процеси. Головна мета держави – забезпечення підвищення якості життя громадян в широкому розумінні (задоволення матеріальних і духовних потреб, забезпечення правового і громадського порядку, підвищення зовнішньої безпеки, розвиток демократичних інститутів, захист прав і свобод громадян, розвиток ринкових механізмів тощо). Провідна функція держави – впорядкування процесів суспільного розвитку через взаємоузгодження різноманітних вимог і потреб суспільних прошарків, що виражається у розробленні та реалізації внутрішньої та зовнішньої державної політики.

Систему «держава» теж потрібно розглядати як інтеграційний конструкт, що охоплює, на наш погляд, сім ключових підсистем: інституціональну, організаційно-ієрархічну, адміністративно-територіальну, інформаційну, інструментально-методологічну, предметно-функціональну та підсистему управлінських рішень (табл. 2).

Таблиця 2. Підсистеми в структурі системи «держава»

Підсистема та її характеристика	Агрегований елементний склад
1	2
1. Інституціональна – виражає сукупність норм і правил функціонування органів державного управління з приводу розподілу предметів їх відання, а також взаємодії з суспільством	<ul style="list-style-type: none">• Формальні правила (узаконені нормативними актами правові статуси і повноваження органів влади і управління)
2. Організаційно-ієрархічна – розкриває організаційну структуру державного управління, включаючи характеристики підпорядкованості держорганів	<ul style="list-style-type: none">• Законодавча влада (Президент України, Верховна Рада України, сільські, міські, районні, обласні ради народних депутатів, Київська міська рада, Верховна Рада Автономної республіки Крим)• Виконавча влада (Кабінет Міністрів України, міністерства та відомства підпорядковані КМУ, міські, районні, обласні державні адміністрації, Рада Міністрів Автономної республіки Крим,

Продовження таблиці 2

1	2
	<p>відомчі організації та служби, підпорядковані міністерствам та Кабінету міністрів)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Судова влада (суди загальної юрисдикції та Конституційний Суд України)
<p>3.Адміністративно-територіальна – характеризує управлінсько-правові стосунки і розподіл повноважень між центральними і місцевими владними структурами</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Облaсті/Автономна Республіка Крим • Райони • Міста • Райони у містах • Селища міського типу • Села • Селища
<p>4.Інформаційна– відображає сукупність інформаційних ресурсів, що формується під час пошуку, фіксації, аналізу, оцінки та використання даних, пов'язаних з пізнанням та впливом на суспільні процеси як об'єкт управління</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Звернення підприємців та їхніх об'єднань до держорганів • Дані, отримані під час контрольних перевірок торговців • Дані моніторингу торговельного сектору • Аналітичні й наукові матеріали з професійних друкованих видань
<p>5.Інструментально-методологічна – описує принципи, форми, методи, підходи, інструменти, засоби та моделі державного управління</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Універсальні управлінські функції (цілепокладання, планування, мотивація, організація, контроль) • Методи управління (адміністративні, економічні, соціально-психологічні; прямі та опосередковані) • Рівні управління (стратегічне, тактичне, оперативне) • Форми управління (планування, прогнозування, програмування)
<p>6.Предметно-функціональна – характеризує предметні напрями регулювання суспільної системи</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Соціальна політика • Економічна політика • Національна політика • Екологічна політика • Міжнародна політика
<p>7. Підсистема управлінських рішень – в документальній формі розкриває результати управлінської роботи державних органів</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Закони України (конституційні та звичайні) • Підзаконні нормативно-правові акти (укази, постанови, накази, розпорядження, рішення, статuti, правила та ін.)

Джерело: розроблено автором

Каркас держави як системи утворюють вертикальні і горизонтальні взаємозв'язки і взаємовідносини. Вертикальні відносини виникають внаслідок регламентованої підпорядкованості органів влади і виражають розподіл повноважень між вищими та нижчими управлінськими ланками, а горизонтальні характеризують рівнозначний правовий стан владних структур і найчастіше утворюються при координуванні діяльності рівнозначних за рівнем влади органів задля вирішення конкретних суспільних питань. Вертикальні зв'язки домінують над горизонтальними, що свідчить про схильність держави до централізації.

Важливою характеристикою вертикальних і горизонтальних відносин є наявність зворотних зв'язків, котрі показують реакцію нижчого державного рівня на рішення і дії вищого рівня. До таких, так званих суб'єктних зворотних зв'язків, належать аналіз, оцінка і контроль виконання функціональних обов'язків посадових осіб. Особливого значення це набуває в країнах з децентралізованим управлінням, де зворотний контроль і взаємодія покликані ефективно запобігати відокремленню державних органів один від одного, дублюванню їхніх функцій, в цілому розбалансованості структурних компонентів державної системи. Без механізму зворотного зв'язку державний інтерес поступово стає пріоритетним над суспільним.

Взаємодія суб'єкта та об'єкта управління здійснюється за допомогою прямих і зворотних зв'язків між ними. Прямі зв'язки виражають вплив державних органів на торговельне підприємництво з метою коригування його поведінки, а зворотні зв'язки показують реакцію торговців на управлінські рішення держави, тим самим сигналізуючи про якість управління. Особливістю прямих зв'язків є те, що оскільки приватна власність захищена законом, то держава не може справляти безпосередній вплив на роздрібних торговців і прямо втручатися в їхню підприємницьку діяльність. Державні управлінські рішення реалізуються лише опосередковано – через вплив на інституціональні стосунки підприємців з суб'єктами оточуючого середовища. Встановлюючи правила щодо відносин, які складаються на кожній стадії організації товарообмінного процесу, держава спрямовує інституціональний розвиток роздрібної торгівлі на досягнення суспільно-корисного результату.

Наявність прямих та зворотних зв'язків гарантує гомеостаз системи управління, тобто її здатність до самозбереження і саморегуляції. Через постійний, циклічний обмін інформацією між державою і роздрібними підприємцями система управління індукує скоординовані реакції, в такий спосіб зберігаючи динамічну рівновагу свого внутрішнього стану.

Присутність зворотного зв'язку між суб'єктом і об'єктом управління є фундаментальним кібернетичним законом, без якого неможлива організація ефективного управління на наукових засадах. Саме зворотні зв'язки сигналізують про досягнутий результат і є підставою для коригувальних заходів. Зворотні зв'язки реалізуються через легітимну політичну систему (партії, групи інтересів, групи тиску) і через громадські формальні і неформальні об'єднання й організації. Формами зворотних зв'язків між торговельним підприємництвом і державою є: лобізм, участь у засіданнях державних структур, направлення письмових запитів і клопотань до держапарату, участь у відкритих обговореннях, неофіційні контакти з посадовими особами до і після вступу в силу управлінських рішень та інше.

Однією з ознак системності управління розвитком роздрібною торгівлі є її відділення від зовнішнього середовища. І хоча відмежованість соціальних систем від зовнішнього оточення є значною мірою умовною, можна стверджувати, що система державного управління як відокремлена системна структура перебуває в полі дії сил і швидкозмінних факторів економічного, політико-правового, географічного, ментально-культурного, духовного, міжнародного та іншого характеру, котрі уособлюють різноманітні сфери життєдіяльності суспільства. По суті, система управління формується на тлі і під впливом саме зовнішнього середовища, а її конкретний тип визначається його характеристичними особливостями. Більше того, функціонування системи управління можливе лише через взаємодію, взаємозв'язки і реактивні пристосування до змін у середовищі: управління мусить спиратися на сприйняття та адаптацію до численних інформаційних сигналів, що безперервно надходять ззовні. Зовнішнє середовище підживлює управлінську систему ресурсами, а також виступає в ролі обмежувального фактора, проявляючи здатність до гальмування чи блокування управлінських рішень або дій, якщо суспільство до них не підготов-

лене. Відсутність підтримки з боку зовнішнього середовища не лише знижує ефективність управлінської діяльності, а й ставить під сумнів необхідність і можливість самого існування системи управління. Відкритість системи зовнішньому середовищу, разом із прямими та зворотними суб'єктно-об'єктними управлінськими зв'язками, забезпечує гомеостаз системи управління.

Метою державного управління підприємництвом в роздрібній торгівлі є досягнення прогресивних інституціонально-економічних зрушень в його структурі, які забезпечать підвищення конкурентоздатності й ефективності торговельного сектору. Провідна функція державного управління – створення сприятливих регуляторних, фінансових, податкових, інвестиційних, соціальних та інших умов для формування рівних, конкурентних і відповідальних відносин між сторонами у реалізації товарів, а також стимулювання повноцінного інституціонального розвитку роздрібно торгівлі.

Задачами державного управління інституціональним розвитком підприємництва в роздрібній торгівлі є:

- формування нормативно-правового поля регулювання інституціональних відносин в роздрібній торгівлі, яке забезпечує рівність і баланс інтересів суб'єктів та запобігає їхній опортуністичній поведінці;

- підтримання, захист і розвиток конкуренції в сфері роздрібно торгівлі, запобігання антимонопольним тенденціям в роздрібних мережах;

- стимулювання розвитку підприємницької ініціативи суб'єктів роздрібно торгівлі, орієнтованої на інноваційну модель господарювання;

- створення нормативних умов захисту прав споживачів продукції в сфері торговельного обслуговування;

- впровадження ефективних механізмів ресурсного забезпечення та стимулювання ефективного розвитку інфраструктури торговельної галузі, включаючи ринок об'єктів нерухомості, транспортну галузь, банківську сферу, інвестиційні фонди тощо.

Критерієм ефективності системи управління розвитком роздрібно торгівлі є ступінь досягнення системою її головної мети, тобто отриманий результат (ефект), який може бути забезпечений за найбільш повного виконання системою управління її функцій і задач. Систему управління розвитком роздрібно торгівлі слід вважати ефективною,

якщо на виході вона забезпечує прогресивний інституціональний розвиток торговельного сектору.

Серед кількості елементів системи обов'язково є системоутворювальний елемент, або фактор. Системоутворювальний фактор – це фактор, який поєднує об'єкти в систему, тобто є ознакою системи і одночасно джерелом її виникнення. Він сприяє підтриманню системи в рівноважному (гомеостатичному) стані і забезпечує процес спадкоємності в розвитку системи. Системоутворювальний фактор розглядають як інструмент перевірки належності об'єкту до класу систем: якщо знайдено фактор, то знайдено і систему. Систему управління розвитком роздрібною торгівлі формують кілька системоутворювальних факторів:

Людина – керуюче джерело компонентів і сила, що своєю волею утворює систему управління, а також є її основним структурним компонентом. Люди свідомо будують і вдосконалюють управлінські конструкції, спираючись на потреби економічного розвитку країни і беручи до об'єктивну уваги необхідність входження до глобального ринку.

Головна мета – підвищення ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі і прогресивний розвиток торговельного сектору. Без мети управління втрачає зміст існування. Мета, як результат, «вихід» системи управління, утворює її, адже саме заради досягнення мети елементи поєднуються і структуруються в систему. При цьому мета кожного елемента не суперечить загальній меті.

Орієнтація на майбутнє – прагнення забезпечити прискорене, з мінімальними втратами входження України до ЄС та у глобалізований простір, підвищення якості життя і споживання та ін. Фактор майбутнього перетинається з фактором мети, адже мета завжди має проєкцію на перспективу. З іншого боку, майбутнє розширює горизонти мети, підсилюючи мотивацію до вдосконалення управлінських функцій, а нові цілі щодо соціально-економічних успіхів завжди зміцнюють і розвивають систему. Натомість, невизначеність майбутнього здатне призвести до дезінтегрованості системи управління торгівлею, втрати динамічності, системної впорядкованості і загалом сповільнити розвиток системи.

Головна функція – забезпечення ефективного функціонування та сприяння перспективному розвитку роздрібною торгівлі. Ця функція

виражає сенс існування і призначення системи управління, а тому обумовлює її структуру, функціонування, розвиток, а також виконання кожним елементом своїх функцій. Будь-яка зміна механізму функціонування системи, особливо його ускладнення, спричинить відповідні трансформації у структурі системи і її зв'язках.

Системоутворювальні зв'язки – інформаційні зв'язки між суб'єктом і об'єктом управління, що забезпечують єдність системи. Вони охоплюють прямі й зворотні зв'язки, які структуруються на відносини субординації, координації тощо. Взаємозв'язки між компонентами є не тільки постійними стабілізуючими системоутворювальними факторами (жорсткими та м'якими), а й виконують системозбережувальну роль: без обміну інформацією між елементами система припиняє функціонувати і втрачає цілісність.

Управління інституціональним розвитком роздрібною торгівлі є різновидом соціальних систем, бо створюється і функціонує через людську діяльність. Воно являє собою системну діяльність зі свідомої організації, координації і регулювання торговельного підприємництва на всіх його рівнях. Це завжди організована цілісність, тому вона потребує безперервного підтримання функцій організації, регулювання, узгодження та ін. Система управління є самокерованою, але водночас піддається впливу екзогенних чинників.

За різними критеріями типологізації система управління розвитком торговельного підприємництва належить одночасно до кількох класів: вона є штучною (створена людиною), відкритою (постійно обмінюється інформацією з оточуючим середовищем), організованою (має виражену організаційну структуру), кібернетичною (відбиває обмінно-інформаційні процеси), складною (її не можна охарактеризувати через кінцеву кількість підсистем), макромасштабною (є значним за розміром утворенням), багатоелементною (складається з багатьох складових), ієрархічною (її елементи характеризуються підпорядкованістю), поліфункціональною (виконує кілька функцій), багатоцільовою (спрямована на досягнення кількох цілей), з комбінованим керуванням (блок керування системою вбудований в саму систему і водночас нею можна керувати ззовні).

Ключовою характеристикою системи управління торгівлею є її складність, яка проявляється у поєднанні різнорідних компонен-

тів (соціальних і природних), багатоманітні зв'язків та відносин між елементами, а також неоднозначності, недетермінованості функціонування і розвитку. Складність елементного змісту, інформаційних потоків і взаємодії з оточуючим середовищем впливає на динаміку внутрішніх процесів, а також пошук шляхів вдосконалення організації системи. Керування такою системою теж належить до найвищого рівня складності, бо здійснюється, в тому числі, через зміну структури самої системи.

Застосування наукових здобутків кібернетичної і синергетичної теорій, які на нинішньому етапі здатні найбільш повно описати підходи до управління складними соціальними системами, дало змогу сформулювати методологічні імперативи (засадничі принципи, вимоги) щодо ефективної системи управління інституціональним розвитком роздрібної торгівлі:

Реальна відкритість системи «держава» до оточуючого середовища.

Система є відкритою, якщо, будучи оточена соціальним середовищем, вона має вхід (рецептор), на який постійно надходять імпульси у вигляді вимог і підтримки, а на виході (ефекторі) – управлінські рішення і дії. Ми розуміємо реальну відкритість не як задекларовану, формальну, а лише як справжню, фактичну відкритість державних органів до запитів зовнішнього середовища і торговельних суб'єктів, що проявляється у реальному функціонуванні зворотних зв'язків в системі управління.

Відкритість держави має кілька складових. По-перше, вона забезпечує адаптивність управлінської системи до зовнішнього середовища. Система управління торгівлею не конструюється задля самої себе і не має за мету ресурсне підтримання власного існування, тому контакти з середовищем (політичними, соціальними, міжнародними, культурними та іншими факторами) можна лише частково розглядати як джерело живлення системи управління. Основне же призначення матеріально-інформаційного обміну державного управління з зовнішнім середовищем полягає у коригуванні ступеня відповідності керуючої системи рівню розвитку середовища. Управління – похідна від середовища: якщо воно функціонує в розріз з потребами суспільства, то останнє здатне блокувати управлінські рішення. Керуюча система, котра не лише побудована з врахуванням особливостей суспільного

розвитку, а й здатна сприймати і вчасно реагувати на зовнішні сигнали, може бути оцінена як раціональна і динамічна.

По-друге, відкритість держави передбачає наявність високої сприйнятливості її рецепторів, які містяться на умовному вході системи «держава» і призначені для безперервного збирання та обробки інформації, що надходить від підприємців та інших суб'єктів. Інформація формується на основі різноманітних потреб, усвідомлених роздрібними торговцями, які далі трансформуються в інтереси (що можуть бути направлені державі), а потім – у вимоги (вже сформульовані та спрямовані державним органам). Вимоги поділяються на розподільчі (щодо ресурсів, заробітної плати, робочого часу, оподаткування тощо), регульовальні (контроль за ринком, виробниками, монополістами, якістю товарів), комунікаційні (надання інформації, якість і своєчасність інформації, громадські приймальні та ін.). Ефективна система управління розвитком торгівлі може бути побудована лише за умови підвищення «чутливості» рецепторів, яке означає, що інформаційні сигнали потребують невідкладної реєстрації і систематизації у відповідних банках даних.

По-третє, держава повинна забезпечити термінове, інтерактивне реагування на запити торговельного сектору за принципом «сигнал – відгук». Вимоги торговців повинні сприйматися рецептором як імпульс для негайного запуску комплексу управлінських функцій. Недотримання цього імперативу, за умов значного потоку вимог, призведе до перевантаження системи управління і створить загрозу її дестабілізації. Накопичення вимог торговельного сектора на вході системи «держава» свідчить про ігнорування державним апаратом суспільної думки, а відтак і про невиконання провідної державної функції щодо підприємництва. Більше того, при послабленні функції суспільного управління може посилитися «егоцентрична» функція держави – державні органи почнуть працювати задля власних інтересів, підвищиться рівень бюрократизації, управлінські рішення на виході (ефекторі) не сприйматимуться суспільством. З часом система управління з неефективної перетвориться на деструктивну і деградує.

Таким чином, зворотні зв'язки в системі управління повинні виконувати роль ефективного регулятора, своєрідного налаштувального внутрісистемного механізму, що в разі потреби дає імпульс для перео-

рієнтування цілей, завдань, стратегії і тактики управлінського впливу. Водночас зворотні зв'язки підтримують систему в стані гомеостазу і попереджають її руйнацію.

Адаптивність організації керуючої системи до динаміки і потреб торговельного сектору.

Розвиток інституту підприємництва в роздрібній торгівлі, якщо він відбувається за допомогою державного управління, потрібно розглядати не лише в розрізі глибоких змін в складі і поведінці сектору, а й через призму якісних змін у компонентах і механізмі керуючої ним системи. Однією з найважливіших вимог до побудови ефективної системи управління розвитком торгівлі ми вважаємо дотримання закону необхідного різноманіття У. Р. Ешбі [5, глава 11]. Згідно з формулюванням закону, якщо об'єкт управління є складною, поліаспектною системою, то і управління ним потрібно будувати на основі складності і різноманіття, в такий спосіб відображуючи структуру і варіативність проявів реакцій керованого об'єкта. Чим складнішою є керована система, тим вищим є рівень різноманіття її станів, а відтак і невизначеність поведінки. Мета управління полягає у зменшенні варіабельності станів керованого об'єкта і послабленні невизначеності, а це, своєю чергою, потребує щораз більшого ускладнення керуючої підсистеми. Інакше кажучи, обмеження різноманіття в поведінці керованого об'єкта досягається тільки за рахунок збільшення різноманітності управлінських команд керуючого суб'єкта. Мінімум управлінських сигналів означає мінімум різноманіття вихідних сигналів (результатів), а при управляючому впливі нижче критичного рівня адекватне управління взагалі стає неможливим.

При цьому нарощування складності держави як керуючої підсистеми, по-перше, повинно відбуватися тільки за рахунок інтенсивного, а не екстенсивного розвитку, і, по-друге, межа «оптимальної» системної складності державного управління в жодному разі не повинна наближуватися, а тим більше, бути тотожною до різноманіття і складності керованої системи – роздрібного бізнесу.

Отже, якщо торговельне підприємництво на сучасному етапі розвитку характеризується урізноманітненням форм власності, торговельних форматів, товарообмінних процесів, організаційних структур, маркетингових стратегій тощо, то, відповідно до закону Ешбі,

потрібно формувати таку систему управління, щоб вона відповідала різноманітним потребам підприємництва (забезпечувала пільгове кредитування структурних зрушень, оптимальне оподаткування новостворених підприємств, залучення з-за кордону прогресивних технологій, підготовку та перекваліфікацію кадрів та інше), а також торкалася перебудови ієрархічної структури держапарату згідно з потребами зовнішнього середовища. В такий спосіб досягнення загальносистемних цілей відбувається не за рахунок, а завдяки підсистемам торгівлі, через узгодженість цілей торговельного сектору з цілями кожної з підсистем.

Принцип адаптивності, таким чином, потребує перебування управління у стані «балансуючої системи», що забезпечується шляхом створення рівноваги між жорсткими методами керування і внутрішніми механізмами самоорганізації. В основу створення такої системи має бути покладена «модель життєздатної системи» С.Біра [6], яка охоплює п'ять функціональних підсистем: організацію, координацію, контроль, збір і обробку інформації, розробку політики, та має за мету досягнення компромісу між вимогами зовнішнього середовища і внутрішніми функціями системи. Організація системи управління за С.Біром не лише забезпечує її ефективне функціонування, а й сприяє самозбереженню.

Імператив адаптивності також охоплює необхідність змін у системі державного управління після біфуркаційних точок, через які проходить торговельний сектор. Якщо зміни в управлінні не відбудуться, або відбудуться недостатньо, управлінська система потягне торгівлю на старий аттрактор.

Пріоритетна роль внутрішніх механізмів самоорганізації в торговельному підприємстві.

Складні соціально-економічні інститути створюються не цілеспрямованими зусиллями, а виникають під час спонтанної самоорганізації індивідів, в тому числі під впливом хаосу, який теж є складовою самоорганізаційного механізму. Процеси самоорганізації в складних системах забезпечують дотримання стану нерівноважності, за якого відбуваються невинні зміни їхніх макроскопічних параметрів – стану, структури, складу, еволюції. В протилежному стані – рівноваги – такі системи зберігають свої показники і не розвиваються.

Свідомо спроектовані, культивовані чи трансплантовані без врахування самоорганізуючих чинників інститути майже ніколи не функціонують відповідно до проектувального задуму людини, відтак можливості управління інституціональним розвитком мають істотні обмеження. Інституціональні трансформації складних соціальних систем, зокрема сектору роздрібної торгівлі, зачіпають потреби, інтереси і цінності багатьох суб'єктів та соціальних груп, тому масштабні керувані дії в сфері інституціонального будівництва видаються нам нездійсненними. При реалізації управлінських функцій держава повинна лише «запустити» механізми самоорганізації в торговельному секторі і обачно коригувати неочікувані наслідки чи випадкові збої. У якості механізмів самоорганізації ми розуміємо не лише суто ринкові, конкурентні механізми, а й спонтанні економічні, соціальні, інституціональні процеси, які розвиваються у сфері розподілу і споживання. В разі підміни «тонкого налаштування» механізмами всеохоплюючого адміністративного регулювання є реальна загроза гальмування ефективного розвитку торгівлі, а в крайньому випадку – його деградація.

Інтересоцентричність системи управління торгівлею.

Еволюція інституту підприємництва в роздрібній торгівлі має загалом характер спонтанної самоорганізації, в основу якої покладено реалізацію потреб, прагнень, інтересів і цінностей суб'єктів. Інституційні відносини та особливості господарювання, таким чином, визначаються появою та інституціоналізацією господарських вимог роздрібних торговців, що проявляються як домінуючі в певний конкретно-історичний період. Управління розвитком торгівлі можливе лише з врахуванням цієї обставини і повинне базуватися на актуалізованих потребах і інтересах суб'єктів, тобто бути інтересоцентричним.

Ідентифікація аттракторів у розвитку роздрібної торгівлі.

Аттрактори складних нелінійних систем – це стійкі центри можливих шляхів еволюції системи, які притягують до себе траєкторію розвитку і забезпечують відповідну організацію навколишнього середовища. Вхідження системи в поле притягнення аттрактора означає, що в ній починаються процеси адаптації до нього, з'являються відповідні аттрактору процеси, компоненти і структура, змінюється середовище. Що довше система перебуває під дією певного аттрактора, то важче вийти з його області тяжіння і перемкнути її на інший аттрактор.

Тому перед розробленням регуляторних дій потрібно визначити, під впливом яких аттракторів перебуває система торговельного підприємництва, яким є її поточний стан. У якості аттракторів торгівлі можуть виступити: «ідеальна» модель роздрібного бізнесу, успішний зразок з-за кордону, найбільш прийнятний серед інших стан, новаторська торговельна технологія, харизматична особа-підприємець, досвід минулого тощо.

Вибір системою аттрактору як траєкторії розвитку не є випадковим: він залежить від особливостей функціонування і побудови системи, минулого досвіду, якості середовища та типу зв'язків з ним, біфуркаційного досвіду системи тощо. Сьогоднішній аттрактор торговельної галузі – це результат вибору з множини можливих варіантів шляху розвитку, що відповідає її природі, сформованим в минулому тенденціям, а також історії середовища. За несприятливого середовища система притягується до аттрактору, який може забезпечити найбільшу реалізацію внутрішніх резервів, за сприятливого – спирається на зовнішні стимуляції. Фактор середовища, на нашу думку, є одним із визначальних у впливі на вибір аттрактору: саме воно здатне слугувати і каталізатором економічного розвитку, підштовхуючи торгівлю до виграшного аттрактора, і її обмежувачем, направляючи торгівлю на програшні аттрактори.

Орієнтація на «резонансні зони торговельного підприємництва».

Відповідно до синергетичного підходу, самоорганізовані системи підтримують впорядкованість і організованість за рахунок впливів зовнішнього середовища: щоб зберегти нерівноважний стан, вони повинні здійснювати постійний інформаційно-енергетичний обмін з довкіллям, а також отримувати ззовні потік негентропії, адекватний до обсягу внутрішньої ентропії [7, с. 52]. За наявності реальної відкритості системи, когерентна робота її компонентів забезпечує мінімальний ефект внутрішньої ентропії, а відтак і максимальну нерівноважність. Система самостійно обирає аттрактор, котрий виражає власну тенденцію природного розвитку. Водночас в системі завжди зберігається область параметрів – так звані «резонансні зони», які навіть за незначних зовнішніх впливів суттєво прискорюють слідування системи вектором власного розвитку [8, с. 23-24]. Тому «управління реагуванням соціуму на зміну зовнішніх і внутрішніх умов в ідеалі зводиться

до пошуку «резонансних зон», де величина результату визначається на силою впливу, а узгодженістю з його внутрішніми властивостями» [9, с. 54]. Акцентування управління торгівлею на «резонансних зонах» означає, що достатньо знайти невелику кількість особливо чутливих сфер впливу (в їх основу, на нашу думку, має бути покладена інформація про нагальні потреби торговців) і застосувати до них механізми державного регулювання. Сприймавши відповідні до внутрішньої організації стимулювальні впливи (це може бути податкова, кадрова, інноваційна політика тощо), роздрібна торгівля самостійно побудує необхідну структуру. При цьому варто мати на увазі, що умовою ефективного впливу є не його сила, а правильна топологія («просторове розташування»), тобто узгодженість з іманентними якостями і характеристиками системи, що є передумовою її розвитку в напрямку досягнення поставлених цілей.

Визначення «порогу чутливості» керованої системи.

Держава, ініціюючи управлінський вплив на торгівлю, виступає в ролі генератора флуктуацій (збурень, рухів, збурень), які можуть спричинити і негентропійний, і ентропійний ефект. Негентропія, тобто зменшення хаотичності, розбалансування, з'являється в торговельному секторі під час конструктивних реформ, ентропія – внаслідок невдач. Завдання управлінської політики полягає в тому, щоб вирахувати «порог чутливості» підприємницького сектору, перевищення якого під час реалізації державної політики має бути недопустимим. Порог чутливості торгівлі представлений комплексом соціально-економічних «табу»: стосовно меж податкових ставок, обсягу адміністрування, прав вільного господарювання тощо.

Свою антиентропійну роль державне управління здатне виконати тільки за наявності в системі управління зворотних зв'язків. Інакше керуюча підсистема зосередиться на генеруванні деструктивних флуктуацій, які призведуть до досягнення торгівлею порогу самоорганізації, а далі сприятимуть лише інституціональній деградації і руйнації сектору.

Врахування сили керуючих впливів на об'єкт управління.

Сила флуктуацій, ініційованих державою, може мати різні наслідки на розвиток торговельного сектору. Недостатньо сильні флуктуації не справлять бажаного впливу, бо керована система відповість на

них «скочужанням» на старий аттрактор, тобто поверненням до попереднього стану чи структури (це пояснює невдачу багатьох державних реформ). За надто сильних флуктуацій система може зруйнуватися або спрямуватися на інший неефективний аттрактор, здатний спричинити формування нової дисипативної структури і поведінки системи. Резонування до позитивного аттрактора можливе за умови «делікатного» управління, яке балансується та гармонізується за допомогою нелінійних зворотних зв'язків.

В цьому контексті категорія «управління» позбавляється рис жорсткого, директивного, і набуває ознак м'якого регулювання, корегування, ініціювання. За думкою В.Некрасова, «синергетична теорія управління – це, в першу чергу, теорія несилового управління, яке не суперечить природному руху об'єкта» [10, с. 60]. Управляти торговельним підприємництвом в роздрібній торгівлі, на нашу думку, – означає спрямувати, підштовхнути цей сектор до виходу на власну лінію розвитку, запрограмовану внутрішніми процесами самоорганізації і самопідтримки, шляхом коригувальних дій, направлених на резонансні зони роздрібної торгівлі.

Вибірковість сценаріїв управління.

Намагання нав'язати торговельному сектору сценарій розвитку, який виглядає як ефективний, але не відповідає характеристикам системи і «абсорбуючим» можливостям щодо його сприйняття, приречене на невдачу. Якщо керуюча система впроваджує механізми, не релевантні до минулого і сучасного стану системи (нав'язує системі якісний стрибок за відсутності об'єктивних умов для нього), наймовірнішим результатом цього будуть або значні, проте даремні витрати матеріально-грошових ресурсів, або деструкція системи. Впорядковані, самоорганізовані процеси в такій системі поступово трансформуються на дисипативні, тобто творча енергія системи буде замінена на енергію хаосу й неупорядкованості, а дисипативні процеси зруйнують все, що не відповідає потребам системи, перерозподіливши вкладені кошти, технологію, інформацію тощо у відповідності з внутрішніми тенденціями середовища. Недотримання цього імперативу пояснює провали сценаріїв «шокової терапії» чи трансплантування деяких прогресивних інститутів на непідготовлене середовище. Він також прояснює ситуацію з «топтанням на

місці» підприємницького сектору України, який будується на основі власного усвідомленого вибору, а керована підсистема не полишає спроб перевести його на іншу, начебто прогресивну для держави, проте згубну для підприємців, траєкторію.

Вибір сценарію управління тісно пов'язаний з ідентифікацією домінуючого аттрактору. Чим ближче система до свого аттрактору, тим важче перенаправити її на інший, навіть більш ефективний аттрактор. Тривале і заслабке або типологічно невірне реформування системи лише змарнує час та кошти, бо система знову повернеться на колишній шлях. З іншого боку, якщо зовнішні флуктуації перевищують адаптаційні можливості системи, це може призвести навіть до появи точки біфуркації – дестабілізуючого, переломного для розвитку системи моменту. Рекомендація синергетики щодо вибору оптимального управління – м'які, точкові впливи, але в потрібний час і в потрібному місці.

Взагалі чим більшою є здатність системи до самоврядування, самоорганізації і самовпорядкування, тим меншої міри керуючого впливу вона потребує. Якщо система розвивається в сприятливих умовах, то її конструктивні властивості проявляються сильніше, і вона зменшує попит на державне управління, яке має стати «м'якшим» і зводиться лише до координаційних операцій.

Опора на «точки самоорганізації», що можуть забезпечити перехід на виграшний аттрактор.

Потреби торговельного підприємництва проявляються не тільки у індивідуальній формі (як потреби окремого торговельного суб'єкта), а й в колективній (як об'єднані потреби інтегрованих структур і організацій). Взаємодія торговців за принципом партнерства суттєво сприяє генеруванню самоорганізуючих тенденцій в секторі. З огляду на пріоритет самоорганізуючих сил в управлінні торгівлею, держава повинна зосередитися на пошуку «точок самоорганізації», тобто процесів чи суб'єктів, які генерують прогресивні зрушення у секторі та здатні потягнути за собою решту інших, забезпечивши перехід на виграшний аттрактор. Цю роль здатні виконувати найуспішніші комерційні підприємства та їхні керівники, бізнес-коаліції (торговельні асоціації, спілки), асоціації споживачів, профспілки тощо. В ситуації втрати довіри до держави

саме ці суб'єкти, як виразники і безпосередні носії інтересів торгівлі, що уособлюють «рух знизу», можуть стати провідним важелем, рушійною силою для запуску механізму прогресивного розвитку торговельного підприємництва і формування цивілізованого громадського суспільства.

Отже, поєднання кібернетичного, синергетичного та системного підходів дало змогу визначити методологічні орієнтири для встановлення співвідношення між процесами управління (як зовнішніми механізмами впливу) і самоорганізації (внутрішніми резервами) в торговельному підприємстві, окреслити характер, силу і межі цілеспрямованого державного впливу на торгівлю, обґрунтувати пріоритет інтересів торговельних суб'єктів при плануванні регуляторної державної політики та на цій основі розробити відповідну управлінську модель розвитку торговельного підприємства (рис. 2).

Представлена модель, на думку автора, забезпечить досягнення прогресивних інституціонально-економічних зрушень в структурі роздрібної торгівлі, які сприятимуть підвищенню конкурентоздатності й ефективності торговельного сектору. В рамках інтересоцентричного управління найбільшою мірою реалізується провідна функція державного управління щодо роздробу – створення сприятливих регуляторних, фінансових, податкових, інвестиційних, соціальних та інших умов для формування рівних, конкурентних і відповідальних відносин між сторонами у реалізації товарів, а також стимулювання повноцінного інституціонального розвитку роздрібної торгівлі. Критерієм ефективності системи управління розвитком роздрібної торгівлі є ступінь досягнення системою її головної мети, тобто отриманий результат (ефект), який може бути забезпечений за найбільш повного виконання системою управління її функцій і задач. Систему управління розвитком роздрібної торгівлі слід вважати ефективною, якщо на виході вона забезпечує прогресивний розвиток торговельного сектору.

Подальші наукові дослідження в руслі теми статті ми вбачаємо у розробленні методичних основ визначення механізмів самоорганізації торговельної сфери, з метою ідентифікації її аттракторів, резонансних зон і точок самоорганізації.

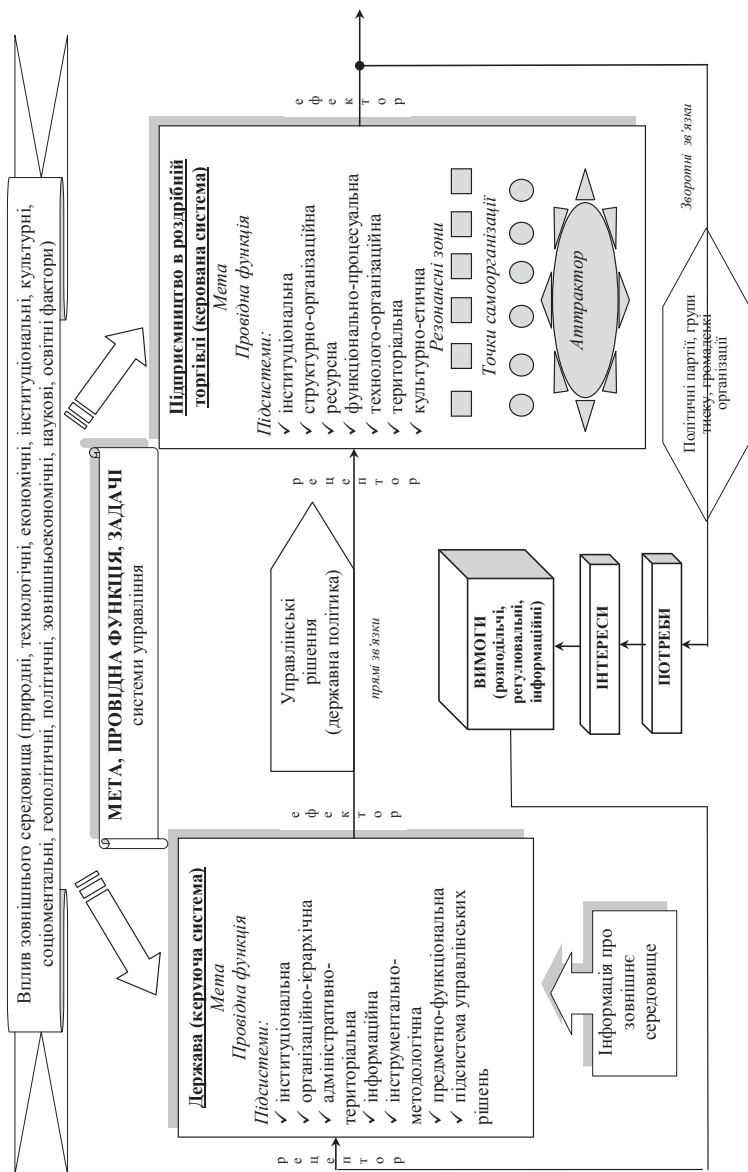


Рис. 2. Інтересцентрична модель управління розвитком підприємництва в роздрібній торгівлі, автурська розробка

Література

1. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку: Монографія / [За ред. О.О.Шубіна, Я.А.Гончарука]. – Донецьк-Львів: ДонНУЕТ, 2007. – 404 с.
2. Міценко Н.Г. Регулювання діяльності підприємств роздрібної торгівлі: монографія / Н.Г.Міценко, Т.Г. Васильців, Н.М. Заярна. – Львів: видавництво ЛКА. – Львів, 2009. – 176 с.
3. Лазебна І. Формування конкурентного середовища у роздрібній торгівлі / І. Лазебна // Вісник КНТЕУ. – 2011. – № 2. – С. 26-37.
4. Височин І. Державне регулювання торговельної діяльності в Україні та світі: Порівняльний аналіз / І. Височин // Вісник КНТЕУ. – 2010. – № 3. – С. 11-23.
5. Эшби У. Р. Введение в кибернетику: пер. с англ. / У. Р. Эшби. [Под ред. В. А. Успенского. Предисл. А. Н. Колмогорова.] Изд. 2-е, стереотипное. – М.: «КомКнига», 2005. – 432 с.
6. Бир С. Т. Мозг фирмы / С. Т. Бир. – Перевод с англ. М. М. Лопухина, Изд. 2-е, стереотипное. – М. : «Едиториал УРСС», 2005. – 416 с.
7. Пригожин И. Самоорганизация в неравновесных системах: От диссипативных структур к упорядоченности через флуктуации / И. Пригожин, Г. Николис. – М. : Мир, 1979. – 512 с.
8. Климонтович Н. Ю. Без формул о синергетике / Н. Ю. Климонтович. – Минск : Высшая школа, 1986. – 478 с.
9. Пригожин И. От существующему к возникающему: Время и сложность в физических науках / И. Пригожин. – М.: Наука, 1985. – 328 с.
10. Некрасов В. И. Синергетическое управление: теории, исследования, развитие / В. И. Некрасов. – Ижевск : Изд-во УДГУ, 2003. – 121 с.

РОЗДІЛ 32

ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ МОНІТОРИНГУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

*к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку, аналізу та аудиту,
Одеський національний політехнічний університет
Свінарьова Г.Б.*

У сучасних умовах стрімкого переходу промисловості розвинених країн на шостий технологічний уклад, який характеризується націленістю на розвиток і застосування наукомістких «високих технологій», виникає гостра потреба у розвитку інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств, тому що в цілому рівень виробництва в Україні відповідає тільки четвертому технологічному укладу.

У той же час, управлінський персонал промислових підприємств України постійно зустрічається із проблемою нестачі в своєчасній і якісній інформації про поточний стан і розвиток інноваційної діяльності підприємства. Тому одним з актуальних завдань розвитку інноваційної діяльності на підприємстві є оцінка її поточного стану та прогнозування її розвитку.

З метою зниження рівня ризику виникнення на підприємстві кризових ситуацій, управлінському персоналу промислових підприємств необхідно на безперервній основі відслідковувати ключові індикатори поточного стану інноваційної діяльності підприємства і її стратегічного розвитку. Розв'язати цю проблему ми пропонуємо за допомогою розробки інтегрованої системи моніторингу інноваційної діяльності підприємства, яка охоплює поточні та стратегічні цілі в системі управління підприємства.

Вагомий внесок в дослідження теоретико-прикладних основ моніторингу діяльності підприємства зробили Бутинець Ф., Бутинець Т.,

Ігнатова Є., Краснокутська Н., Мельник О., Назаренко А., Олійник В., Пешко А., Сумець О., Шаманська О., Яковенко Р. та інші вітчизняні та зарубіжні автори. Аналіз цих праць показує, що в них здійснено відображення сутності механізмів і методичного інструментарію моніторингу розвитку промислових підприємств і контролювання їх діяльності. Однак досі не має завершених інструментів та підходів до системного формування та використання моніторингу для тактичних та стратегічних цілей розвитку інноваційної діяльності промислових підприємства, які мають певну специфіку, що потребує врахування при розробці відповідного інструментарію.

В зв'язку з тим, що у даний час однозначної думки відомих економістів з приводу суті поняття «моніторинг» не існує, ми будемо спиратися у своєму дослідженні на таке визначення цього терміну: «моніторинг» – постійне спостереження за тим чи іншим процесом з метою вивчення його динаміки і порівняння з очікуваними результатами.

Найчастіше в дослідженнях в якості об'єкту моніторингу розглядають поточну діяльність підприємства та її результати. Однак, будь-яке підприємство, тем більше інноваційне-активне, повинне розробляти та досягати стратегічних цілей для свого постійного інноваційного розвитку. Але не достатнього тільки розробити стратегію на майбутні періоди функціонування підприємства, необхідно на безперервній основі спостерігати за процесом її реалізації та при необхідності своєчасно втручатися в цей процес для корегування або цілей, або діяльності. Тому інноваційно-спрямованому промислому підприємству доцільно розробити й впроваджувати таку систему моніторингу, яка б дозволяла відслідковувати як результати поточної інноваційної діяльності, так і була націлена на дослідження досягнення стратегічних цілей підприємства в сфері розвитку його інноваційної діяльності. При цьому стратегічні цілі, досягнення яких забезпечить розвиток інноваційної діяльності промислового підприємства повинні ґрунтуватися на аналізі результатів поточної діяльності, в той же час, ті індикатори, які використовуються при моніторингу стратегічного розвитку інноваційної діяльності повинні відслідковуватися в процесі поточної діяльності підприємства. Отже, необхідно розробити механізм взаємодії тактичної підсистеми зі стратегічною

підсистемою моніторингу інноваційної діяльності підприємства в рамках інтегрованої системи моніторингу, яка інтегрується в систему управління підприємства (рис. 1).

Виходячи із розробленої схеми, ми пропонуємо здійснювати безперервний моніторинг як за поточними результатами інноваційної діяльності підприємства, так і за стратегічними орієнтирами інноваційного розвитку. Для цього в інтегрованої системі моніторингу інноваційної діяльності пропонуємо запровадити механізм взаємодії двох підсистем: тактичної підсистеми моніторингу інноваційної діяльності; стратегічної підсистеми моніторингу інноваційної діяльності.

Запропоновані підсистеми моніторингу тактичних та стратегічних індикаторів взаємозалежні та взаємодіють в рамках інтегрованої системи моніторингу. В результаті впровадження механізму взаємодії цих підсистем одночасно в режимі реального часу здійснюється моніторинг поточних і стратегічних процесів та результатів інноваційної діяльності підприємства.

У тактичній підсистемі для забезпечення моніторингу інноваційної діяльності підприємства пропонується здійснення наступних етапів:

1. Відбір та формування системи індикаторів, за допомогою яких оцінюється поточна діяльність підприємства: розробка алгоритму розрахунку індикаторів; визначення бюджетних значень для кожного індикатора;

2. Збір даних для розрахунку відібраних індикаторів, що формують систему оцінки поточної інноваційної діяльності підприємства;

3. Обробка отриманої інформації, яка полягає в: розрахунку відібраних поточних індикаторів; аналізі індикаторів.

Одним із самих складних етапів, є етап відбору й формування системи поточних індикаторів, за допомогою яких здійснюється моніторинг результатів інноваційної діяльності підприємства. Тому що від правильно сформованої системи індикаторів буде залежить весь процес спостереження й коректність його результатів. Універсальної системи індикаторів, які всебічно характеризують інноваційну діяльність підприємства, не існує, тому що кожне інноваційно-активне підприємство має свою специфіку й характеризується різним набором показників залежно від величезної кількості факторів, що впливають на інноваційні процеси.

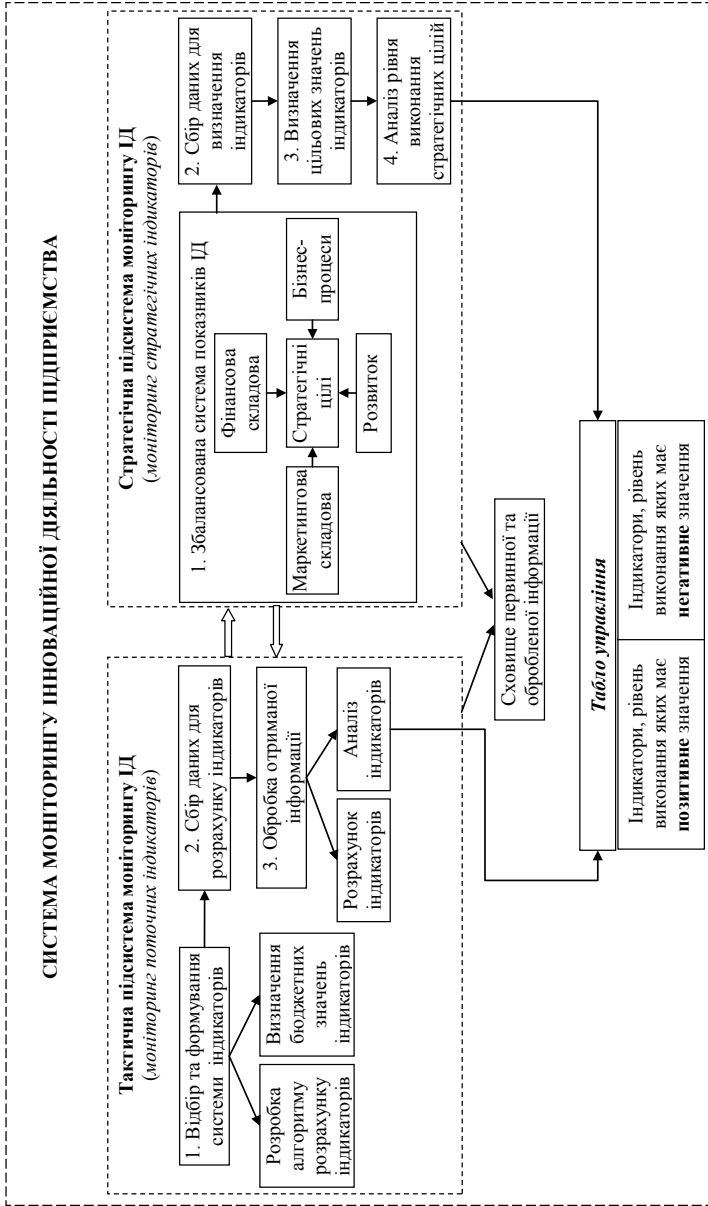


Рис. 1. Формування інтегрованої системи моніторингу інноваційної діяльності підприємства

Тому перш ніж приступити до формування системи поточних індикаторів необхідно провести всебічний аналіз факторів, що виявляють вплив на інноваційні процеси й результати діяльності підприємства.

У табл. 1 представлена можлива система поточних індикаторів, що характеризує інноваційну діяльність підприємства, у якій індикатори інноваційної діяльності систематизовані залежно від певних критеріїв моніторингу тих або інших інноваційних процесів.

В наведеної таблиці представлено узагальнюючий перелік можливих індикаторів інноваційної діяльності підприємства, який може змінюватися виходячи зі специфіки кожного конкретного підприємства.

Таблиця 1. Система індикаторів інноваційної діяльності підприємства (систематизоване на основі [1-3])

Критерій	Індикатори
Вартості	Витрати на інновації
	Питомі витрати на НДДКР у загальному обсязі реалізації продукції
Динамічності	Питомі витрати на об'єкти інтелектуальних прав (ліцензії, патенти тощо)
	Тривалість процесу розробки нового продукту (технології)
	Тривалість підготовки запуску нової продукції; Тривалість виробничого циклу нової продукції
Оновлюваності	Показники динаміки оновлення портфеля продукції
	Загальна кількість впроваджених інноваційної продукції і процесів
	Загальна кількість отриманих нових технологій
	Загальний обсяг експорту інноваційного продукту Загальний обсяг наданих інноваційних послуг
Структурності	Чисельність і структура співробітників зайнятих НДДКР
	Склад і кількість підрозділів зайнятих НДДКР
Економічної ефективності	Рентабельність інноваційної діяльності
	Приріст обсягу реалізації інноваційної продукції
	Чистий приведений дохід
	Індекс доходності
	Дисконтований період окупності Приріст продуктивності праці

Після того як сформована система індикаторів поточної інноваційної діяльності підприємства, виходячи з потреб управлінського персоналу у певний період часу розробляється алгоритм розрахунку кожного індикатору. Також на цьому етапі необхідно визначити граничні допустимі значення для кожного обраного індикатора інноваційної діяльності. Визначення граничних значень індикаторів, які очікуємо отримати по факту можливо здійснити різноманітними шляхами. Ефективним інструментом планування результатів інноваційної діяльності підприємства є бюджетування. Якщо підприємство створює бюджет інновацій (бюджет розвитку підприємства), то запропонована нами система моніторингу повинна інтегруватися із системою бюджетування інноваційної діяльності, в якій будуть розраховані бюджетні значення для кожного обраного показника на поточний період діяльності. Якщо підприємство не має системи бюджетування, тоді потрібно виходячи із умов функціонування підприємства, результатів ретроспективного аналізу та очікуваних керівництвом (власниками, інвесторами) результатів його діяльності встановити бажане значення по кожному індикатору, яке буде використовуватися в подальшому процесі.

В подальшому, коли сформована система індикаторів та визначені для них бюджетні (граничні, бажані) значення необхідно зібрати вихідні данні для розрахунку індикаторів. Система збору вихідних даних досить складна, особливо на тих підприємствах, які не практикують у своїй діяльності використання системи управлінського обліку, яка є джерелом більшої кількості інформації потрібної для управління інноваційною діяльністю. Для збору необхідних даних потрібно сформувати систему оперативного обліку, яка буде використовувати різноманітні джерела інформації для розрахунку обраних індикаторів інноваційної діяльності підприємства. Всі отримані дані повинні зберігатися в сховище первинної та обробленої інформації для потреб ретроспективного та прогнозного аналізу інноваційної діяльності підприємства.

На третьому етапі здійснюється обробка отриманої інформації, яка включає економічний розрахунок обраних індикаторів та їх аналіз. Розрахунок індикаторів здійснюється за обраними алгоритмами, бажано в автоматизованому режимі, тому що цей процес повинен протікати безперервно та на будь-який момент часу управлінський персонал може отримати необхідну інформацію о стані та динаміки того чи

іншого об'єкту моніторингу. Особливу увагу потрібно надати безпосередньо аналізу поточних індикаторів інноваційної діяльності, тому що аналіз займає ключове місце в запропонованій системі моніторингу. Алгоритм здійснення аналізу поточних індикаторів в системі моніторингу інноваційної діяльності представлено на рис. 2.

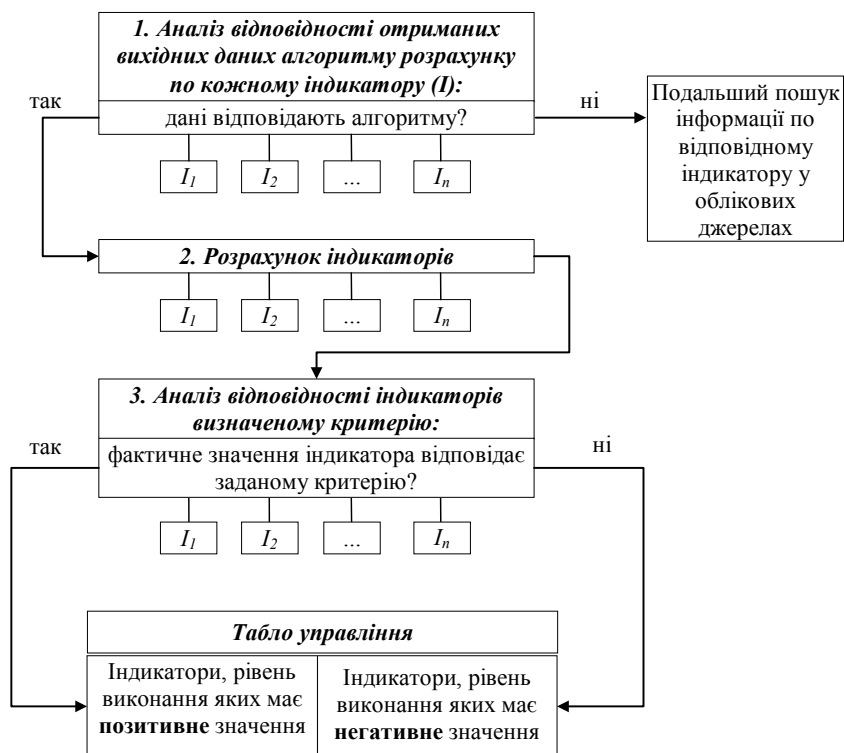


Рис. 2. Алгоритм проведення аналізу поточних індикаторів у системі моніторингу інноваційної діяльності підприємства

Розглянутий алгоритм дозволяє здійснити аналіз поточних індикаторів інноваційної діяльності підприємства та виявити вузькі місця щодо вихідних даних, які потрібні для проведення розрахунку обраних індикаторів. В результаті аналізу усі індикатори, як з позитивними

значеннями, так і з негативними виводяться на табло управління (управлінський монітор) для швидкої візуалізації результатів моніторингу інноваційної діяльності підприємства. Ми пропонуємо виводити на управлінський монітор усі індикатори, незважаючи на те, що багато авторів пропонують відображати тільки негативні значення індикаторів, щоб не перевантажувати управлінський персонал надлишковою інформацією.

Однак, запропонована нами інтегрована система моніторингу припускає взаємодію двох підсистем: тактичної й стратегічної, тому спираючись на позитивну динаміку певних поточних індикаторів ми пропонуємо формувати систему стратегічних індикаторів і критеріїв їх оцінки.

В зв'язку з тим, що оцінювати інноваційну діяльність підприємства необхідно не тільки в статистиці, але й в динаміці її розвитку, ми пропонуємо здійснювати моніторинг стратегічних індикаторів інноваційної діяльності паралельно з індикаторами поточної діяльності, що дозволить нам у режимі реального часу відслідковувати всі негативні тенденції, що перешкоджають інноваційному розвитку підприємства.

При цьому ми пропонуємо в систему моніторингу інноваційної діяльності підприємства інтегрувати збалансовану систему показників в розрізі інноваційної діяльності (інноваційної стратегії підприємства). Таким чином, підсистема моніторингу стратегічних індикаторів буде ґрунтуватися на тих критеріях, які сформовані в збалансованій системі показників інноваційної діяльності підприємства.

Оцінка інноваційної стратегії підприємства за допомогою збалансованої системи показників охоплює наступні основні складові цього процесу:

- складова розвитку інноваційної діяльності й навчання персоналу;
- складова бізнес-процесів інноваційної діяльності;
- маркетингова складова взаємовідносин із клієнтами в розрізі інноваційної діяльності підприємства;
- фінансова складова ефективності інноваційної діяльності підприємства.

На підставі зазначених складових розробляється збалансована система показників (ЗСП) інноваційної діяльності підприємства.

В цілому, процес формування ЗСП інноваційної діяльності підприємства передбачає розробку стратегічних цілей в розрізі інноваційної діяльності, побудову причинно-наслідкових зв'язків між стратегічними цілями, вибір відповідних показників, встановлення цільових значень для кожного із показників і визначення стратегічних заходів.

Відправною точкою формування збалансованої системи показників інноваційної діяльності є розробка переліку стратегічних цілей стосовно розвитку інноваційної діяльності конкретного інноваційно-активного підприємства. Фрагмент розробленої збалансованої системи показників інноваційної діяльності підприємства представлений у табл. 2.

Таблиця 2. **Збалансована система показників інноваційної діяльності підприємства (фрагмент)**

Складава	Показники – індикатори
Фінансова	Витрати на інноваційну діяльність
	Рентабельність інноваційних продуктів
	Частка у виторгу доходів від продажу нових продуктів
	Прибуток від інноваційної діяльності
Маркетингова	Частка ринку нової інноваційної продукції
	Час доведення нового продукту до ринку
	Кількість розробок під конкретного замовника
	Рівень задоволеності клієнтів новим продуктом
Бізнес-процесів	Кількість впроваджених нових технологічних процесів
	Частка використання високотехнологічної техніки
	Відсоток виконання плану щодо виробництва інноваційної продукції
	Економія матеріалу в результаті впровадження нової технології
Розвитку та навчання	Кількість інноваційних пропозицій від співробітників
	Частка менеджерів, що мають повноваження ухвалювати рішення пов'язані з нововведеннями
	Кількість розробок, що одержали патент, ліцензію
	Середній час на розробку інноваційного проекту

Вказані показники були відібрані в відповідності із стратегічними цілями інноваційно-активного підприємства в розрізі кожної із чотирьох складових збалансованої системи показників. В процесі формування збалансованої системи показників необхідно враховувати умови

Складові ЗСП інноваційної діяльності	Причинно-наслідкові зв'язки між стратегічними цілями інноваційної стратегії підприємства	Показники	Цільові значення індикаторів
1. Фінансова		1.1 Витрати на інноваційну діяльність 1.2 Рентабельність інноваційних продуктів 1.3 Частка у виторгу доходів від продажу нових продуктів 1.4 Прибуток від інноваційної діяльності 2.1 Частка ринку нової інноваційної продукції 2.2 Час доведення нового продукту до ринку	↓ на 10% ↑ на 15% ↑ на 18% ↑ на 12% ↑ на 5% в рік ↓ на 20%
2. Маркетингова		2.3 Кількість розробок під конкретного замовника 2.4 Рівень задоволеності клієнтів новим продуктом 3.1 Кількість впроваджених нових технологічних процесів 3.2 Частка використання високотехнологічної техніки	ріст ріст ↑ на 10%
3. Бізнес-процесів		3.3 Відсоток виконання плану щодо виробництва інноваційної продукції 3.4 Економія матеріалу в результаті впровадження нової технології 4.1 Кількість інноваційних пропозицій співробітників 4.2 Частка менеджерів, що мають повноваження ухвалювати рішення пов'язані з нововведеннями 4.3 Кількість розробок, що одержали патент, ліцензію 4.4 Середній час на розробку інноваційного проекту	↑ ↑ ↑ ↑ ↑ ↑
4. Розвитку та навчання			

Рис. 3. Приклад впровадження збалансованої системи показників інноваційної діяльності підприємства

та специфіку інноваційної діяльності конкретного підприємства, тому універсальної збалансованої системи показників не існує, для кожного підприємства вона розробляється індивідуально. Приклад розробки та впровадження збалансованої системи показників, яка інтегрується в стратегічну підсистему моніторингу інноваційної діяльності підприємства наведено на рис. 3.

Збір та обробка вихідних даних для моніторингу значень стратегічних індикаторів здійснюється аналогічно, як і у тактичній підсистемі моніторингу інноваційної діяльності за допомогою управлінського обліку.

На наступному етапі здійснюється визначення цільових значень відібраних індикаторів. Цільові значення встановлюються управлінським персоналом підприємства, який відповідає за розвиток інноваційної діяльності. На цей процес впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори функціонування підприємства. Також при встановленні цільових значень для стратегічних індикаторів ми пропонуємо використовувати результати моніторингу поточних індикаторів інноваційної діяльності.

Після розробки ЗСП та визначення цільових значень для обраних стратегічних індикаторів інноваційної діяльності проводиться аналіз рівня виконання стратегічних цілей. Отримані в ході аналізу данні знаходять своє відображення на табло управління. Для візуалізації результатів моніторингу поточної та стратегічної складової інноваційної діяльності підприємства за допомогою управлінського монітору необхідно в подальшому дослідженні розробити відповідне програмне забезпечення. На рис. 4 наведено приклад візуалізації результатів аналізу діяльності підприємства за допомогою управлінського монітору.

У рамках розробленої системи моніторингу інноваційної діяльності підприємства потрібно описаний процес автоматизувати за допомогою спеціально розробленого програмного забезпечення, яке має можливість інтегруватися з сучасними базами даних бухгалтерського та управлінського обліку.

Таким чином, розроблена інтегрована система моніторингу інноваційної діяльності підприємства здійснює безперервне спостереження за поточними та стратегічними індикаторами інноваційної діяльності підприємства. Отриману в ході моніторингу інформацію потрібно

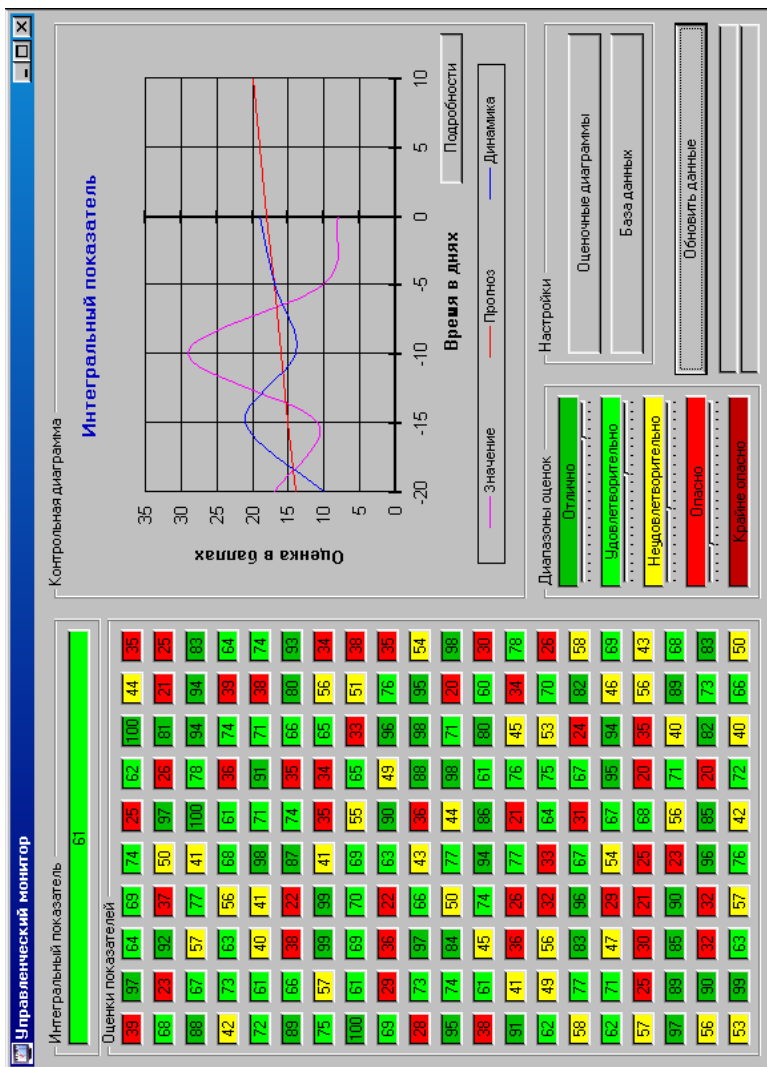


Рис. 4. Управлінський монітор аналізу діяльності підприємства [4]

використовувати в процесі управління інноваційною діяльністю для запобігання кризових ситуаціям на підприємстві та з метою його постійного інноваційного розвитку.

Література

1. Чорна М.В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств : монографія / М.В. Чорна, С.В. Глухова. – Харків : ХДУХТ, 2012. – 210 с.
2. Полянська А.С. Сучасні підходи до оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства / А.С. Полянська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Проблеми економіки та управління». – Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2010. – № 684. – С. 175-180.
3. Волощук Л.О. Аналітичні інструменти управління інноваційним розвитком промислового підприємства : монографія / Л.О. Волощук, В.В. Кірсанова, С.В. Філіппова. – Одеса : ОНПУ; Центр аналітичних досліджень та експертиз, 2014. – 180 с.
4. Свиарева А.Б. Аналитическое обеспечение управления предпринимательскими структурами в промышленном секторе экономики : монографія / А.Б. Свиарева. – Одеса : ТЭС, 2004. – 158 с.

РОЗДІЛ 33

АНАЛІТИЧНА СИСТЕМА ОЦІНКИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

*аспірант,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Жисентаєв А.В.*

*магістр,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Булгару А.М.*

Питання визначення єдиної методики управління ліквідністю суб'єкта господарювання, як інструмента оцінки його фінансової стійкості, не знайшло відповіді у науковців, вони навпаки включають в дане поняття різні елементи, чим постійно задають додаткову область вивчення. Одним із найбільш повних визначень поняття методики управління ліквідністю є: це система науково обґрунтованих і практично апробованих методів, які являються гарантом реалізації функцій управління ліквідністю [1]. Об'єктом методики є процес формування ліквідності підприємства в процесі ведення діяльності. Теоретичну основу методології складають її принципи, критерії та обмеження, що в сукупності відображають ступінь досяжності цілі. Це гарантується за умови тісного взаємозв'язку всіх елементів даної системи. Критерієм оцінки рівня ліквідності являється коефіцієнт, який визначається відношенням вартості оборотних активів та короткострокової кредиторської заборгованості. До основних складників структури методів включають: теоретичну основу; забезпечуючий інструментарій; функціонально орієнтований інструментарій; інструменти вирішення прикладних задач.

До основних задач відносяться: реалізація основних функцій управління діяльністю, у першу чергу – планування, аналізу, регу-

лювання; уникнення погіршення ліквідності внаслідок встановлення нерационального рівня економічних і фінансових показників діяльності підприємства.

Основними принципами методики являються:

- системність – формування її структури як сукупності взаємопов’язаних елементів;
- цілісність – побудова комплексу методів управління поточною ліквідністю на єдиній теоретичній базі;
- комплексність – реалізація повного складу функції управління поточною ліквідністю;
- відкритість – подальше удосконалення та розвиток методів.

Під життєздатністю підприємства розуміється збереження спроможності та недопущення його ліквідації як юридичної особи у випадку прояву ознак банкрутства, обумовлених зниженням рівня поточної ліквідності. Склад основних наукових елементів управління показниками фінансової стійкості представлено на рис. 1.

Основою управління ліквідністю являється підхід, при якому процес виробництва продукції розглядається як фінансовий оборот. Структура фінансового обороту дозволяє виділити:

- етапи – окремі, функціонально однорідні елементи процесу діяльності суб’єкта господарювання, що пов’язані з виробництвом та реалізацією продукції;
- фактори – набір параметрів процесу виробництва та реалізації продукції, що мають суттєвий вплив на динаміку рівня поточної ліквідності;
- елементи майна та джерела фінансування, які визначають рівень ліквідності.

При плануванні та аналізі виділяють наступний розпорядок етапів ліквідності:

- виробництво продукції;
 - реалізація продукції;
 - забезпечення (відновлення використаного запасу оборотних активів);
 - погашення кредиторської заборгованості.
- Інструментарій, що забезпечує методику складається з:

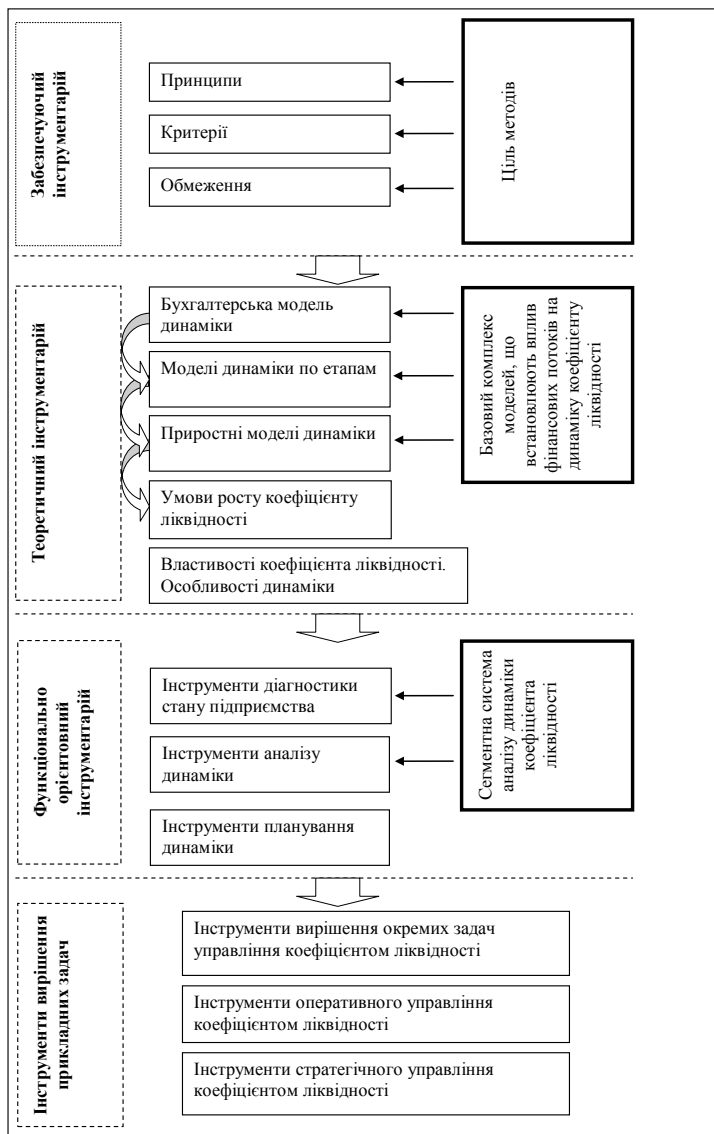


Рис. 1. Склад основних наукових елементів управління показниками фінансової стійкості

– базового комплексу моделей, що встановлюють фінансові потоки, пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції, які впливають на динаміку коефіцієнта поточної ліквідності;

– властивостей моделі коефіцієнту.

Під фінансовим потоком розуміється зміна вартості майна або джерела фінансування за визначений період. В обліковому процесі аналогом фінансового потоку є дебетовий або кредитовий оборот по бухгалтерському рахунку. Альтернативною категорією являється запас – вартість майна або джерела фінансування на визначену дату. В бухгалтерському обліку запас визначається як сальдо бухгалтерського рахунку на цю дату.

Базовий комплекс моделей відображає динаміку коефіцієнта ліквідності за окремими етапами фінансового обороту. Він є основою для бухгалтерських моделей.

Характер динаміки коефіцієнту ліквідності визначається властивостями його аналітичної моделі та особливостями зміни її аргументів. Принципово важливим є поведінка коефіцієнту в межах його характерних точок. Зміна аргументів моделей відбувається в результаті облікового відображення операцій діяльності, які диференційовані на симетричні та асиметричні.

Суть функціонально орієнтованих методів – реалізація окремих функцій управління. Об'єктом управління являється рівень ліквідності. В межах даного дослідження пропонується розробити методи, що реалізують важливі функції, як планування і аналіз.

Функціонально орієнтовані методи складають інструментарій рішення сукупності прикладних задач управління ліквідністю суб'єкта господарювання. Склад цих задач є відкритим та може поповнюватися в процесі розвитку методики. Для вирішення кожної з них повинен бути розроблений спеціальний метод. Важливою прикладною задачею методики, зокрема, є управління поточною ліквідністю в процесі управління фінансовою діяльністю та реалізації фінансової стратегії.

Методи вирішення функціонально орієнтованих та прикладних задач повинні ввійти до складу інструментарію управління суб'єктом господарювання. Вони повинні використовуватись в процесі вирішення задач управління суб'єкта господарювання незважаючи

на його галузеву приналежність, організаційно-правовий та фінансово-економічний стан.

Отже, термін «ліквідність» можна визначити як ступінь легкості перетворення матеріальних цінностей в грошові кошти. Оцінка ліквідності займає одне з найважливіших місць в характеристиці платоспроможності промислового підприємства.

Дослідження економічного стану промислового підприємства проводять за допомогою різних типів моделей, які дозволяють структурувати і ідентифікувати взаємозв'язок між основними показниками [1]. Можна виділити три основних типи моделей: дескриптивні, предикативні і нормативні.

Дескриптивні моделі дослідження відомі також як моделі описового характеру. До них відносяться: побудова системи звітних балансів, надання фінансової звітності в різних аналітичних розрізах, вертикальне та горизонтальне дослідження елементів звітності підприємства, система аналітичних коефіцієнтів. Дані моделі застосовують інформації бухгалтерської (фінансової) звітності промислового підприємства.

В основі вертикального дослідження знаходиться формування бухгалтерської (фінансової) звітності у вигляді відносних величин, які відображають структуру узагальнюючих показників. Обов'язковим елементом дослідження є динамічні ряди цих величин, що дозволяє відслідковувати і прогнозувати структурне зрушення в складі активів і пасивів промислового підприємства.

Горизонтальне дослідження дозволяє виявити тенденції зміни окремих елементів або їх груп, що входять до елементів бухгалтерської (фінансової) звітності. В основі даного дослідження є розрахунок базисних темпів росту балансових показників або показників звіту про фінансові результати (сукупний дохід).

Предикативні моделі – це моделі прогнозного характеру. Вони використовуються для прогнозування доходів промислового підприємства і його майбутнього економічного стану. Найбільш поширеними з них є: моделі ситуаційного оцінки, факторні регресивні моделі, розрахунок критичного обсягу реалізації, формування прогнозних розрахунків.

Нормативні моделі дозволяють порівнювати фактичні результати економічної діяльності промислового підприємства з прогнозними або

нормативними, розрахованими за бюджетом. Ці моделі використовуються у внутрішньопідприємницькому дослідженні. Їх суть зводиться до встановлення нормативів за кожною статтею витрат за технологічними процесами, видами готової продукції, центрам відповідальності і таке інше й до дослідження відхилень фактичних даних від цих нормативів.

Найбільш інформативними і низьковитратними (при відповідній адаптації до поточної економічної реальності) традиційно вважають індексні підходи до оцінки стану промислового суб'єкта господарювання, основані на моделюванні економічних процесів. Дослідження прогнозування ймовірності банкрутства в своїх роботах досліджували такі зарубіжні автори, як Е. Альтман, Ю. Брігхем, Л. Гапенські, Ч. Празану та ін. Дане дослідження використовує методологію, яка розглядає вплив декількох змінних на загальний показник.

У вітчизняній практиці найбільш часто для оцінки стану промислових підприємств використовуються запропоновані економістом Альтманом Z – моделі. Найпростішою з них є двофакторна модель. Модель включає два основні показники: коефіцієнт поточної ліквідності (КПЛ), розраховується, як співвідношення оборотних активів до поточних зобов'язань; коефіцієнт фінансової незалежності (КФН), розраховується, як співвідношення запозичених засобів до загальної величини пасивів.

На основі західної практики розраховані відповідні вагові коефіцієнти та двофакторна модель Альтмана має вигляд:

$$Z = -0,3877 - 1,0736 \text{ КПЛ} + 0,579 \text{ КФН} \quad (1)$$

Для підприємств, у яких $Z = 0$, вірогідність банкрутства оцінюється як 50% (Z менше нуля – до 50%, Z більше нуля – більше 50%).

Модель проста в застосуванні. Є можливість використання в умовах обмеженого обсягу інформації. Разом з тим, дана модель не забезпечує високу точність прогнозування, тому що не враховує вплив на економічний стан промислового суб'єкта господарювання інших важливих показників, таких як рентабельність активів, ділова активність. Більш точною є п'ятифакторна модель, запропонована Альтманом в 1968 р.:

$$Z = 1,2 X_1 + 1,4 X_2 + 3,3 X_3 + 0,6 X_4 + 0,999 X_5, \quad (2)$$

де X_1 – власні оборотні активи / обсяг активів;

- X2 – нерозподілений прибуток / обсяг активів;
- X3 – прибуток до оподаткування / обсяг активів;
- X4 – курсова ціна акції / залучені засоби;
- X5 – виручка від реалізації / обсяг активів.

В умовах національної економіки при визначенні X4 виникають деякі складнощі. Дізнатися ринкову вартість акцій багатьох підприємств не представляється можливим, тому що вони не котируються на біржі. Відповідно до курсова вартість акцій може бути обчислена, як частка суми дивідендів і середнього рівня позичкового відсотка. Існує варіант розрахунку, де ринкова вартість акцій замінюється сумою статутного і додаткового капіталу, так як збільшення вартості активів призводить до збільшення його статутного капіталу (збільшення номіналу або додатковий випуск акцій), або до зростання додаткового капіталу (підвищення курсової вартості акцій в силу зростання їх надійності). Ключовим недоліком даного варіанта є те, що в ньому не враховуються коливання курсу акцій під впливом зовнішніх факторів і поведінка інвесторів, які можуть розцінити додатковий випуск акцій як наближення емітента до банкрутства і відмовитися від придбання акцій, тим самим знизивши їх ринкову вартість. Залежно від значення Z оцінюється ймовірність банкрутства. При Z менше 1,8 – дуже висока, в межах від 1,8 до 2,7 – середня, в рамках від 2,7 до 3 – можливе, при Z більше 3 – дуже низька.

Привабливістю даної моделі є висока точність прогнозу. Вона дорівнює 95 % – у період одного року, двох років – до 83%. Ця модель може бути застосована лише до тих економічних умов, у яких вона була розроблена.

Існуюча семіфакторна модель Альтмана, дозволяє прогнозувати банкрутство на п'ять років з точністю до 70%. Модель включає наступні показники: рентабельність активів, динаміку прибутку, коефіцієнт покриття відсотків за кредитами, кумулятивну прибутковість, коефіцієнт покриття (ліквідності), коефіцієнт автономії, сукупні активи. Слід зазначити, що багато показників моделі не адаптовані до національних умов і, крім того, для її застосування потрібні дані аналітичного обліку, які у зовнішніх користувачів відсутні.

Поряд з відомими моделями Альтмана застосовуються і інші методи оцінки економічного стану підприємств. Можна виділити деякі з них.

1. Модель економічного стану суб'єкта господарювання , запропонована Таффлером.

У 1977 році британський вчений Таффлер запропонував чотирьохфакторну прогнозну модель, відтворюючу точну картину економічного стану суб'єкта господарювання :

$$Z = 0,53X_1 + 0,13X_2 + 0,18X_3 + 0,16X_4, \quad (3)$$

де X_1 – прибуток до сплати податку / поточні зобов'язання (дана компонента характеризує прибутковість суб'єкта господарювання);

X_2 – поточні активи / загальна сума зобов'язань (компонента характеризує стан оборотного капіталу);

X_3 – поточні зобов'язання / загальна сума активів (характеризує фінансовий ризик);

X_4 – ліквідність.

Слід зауважити, що дана модель також не адаптована до національної реальності і не може напряму застосовуватися для оцінки стану промислових підприємств, крім того, модель переважніше для підприємств, акції яких котируються на біржі.

2. Метод *credit-men*, розроблений французом Ж. Депеняном.

Фінансова стійкість на підприємстві може бути досліджена за допомогою п'яти показників.

Коефіцієнт миттєвої ліквідності, де ДЗ – дебіторська заборгованість; Г – грошові кошти; ПФІ – поточні фінансові інвестиції; ПЗ – поточні зобов'язання.

Коефіцієнт кредитоспроможності, де К – капітал; Р – резерви; З – загальні зобов'язання.

До кожного коефіцієнта визначають його нормативне значення з урахуванням специфіки галузі, яке порівнюють з показником на підприємстві і розраховують значення функції N:

$$N = 25R_1 + 25R_2 + 10R_3 + 20R_4 + 20R_5, \quad (4)$$

де R_1 є співвідношення значення коефіцієнта досліджуваного суб'єкта господарювання до його нормативного значення.

Якщо $N = 100$, то фінансова ситуація підприємства посередня, якщо $N > 100$, то фінансова ситуація позитивна, якщо $N < 100$, то фінансова ситуація на підприємстві викликає занепокоєння.

Автори диференціювали ймовірність затримки платежів у залежності від значень показника Z (табл. 1).

Таблиця 1. Ймовірність затримки платежів у залежності від значень показника Z

№	Показник Z	Ймовірність затримки платежів, %
1	+ 0,210	100
2	+ 0,048	90
3	+ 0,002	80
4	-0,02	70
5	- 0,068	50
6	- 0,087	40
7	-0,107	30
8	-0,131	20
9	-0,164	10

На підставі показника Z розраховується ймовірність затримки платежів (табл. 2).

Таблиця 2. Ймовірність затримки платежів у залежності від значень показника Z

Показник Z	Область рішень
менше - 3	Підприємство затримує платежі
від - 3 до -1	Вразливі підприємства
більше -1	Нормальні підприємства

Ймовірність того, що підприємство затримає платежі, зростає, якщо показник Z менш - 0,25, низька, якщо він перевищує + 0,25. Між двома цими значеннями функція Z знаходиться в сліпій зоні.

Рівень платоспроможності за критерієм У. Бівера. Коефіцієнт Бівера дорівнює відношенню надходження коштів до загальної суми заборгованості. Якщо даний коефіцієнт перебуває в межах від 0,17 до 0,4, то підприємство відноситься до середньої групи ризику втрати платоспроможності. При менших значеннях коефіцієнта ризик втрати платоспроможності високий. При великих значеннях коефіцієнта ризик втрати платоспроможності незначний.

Слід враховувати, що розроблені на Заході моделі прогнозування банкрутства відповідають умовам розвинутої ринкової економіки. Їх необхідно або адаптувати до українських умов, або розробляти свої, адекватні нашим реаліям, прогнозні моделі.

Аналітичний інструментарій оцінки та методи управління фінансовою стійкістю промислового підприємства, що використовуються у сучасній практиці, активно досліджуються науковцями. На ряду з перевагами їх використання також виділяють недоліки – фрагментарність, розрізненість, відсутність галузевого поділу та інші, що говорить про відсутність єдиного підходу трактування.

Проаналізувавши наявні методика, можна сказати, що існує широкий спектр інструментів визначення фінансової стійкості. Вітчизняні вчені для оцінки фінансової стійкості оперують певним набором коефіцієнтів, які передбачають поглиблене вивчення даних показників, у західних же економістів така оцінка зводиться до розрахунку двох-трьох показників.

Література

1. Масленніков Є.І. Методологічні та практичні засади дослідження системи управління фінансовою стійкістю виробничого суб'єктів господарювання [моногр.] / Є.І. Масленніков. – Одеса : Прес-кур'єр, 2015. – 316 с.
2. Масленніков Є.І. Механізм управління фінансовою стійкістю виробничого суб'єктів господарювання: [Електронний ресурс] / Є.І. Масленніков // Ефективна економіка: наук. журн. – 2015. – № 1. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3928>.

РОЗДІЛ 34

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ ТУРИСТИЧНОЇ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*д.е.н., професор,
професор кафедри міжнародних економічних відносин,
Одеський національний економічний університет
Масленніков Є.І.*

*магістр,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Белякова В.В.*

Вже не існує сумнівів щодо необхідності переходу туристично-рекреаційної індустрії національного макроекономічного середовища и на інноваційну модель економічного розвитку. Практика доводить, що саме інноваційні зрушення на сучасному етапі розвитку туристичної галузі здатні забезпечити її конкурентоспроможність, підвищити якість послуг, забезпечити високі показники економічного росту. У національному просторі відсутні сприятливі умови для ефективного здійснення інновацій. На шляху їх масової реалізації постають перешкоди фінансового, правового та політичного характеру. На початку ХХІ століття туристична діяльність перетворилася в індустрію міжнародного масштабу, яка займає за доходами третє місце серед найбільших експортних галузей економіки, поступаючись лише нафтопереробній промисловості і автомобілебудуванню. Тобто, практично третина населення планети охоплена туристичною індустрією.

Розвиток національної економіки та культури в першу чергу пов'язано з динамічністю туристів та їх платоспроможністю, що призводить до позитивного соціально-економічного та культурного впливу на економіку багатьох країн. Туризм є багатогранною діяльністю, оскільки воно тісно взаємопов'язано з різними галузями і напрямками, напри-

клад такими як: історія, географічне розташування, архітектура, культура, спорт, менталітет і інші аспекти. Але ці напрямки не можуть повністю дати характеристику туризму, як об'єкту дослідження, а також жоден з даних соціально-економічних інститутів не в змозі вирішити комплекс туристичних проблем країни.

Процеси створення нових інноваційних структур, які здатні реалізувати цілком комерційні проекти, мають стихійний характер [8]. Туризм як один з видів економічної діяльності характеризується швидким та динамічним розвитком. Кожного року кількість туристів збільшується на 5-7% та становить 700 млн. туристів на рік. За темпами зростання доходів туристична індустрія випереджає такі галі промисловості, як автомобілебудування та нафтовидобування, адже, надходження від цього виду діяльності складають 500 млрд. дол. щорічно. По прогнозам, до 2020 року доходи від туризму досягнуть 3 трлн дол. [9].

Туризм виступає не тільки як галузь господарства, а й, як міжгалузевий комплекс, який з продукції різних напрямків формує туристичний продукт. Присутні багато поглядів на визначення терміну «туризм», але на даний момент однозначного поняття, який би використовувався в більшості випадків, поки не знайдено. Проте можна виділити найбільш точні, близько відповідні визначення цього терміна, який представлений в табл. 1.

Отже, в будь-якому разі поняття туризм характеризує діяльність людей, які мандрують і знаходяться за межами свого постійного

Таблиця 1. Поняття терміна «туризм»

Автор	Характеристика
Всесвітньої туристичної організації (ВТО)	Являє собою подорож у вільний час, один із видів активного відпочинку
Закон України «Про туризм»	Тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання з оздоровчою або професійно-діловою метою без заняття оплачуваною діяльністю».
Н.Ф. Реймерс	Будь-яка подорож з метою відпочинку та знайомства з новими регіонами й об'єктами.
О.О.Бейдик	Форма масового подорожування та відпочинку з метою ознайомлення з навколишнім середовищем, що характеризується екологічною, освітянською та іншими функціями.

проживання протягом певного період. Даний період не повинен перевищувати один рік, незважаючи на мету приїзда. Мета подорожі в іншу країну можуть бути різна, наприклад: відпочинок, ділова зустріч, екскурсія.

Внутрішні і зовнішні туристи в силу ряду факторів рідко розглядають туризм, як багатофункціональну галузь, яка має не останню роль в економічній діяльності. Це безпосередньо пов'язано з відсутністю якісного статистичного обліку туристичної діяльності, оскільки деякі економічні показники туристичної галузі присутні в даних інших напрямків народного господарства [3, с. 78].

Для розуміння що таке туристична діяльність і як вона впливає на економіку нашої країни, часто використовують також такі поняття, як «видима і невидима торгівля», «видимий і невидимий експорт і імпорт». Видима торгівля має пряму справу з експортом та імпортом товарів і сировини. А невидима торгівля в свою чергу має відношення до експорту та імпорту послуг. Таким чином, дохід країни від туристичної діяльності, складається з двох частин.

Перша велика частина доходу від невідомого експорту туристичних послуг, яка надходить від зовнішніх туристів, а так само від транспортних послуг, послуг розміщення, страхування та інші речові послуги в країні перебування.

Друга частина приходить на невидимий імпорт країни, яку складають гроші, витрачені її внутрішніми туристами під час зарубіжних поїздок.

Якщо розглядати туризм виключно, як вид діяльності, який направлений на отримання доходу і задоволення потреби споживачів, то можна цілком стверджувати, що як і будь-який вид діяльності він має суб'єкт і об'єкт управління. Суб'єктом даного напрямку виступають туристичні агенції, зовнішні і внутрішні туристи. Об'єктом ж виступає вартість туристичних товарів і послуг, які використовуються для задоволення потреб.

На практиці під туристичним продуктом розуміють три основних види можливих пропозицій на ринку, які представлені в табл. 2.

Туристичний продукт – це комплекс туристичних послуг, необхідних для задоволення потреб туриста під час його подорожі, тобто сукупність товарів і послуг споживних вартостей. Під туристичним

Таблиця 2. Види туристичних продуктів

Вид	Характеристика
Комплексна туристична послуга	Послуга пропонується туристичними фірмами, яка продається споживачеві для особистого користування.
Окремі туристичні послуги	До таких послуг відноситься: транспорт, послуги розміщення, послуги з оформлення закордонних паспортів, страхування, екскурсійну програму.
Товари туристичного призначення	Включає різного роду інформаційні матеріали, які необхідні туристу в країні перебування.

товаром розуміють продукт праці, створений для продажу і призначений для використання переважно туристами або екскурсантами. Туристичні послуги – це послуги суб'єкта туристичної діяльності по розміщенню, харчуванню, транспортному, інформаційно-рекламному обслуговуванню, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг, спрямовані на задоволення потреб туриста [3, с. 79].

Формування туристичного продукту – складний і багатоступеневий процес, який включає маркетингові дослідження, аналіз сегментів ринку, конкурентів, очікуваний споживчий попит, напрямок виїзду, кон'юнктуру туристичного ринку, рекламу і просування продукту. Туристичні послуги складаються з певних частин послуг населення, який має специфічний характер, наприклад: відпочинок, спорт, культурно-масові заходи, екскурсії та інші послуги, які можуть поєднувати в собі соціальні, виховні, гуманітарні та економічні фактори.

У багатьох країнах туризм відіграє значну роль у формуванні валового внутрішнього продукту, створенні додаткових робочих місць і забезпеченні зайнятості населення, активізації зовнішньоторговельного балансу. За прогнозами експертів Всесвітньої туристичної організації, світова індустрія туризму входить в період постійно зростаючого обсягу подорожей і екскурсій, зростаючої конкуренції серед регіонів і країн перебування. Оскільки, розвиток туризму є одним з перспективних шляхів виходу з економічної кризи багатьох країн світу. Саме завдяки йому досягли значного покращення показників економічного розвитку та зростання рівня життя такі країни: Греція, Єгипет, Туреччина, Іспанія. Разом з тим, туризм побічно сприяє розвитку й інших сфер економіки: торгівлі, будівництва, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання, комунікацій, транспорту, гро-

мадського харчування, побутового обслуговування. Розвиток туристичної індустрії допомагає у вирішенні багатьох соціальних проблем, зокрема зниження безробіття та зростання рівня зайнятості [4, с. 81].

У розвитку сфери готельно-ресторанного бізнесу є негативні риси. Наприклад, суттєво зменшилась кількість ідалень, які спрямовані на задоволення попиту в їжі широких верств населення. Якщо брати до уваги особливості розвитку цієї сфери, то потрібно відзначити розвиток спеціалізованої мережі ресторанів з національними кухнями, яких в Україні налічується понад 45 видів і спостерігається стійка тенденція до збільшення цих видів кухонь. Але при цьому кількість ресторанів з українською кухнею, особливо регіональною, не має тенденції до зростання [10].

Недоліком розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму є швидке їх будівництво, особливо до великих подій загальноукраїнського формату, наприклад, проведення чемпіонату Європи з футболу. Але при цьому були допущені деякі прорахунки. Розташування підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму не враховувало розвиток інфраструктури міст, розвиток транспортної мережі, адресну спрямованість на потенційного споживача, відразу ж пропонувалася висока вартість ціни послуги та інше. В цілому це призвело до того, що зараз такі підприємства поступово стають не конкурентоздатними і мають значні збитки, також і внаслідок невисокого заповнення потенційними споживачами послуг.

Одним з найважливіших чинників зростання туристичного інтересу до місця відпочинку, є імідж країни. Оскільки при виборі місця перебування мандрівники часто задаються питаннями, які характеризують загальний стан країни, а саме: культурний рівень, екологія, політична і економічна ситуація, національна та релігійна толерантність, наявність рекреаційних ресурсів та комфортність відпочинку, співвідношення рівня сервісу рівнем цін, безпеку подорожі, цілість багажу.

У більшості випадків рішення залежить не від того, що потенційний турист володіє вичерпною інформацією про країну, а від усталених стереотипів, інформації в засобах масової інформації, відгуків інших туристів. Іноді вони можуть навіть не відповідати дійсності. В таких умовах погана репутація або відсутність такої можуть звести нанівець зусилля з розвитку в'їзного туризму в країні. Таким чином, імідж та

репутацію держави необхідно розглядати як її стратегічне надбання і постійно удосконалювати. Тому що імідж країни для туристичної діяльності виступає як торгова марка, бренд, яким повинні довіряти споживачі [3, с. 80].

За даними ООН, щорічно в світі реєструється близько 1 млрд подорожей за кордон, ці дані не враховують внутрішній туризм. На частку туризму припадає 10% глобального ВВП і 6% – загального світового експорту. У розвинених країнах цей показник досягає 8%. А в Україні частка туризму становить лише 2% ВВП.

Вивчаючи дану тему, необхідно також проаналізувати розвиток туризму і в Україні. Це питання є актуальним для України, тому що вона являє собою унікальний комплекс історичних, культурних та природних пам'яток і має значні рекреаційні можливості, які сформувалися завдяки географічному положенню та історичному розвитку нашої держави. Важливою особливістю туристичного потенціалу нашої країни є те, що Україна поєднує в собі красу степових та лісових природних зон, а також гірські пейзажі. Окремі її регіони є досить привабливими для туристів.

Однак, на сьогоднішній день туристична інфраструктура в Україні є недостатньо розвинутою і нерациональною. Це зумовлює її низьку привабливість, яку ми можемо побачити в період з 2014-2017 рр.

Згідно маркетинговим дослідженням ринку туристичних послуг, проведених Всесвітньою організацією туристичних послуг, причини занепаду українського туризму такі [7]:

- нехтування міжнародним досвідом розвитку туризму;
- відсутність послідовної державної політики в галузі;
- неефективна діяльність влади у сфері туризму;
- відсутність належних умов для розвитку туризму, податкового і фінансового стимулювання державою експорту туристичних послуг і вітчизняних туроператорів;
- незадовільна робота по формуванню та зміцненню туристичного іміджу України, розробки та просування національного туристичного продукту на міжнародному та внутрішньому ринках.

Ознаки та наслідки занепаду:

- зменшення кількості туристів у порівнянні з показниками 2012-2013 рр.;

– значне скорочення питомої ваги туризму у ВВП країни;
– падіння доходів від туристичних послуг і послуг готелів, туристичного збору, валютних надходжень від експорту туристичних і готельних послуг, інвестицій у туристичну інфраструктуру, робочих місць [7].

Туристичний ринок України почав відновлюватися після різкого падіння в 2014-2015, а саме згідно с даними Держкомстату у 2014 році він впав на 40%, а в 2015 році ще на 20%, таким чином кількість туроператорів скоротилась на 10%.

Однак у 2016 році ситуація трошки покращалась и за даними Держкомстату на туристичному ринку України вже налічувалося 3506 юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, які надають туристичні послуги. Тобто, ми можемо побачити, що туристичний ринок поступов почав відновлюватися після різкого падіння в 2014-2015 роках.

У 2016 році туроператори і турагенти реалізували 1,6 млн. путівок на загальну суму 27,4 млрд грн, що на 36% (на 10,1 млрд грн) більше, ніж роком раніше.

Позитивна динаміка спостерігалася і в першій половині 2017 року: за даними Держприкордонслужби, у нас побувало 6,3 млн туристів, що на 8,7% більше, ніж за аналогічний період минулого року. Найбільше мандрівників з Молдови, Білорусі, Росії, Угорщини, Польщі, Румунії, Словаччини, Туреччини, Ізраїлю та Німеччини [8].

За результатами Всесвітнього Економічного форуму в Давосі в 2016 році, Україна посідає такі місця:

- 124-е місце в рейтингу інвестицій в туристичний бізнес України;
- 88-е місце за привабливістю для туристів;
- 79-е місце з авіа-інфраструктурі;
- 81-е місце за портової та наземної інфраструктури;
- 45-е місце за цінами;
- 78-е місце за рейтингом міжнародної відкритості;
- 71-е місце по туристичному сервера.

А в рейтингу Expat Insider 2016, в якому брали участь понад 14 тис. людей з 191 країни, Україна має такі показники:

- 1-е місце по доступності вартості проживання;
- 2-е місце по доступності задоволеності власним фінансовим станом для іноземців.

– 74% вважають, що доступний їм дохід значно перевищує рівень, необхідний їм для життя в Україні;

– 45% опитаних кажуть, що вартість життя в країні є доступною.

Згідно Державної служби статистики можна вивчити динаміку кількості громадян України, які виїжджали за кордон, тобто внутрішній туризм, кількість іноземних громадян, які в'їжджали до нашої країни та кількість туристів обслугованих туристичними компаніями України за 2013-2016 рр. представлена у табл. 3 [2].

На основі цих даних ми можемо побачити, що кількість громадян України, які виїжджали за кордон з 2013 року по 2014 рік значно знизилась, а з 2014 року по 2016 рік невпинно почала рости. Це зумовлено кризовою ситуацією в країні, яка зачіпила економічний стан багатьох сімей. При цьому більшість українців виїжджали за кордон з такими цілями, 50% на заробітки, 30% на відпочинок, 20% на ділові поїздки.

Таблиця 3. Туристичні потоки України

	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України
2013	23761287	24671227	3454316
2014	22437671	12711507	2425089
2015	23141646	12428286	2019576
2016	24668233	13333096	2549606

Аналізуючи показник кількості іноземних громадян, які відвідали Україну, ми бачимо, що з 2013 року по 2015 рік існує значний спад туристів, що зумовлено політичним становищем у країні. Але з 2016 року цей показник починає зростати, що може призвести до стабільності і розвитку туристичної діяльності в Україні.

Одним із важливих показників є кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України, він може показати наскільки іноземні туристи довіряють українцям, а також наскільки ефективно працює туристична діяльність в Україні. Отже, з 2013 року по 2015 рік цей показник дуже снизисвся. Причиною такого занепада є недовіра та страх опинитись в небезпечній ситуації в період політичних міжусобець. З 2016 року дані почали незначно рости, але вже

більше, ніж в 2014 році. Це повідомляє про те, що Україна знову зацікавила туристів, як для відпочинку так і для ділових зустрічей.

На сьогоднішній день в Україні відсутня скоординований, висококваліфікований і грамотний порядок дій, щоб вивести продукт туризму на світовий ринок, у результаті чого були б отримані відчутні досягнення. Одночасно з цим обслуговування туристів знаходиться на низькому рівні через загальні кваліфікації працівників даної сфери. В країні немає відповідної системи підготовки та перепідготовки кадрів у туристичній сфері, які чітко відповідали б кваліфікаційним вимогам світових стандартів..

Таким чином, аналізуючи дану тему, можна прийти до висновку, що туристична діяльність охопила більшу частину соціально-економічної та підприємницької діяльності людей. Економічне зростання і соціальний прогрес призводять до розширення діапазону поїздок з різними цілями. Це перетворює туризм в надзвичайно перспективний напрям діяльності. Сфера туризму як соціально-економічне явище дозволяє поєднувати в собі ринкові аспекти розвитку галузі та соціально орієнтовані завдання суспільного розвитку. Тому в сучасних соціально-економічних умовах туризм перетворився в найважливіший сектор світового господарства.

Якщо розглядати Україну, можна сказати, що робота туристичного ринку впливає на діяльність майже 40 економічних галузей країни і на 10-15% жителів країни. В Україні особливо важливим є розвиток туризму, так як ця сфера може виправити соціальну та економічну ситуацію. Держава повинна покращувати міжнародне співробітництво і створювати економічні і організаційно-правові основи для розвитку туризму [7].

У найближче десятиліття туризм залишиться одним з джерел нових робочих місць у багатьох регіонах світу. За прогнозами експертів, протягом наступних п'яти років рівень щорічного приросту в цій галузі становитиме 5%, що дорівнює 2 млн. нових робочих місць. Результати проведених досліджень ВТО показують, що туристичний рух до 2020 року зросте до 1,6 млрд. туристів за рік, а їх витрати на поїздки досягнуть \$2 трлн – тобто \$5 млрд в день. Туризм забезпечуватиме економічне зростання у XXI столітті нарівні з телекомунікаційною індустрією і сектором ІТ.

Таким чином, інноваційна діяльність у сфері туризму спрямовується на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних та телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

Література

1. Закон України « Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/> – Назва з екрану.
2. Державна служба статистики України / Туристичні потоки / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/ – Назва з екрану.
3. Н. О. Алешугіна, До питання актуальності розвитку елітного туризму в Україні – Матеріали доповідей II Всеукраїнської науково-практичної конференції “Сучасні проблеми природничих наук та методики викладання” – Ніжин: Вид-во НДУ, 2013. – 244 с. – 78-80 с.
4. В.Ф. Кифяк, Організація туристичної діяльності в Україні – Навчальний посібник. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 81 с.
5. Ігор Бромот, Розвиток туристичного бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/bromot.htm – Назва з екрану.
6. Марія Волошина, Аналіз ринку туристичних послуг в Україні: проблеми і перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/analiz-rynka-turisticheskikh-uslug-v-Ukraine.html> – Назва з екрану.
7. Транспорт України та світу, Статистика України: кількість туристів у першому півріччі 2017 року зросла [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://transukr.dp.ua/2017/09/13/ukraina-kolichestvo-turistov-v-pervom-polugodii-2017-goda-vygoslo-statistika.html> – Назва з екрану.
8. Космидайло І.В. Проблеми інноваційного розвитку в Україні та шляхи їх вирішення//Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №2(68). – С. 20.
9. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 року № 40IV: zakon1.rada.gov.ua.
10. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика: підручник / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк. – 2-е вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.

РОЗДІЛ 35

СТАН ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ПЕРЕДУМОВИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ РЕІНЖИНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

*К.е.н.,
асистент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної та
інноваційної діяльності,
Одеський національний політехнічний університет
Мироненко К.С.*

Стан інноваційної активності промислових підприємств та передумови запровадження на них реінжинірингу бізнес-процесів доцільно оцінити у такий послідовності:

- макро-оцінка інноваційного розвитку;
- нормативна база інноваційного розвитку та інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств;
- загальні тенденції інноваційної активності підприємств, зокрема промислових;
- передумови запровадження реінжинірингу бізнес-процесів.

Макро-тенденції інноваційного розвитку. Їх доцільно оцінити на різних рівнях: на рівнях країни, галузі, підприємства. У даному контексті, мікрорівень – це розгляд інновацій в рамках окремого підприємства, розрахунок економічного ефекту та їх вплив на його діяльність. Макрорівень вивчає і характеризує інноваційний розвиток країни в цілому.

На рівні країни оцінювання відбувається за допомогою показнику глобального інноваційного індексу – узагальненого показнику для виміру рівня інновацій в країні, складеного спільно Бостонською консалтинговою групою, Всесвітньою організацією інтелектуальної власності, Інститутом виробництва та незалежним науково-дослідницьким центром [1, с. 10].

Слід розглянути як загальну ефективність країни, так і діяльність компаній, що займаються інноваціями. Були враховані нові політичні індикатори інноваційної діяльності, в тому числі податкові пільги, імміграцію, освіту та політику інтелектуальної власності. У проєкті брали участь більше ніж 7000 експертів з усього світу – бізнес-консультанти, економісти, державні службовці та видатні науковці різних країн, що можуть надати коректну експертну пораду або допомогу.

Показник за різними країнами утворює так зване інноваційне табло (Innovation Union Scoreboard) або систему з 25-х показників, яка використовується для розрахунку зведеного індексу інновацій країни (Summary Innovation Index). Всі показники систематизовані у 8 груп, за якими розраховується зведений індекс інновацій як їх середнє арифметичне. За величиною індексу країни розподіляються на чотири групи (інноваційний лідер; активний інноватор; помірний інноватор; інноватор, що формується), за якими складається рейтинг. Нажаль, Україна оцінюється інноваційним табло нерегулярно.

У 2014 р. [2] Україна мала статус «Інноватор, що формується» зі значенням зведеного індексу вдвічі меншим за середнє по країнах ЄС (0,544). Він складає 0,206, випереджаючи Болгарію (0,175). Найближчим конкурентом була Румунія (0,219). За даними 2015 р. перше місце за всіма показниками займала Корейська Республіка із сумарним балом 2,26. Франція знаходилася на дев'ятому місці із показником 1,12 за рейтингом великих країн, та на 20-му місці у світі. На 64-му місці знаходилася Україна із негативною відміткою сумарного балу з інноваційної ефективності та інноваційними затратами -0,45.

Динаміка показнику України в категорії «Інновації» за 2008-2014 рр. [3], яку формує 7 показників (витрати підприємств на НДДКР, можливості для інновацій, співробітництво університетів і бізнесу в дослідженнях, якість науково-дослідних установ, державні закупівлі високотехнологічної продукції, компетентність і кваліфікація кадрів науково-дослідної сфери, патенти та винаходи на 1 млн. осіб) висвітлює тяжіння до погіршення інноваційної діяльності в країні (рис. 1).

Для порівняння доцільно розглянути місце України у рейтингу за складовими індексу (рис. 2).

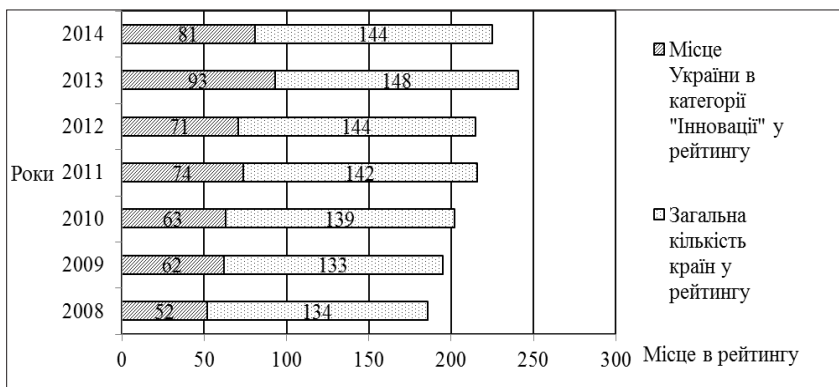


Рис. 1. Місце України в категорії «Інновації» рейтингу GCR: дані Global Competitiveness Report

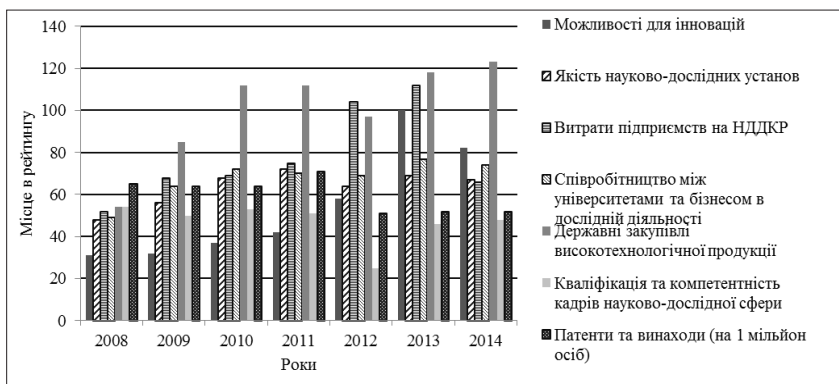


Рис. 2. Місце України за складовими категорії «Інновації» рейтингу GCR: дані Global Competitiveness Report

З рис. 2 випливає, що за період 2008-2014 рр. місце України дещо покращилося за всіма складовими інноваційного розвитку. При цьому найгірший показник – це закупівлі високотехнологічної продукції державою, а найкращі – у кваліфікації та компетентності персоналу науково-дослідної сфери. Але ці показники висвітлюють інноваційну активність та інноваційний розвиток неповно. Для поглиблення оцінки потрібно визначити стан загальноекономічних умов бізнесу.

Загальноекономічні умови бізнесу залишаються складними. За даними Global Competitiveness Report результати опитування українських підприємців продемонстрували домінування регуляторних проблем та їх негативних наслідків: зарегульованість та непередбачуваність змін законодавства та податкового регулювання, недовіра кредитної системи, падіння економічної активності населення. Якщо звернутися до кількісних оцінок, то податкове законодавство відмітило майже 20% опитуваних, політичну нестабільність – біля 16%, корупцію – майже 14%, ускладнений доступ до фінансування – 11%, інфляцію – майже 9%, бюрократію управління – 8% [4].

Нормативна база інноваційного розвитку та інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств передбачає закони, в яких розглядається поняття інновації та інноваційна діяльність, а також підзаконні акти, які її регулюють.

Умовно документи можна розділити на дві групи [5]:

– перша група – закони України, що визначають засади державної політики в області інновацій. Це: Закон України «Про інноваційну діяльність», «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні»;

– друга група – законодавчі акти, в яких інновації та інноваційна діяльність виступають як складові процесів функціонування соціально-економічних проблем держави.

На період 2015-2019 рр. затверджено план заходів з реалізації Концепції реформування державної політики в інноваційній сфері [6]. У рамках концепції вже відбувається реформування системи державного замовлення на виконання науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт; створення сприятливих умов для активізації інноваційної діяльності, впровадження інновацій, функціонування інноваційної інфраструктури; впровадження результатів наукових досліджень, винаходів та технологій, забезпечення реалізації прав на об'єкти інтелектуальної власності; формування інноваційної культури.

В Україні здійснюється постійне удосконалення правових підвалин інноваційного розвитку та нормативної бази інноваційної діяльності вітчизняних підприємств, у тому числі промислових.

Протягом останніх років спостерігається суттєве падіння інноваційної активності промислових підприємств, зокрема за період

1994-2013 рр. майже у 2 рази, а саме: з рівня 26 % у 1994 р. до близько 16,8 % у 2013 р. Існує тенденція щодо зменшення кількості впроваджених у виробництво раціоналізаторських пропозицій. Зменшується також кількість підприємств, які набувають майнові права інтелектуальної власності та отримують дозвіл на використання об'єктів права інтелектуальної власності.

Визначено, що уповільнення використання інновацій кожним окремих підприємством впливає на країну та робить її неконкурентоспроможною у глобальному масштабі. На думку українських вчених це пояснюється тенденцією до затухання інноваційних процесів без належної інвестиційної підтримки внаслідок використання науково-технологічних надбань попередніх років.

Необхідно зазначити, що області з невеликою інноваційною спрямованістю відрізняються чималою кількістю інновацій та інвестицій.

Й. Шумпетер, аналізуючи «нові комбінації» змін у розвитку економічних систем [7], виділяв п'ять типових змін, які можуть здійснюватися на підприємствах: використання нової техніки, нових технологічних процесів або нового ринкового забезпечення виробництва (купівля-продаж); впровадження продукції з новими властивостями; використання нової сировини; зміна в організації виробництва і його матеріально-технічного забезпечення; поява нових ринків збуту. З часом вони склали основні напрямки інноваційної діяльності підприємств.

Ефективне управління фінансовим забезпеченням інноваційного розвитку передбачає здійснення певної фінансової політики, критичною складовою якої є пошук достатніх обсягів фінансових ресурсів [8]. Щодо реалізації інвестиційно-інноваційного процесу в Україні, то спостерігається дефіцит фінансових ресурсів для забезпечення наукових досліджень і впровадження інноваційних розробок. Результат розвитку інноваційної діяльності в Україні недостатньо високий, і ступінь його впровадження на підприємствах незначна.

Через те, що продукт, який випускається, морально застаріває набагато швидше, ніж фактично, на сьогоднішній день основною конкурентною перевагою для підприємств є використання інновацій.

Розглянемо фінансування інноваційного розвитку України на основі бенчмаркінгу, яке включає оцінювання і зіставлення ефектив-

ного функціонування інноваційної активності в інших країнах. Для прикладу буде взято досвід функціонування інвестиційних венчурних фондів та програми інноваційного розвитку в наступних країнах: Росія, Ізраїль (Програма інноваційного розвитку «Yozma»), Фінляндія (Програма інноваційного розвитку «SITRA»), Програма підтримки інновацій США [9].

Спільними факторами для всіх світових інститутів фінансування проектів інноваційного розвитку є наступні:

- держава як головний акціонер, що залучає у проект свої кошти;
- фінансова корпорація є організаційно-правовим гарантом створення проекту;
- головними повноваженнями наділяється банк інноваційного розвитку;
- фінансування має венчурний характер та здійснюється за наступними схемами: 1) через Фонд фондів, за яким, перший венчурний фонд засновується державою, а другий фонд засновується державою в особі першого венчурного фонду, спільно з приватним інвестором; 2) через пряме венчурне інвестування у компанію, засновану спільно з приватним інвестором; 3) через надання державним венчурним фондом довгострокової позики приватному інвестору.

З оглядом на приведені вище висновки, Інститутом розвитку економіки України було запропоновано створення Державної національної корпорації інноваційного розвитку України [10] для досягнення наступних цілей:

– надання конкурентоспроможності реальному сектору економіки України, диверсифікації економіки, стимулювання інвестиційної та інноваційної діяльності шляхом здійснення інвестиційної, зовнішньоекономічної, консультаційної та іншої діяльності, спрямованої на реалізацію інфраструктурних, інноваційних проектів в Україні, у тому числі, технопарків, бізнес-інкубаторів, особливих економічних зон інноваційного розвитку реального сектору економіки України;

– фінансування інноваційних технологій та проектів, спрямованих на істотне оновлення та модернізацію у реальному секторі економіки України, починаючи від фінансування організації нового виробництва та завершуючи фінансуванням самого виробництва з обов'язковим створенням нових робочих місць.

Національна корпорація інноваційного розвитку України буде складатися з ПАТ «Державний банк інноваційного розвитку», ПАТ «Державна венчурна компанія», ПАТ «Державна страхова компанія». Кожний із запропонованих вище закладів буде вирішувати певні завдання, матиме цілі, стратегічні напрями для досягнення основної мети.

Неефективність діяльності підприємств полягає в фрагментації їх процесів, тобто недосконалому розподілу їх виробничого процесу на окремі частини. З одного боку, це допомагає прискорити виробництво продукції та зменшує виробничі затрати. Але з іншого боку, з часом у підприємств збільшуються капіталовкладення у автоматизацію виробництва, навчання персоналу, простежується бюрократизація управління та некоректне виконання зобов'язань співробітниками, виникає негативні наслідки ефекту масштабу.

Відтак, стан інноваційної активності промислових підприємств та передумови запровадження реінжинірингу бізнес-процесів є взаємно пов'язаними, оскільки реінжиніринг є складовою інновацій. Можна узагальнити, що передумови його запровадження на підприємствах утворюють:

– макро-тенденції та світові тренди інноваційного розвитку промислових підприємств, які за оцінюванням світового економічного форуму, в Україні відповідають рівню країни-інноватора, що лише формується. Це підтверджує 64 місце, яке у 2015 р. Україна посіла із негативною відміткою сумарного балу з інноваційної ефективності та інноваційними затратами 0,45;

– загальноекономічні умови бізнесу залишаються складними: триває домінування регуляторних проблем та їх негативних наслідків: зарегульованість та непередбачуваність змін законодавства та податкового регулювання, недовіра кредитної системи, падіння економічної активності населення. Нормативна база інноваційного розвитку та інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств є досі недосконалою, але вона постійно змінюється та покращується;

– загальні тенденції інноваційної активності промислових підприємств відповідають п'яти типовим змінам, які можуть здійснюватися на підприємствах: по-перше, це залучення нових технологій, винахід спеціальних технологічних процесів або ринкових поставок продук-

ції (типу покупка-продаж); по-друге, поява нових ринків; по-третє, впровадження раніше невикористованого типу сировини; по-четверте, використання продуктів з новими якостями – властивостями; по-п'яте, зміна виробництва та його забезпечення;

– інноваційна активність підприємства оцінюється наявністю завершених інновацій, ступенем участі підприємства в їх розробці, наявністю на підприємстві підрозділів, що виконують дослідження і розробки. Впровадження інновацій на промислових підприємствах в Україні, на перший погляд, показує задовільні результати, проте до 2012 р. спостерігається пікові значення окремих показників, які підкреслюють несистемність інноваційної активності промислових підприємств. З 2012 р. досі більшість показників інноваційної активності промислових підприємств не досягла цих пікових величин.

Література

1. Andrew J. The Innovation Imperative in Manufacturing: How the United States Can Restore Its Edge / J. Andrew, A. Taylor // BCG. – 2009. – PP. 8-18.
2. Інноваційна Україна 2020 : [національна доповідь] / [за заг. ред. В.М. Гейця та ін.]. – К.: НАН України, 2015. – 336 с.
3. Innovation Union Scoreboard 2014 [Електронний ресурс] // The European Commission. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/ius/ius-2014_en.pdf. – Доступно на 20.12.2017. – Назва з екрана.
4. The Global Competitiveness Report 2014-2015 [Електронний ресурс] // World Economic Forum. – Режим доступу: http://www.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitiveness_Report_2014-15.pdf. – Доступно на 20.12.2017. – Назва з екрана.
5. Чернадчук В.Д. Основи інвестиційного права України: [навчальний посібник] / [За заг. ред. В.Д. Чернадчука]. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К.: Видавничий дім «Княгиня Ольга», 2005. – 384 с.
6. Розпорядження “План заходів з реалізації Концепції реформування державної політики в інноваційній сфері на 2015-2019 роки” : від 04.06.2015 № 575-р [Електронний ресурс] // Кабінет Міністрів України. – К.: Верховна Рада України, 2015 – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/575-2015-p>. – Назва з екрана. – Доступно на 20.12.2017.

7. Савченко Т.Б. Процессный подход к управлению инновационной деятельностью предприятия [Электронный ресурс] : Материалы конференции «Новости научной мысли – 2014» / Т.Б. Савченко. – 2014. – Режим доступа: <http://www.rusnauka.com/15NNM2014/Economics/10169710.doc.htm>. – Назва з екрана. – Доступно на 20.12.2017.
8. Оніщук Б.Р. Проблеми фінансового забезпечення інноваційного розвитку України [Електронний ресурс] : Материалы конференции «Новости научной мысли – 2014» / Б.Р. Оніщук. – 2014. – Режим доступа: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=74790>. – Назва з екрана. – Доступно на 20.12.2017.
9. Корнілова І. Світовий досвід фінансової підтримки інноваційного розвитку [Електронний ресурс] / І. Корнілова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2014. – № 8 (161). – С. 30-36.
0. Ховрак І.В. Фінансування інноваційного розвитку: реалії та перспективи [Електронний ресурс] / І.В. Ховрак // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – №1. – С. 229-235. – Режим доступа: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi_2013_1_229_235.pdf. – Назва з екрана. – Доступно на 20.12.2017.

РОЗДІЛ 36

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ЯК ФАКТОР ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту та інновацій,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Столбуненко Н.М.*

*магістр,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Крайнюк А.А.*

Зарубіжний досвід свідчить про те, що запорукою успішного розвитку малого та середнього підприємництва в Україні є стабільна і всебічна державна підтримка. Проте в останні роки спостерігається уповільнення темпів зростання кількості малих підприємств і чисельності зайнятих на них, зменшення частки цих підприємств у загальнодержавних обсягах виробництва, що є результатом недостатньої дієвості заходів державної підтримки малого підприємництва і необхідності її реформування.

Проблемами розвитку малого та середнього підприємництва займається велика кількість вчених, зокрема: Адам Смит, А. Маршал, К. Бодо, Ф. Найт, Кантильон, С. И. Абрамов, О. И. Волков, В. Я. Горфинкель, О. В. Девяткин, С. Ф. Покропивный, В. М. Прудников, В. К. Скляренко, В. И. Титов, Ю. В. Усачева, В. Г. Федоренко, А. Ю. Чепуренко, Ф. И. Шамхалов и др. Процес інтеграції України в європейське співтовариство потребує нових підходів до використання економічного, людського та природно-ресурсного потенціалу, що забезпечить

досягнення якісно нового рівня ефективності і конкурентоспроможності економіки та якості життя населення. Оскільки підприємницький сектор в умовах системних структурних перетворень займає провідну роль, то державна політика у сфері підприємництва має бути спрямована на підвищення конкурентоспроможності та створення сприятливого підприємницького клімату. На вирішення цієї проблеми та підвищення ефективності функціонування підприємництва націлена прийнята в Україні у 2017 році «Програма розвитку малого та середнього підприємництва на 2017-2020 роки».

Сьогодні все більш очевидним стає, що саме мале та середнє підприємство є сферою діяльності, яка найбільш оперативно реагує на зміни кон'юнктури ринку, а також, що важливо, саме воно надає необхідної гнучкості економіці. Характерною рисою малих і середніх підприємств є здатність своєчасно реагувати на зміни споживчого попиту і за рахунок цього вони мають можливість створювати необхідну рівновагу на споживчому ринку. Саме завдяки малим фірмам формується конкурентне середовище, яке позитивно впливає на кон'юнктуру ринку, забезпечує економічне зростання, а також на стан зайнятості населення. Зазначимо, що економічний ризик у сфері малого і середнього підприємства вищий ніж у великих компаній, тому і "життєвий цикл" зазвичай коротший. Навіть в економічно розвинених країнах ця сфера є найбільш уразливою і тому малі підприємства відчувають низку характерних труднощів.

На жаль, сьогодні в Україні відсутній дієвий механізм підтримки, розвитку і захисту малого та середнього бізнесу. Про це свідчать недоліки і складнощі, що зустрічаються в процесі функціонування підприємств бізнесу. Тому перед урядом, зацікавленими організаціями відкривається широке поле діяльності. При цьому синхронно слід розвивати як державну систему підтримки бізнесу, так і ініціативу підприємців малих, середніх підприємств по об'єднанню зусиль у сфері державно-фінансової діяльності [10, с. 272].

Для більш детального аналізу сучасного стану малого підприємництва в Україні необхідно звернутися до статистичного збірника Державної служби статистики України [3, с. 83]. Одним із таких показників є динаміка зміни кількості суб'єктів малого підприємництва за період з 2010–2015 рр. (табл. 1).

Таблиця 1. Динаміка кількості малих підприємств та фізичних осіб-підприємців у 2010–2015 рр.

Роки	Суб'єкти малого підприємництва		
	у тому числі		усього
	підприємства	фізичні особи-підприємці	
2010	357241	1804763	2162004
2011	354283	1325619	1679902
2012	344048	1234831	1578879
2013	373809	1328392	1702201
2014	324598	1590448	1915046
2015	327814	1630571	1958385

Так за даними статистичного збірника про діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва в 2015 р. [3, с. 84]. в Україні функціонувало 327814 малих підприємств (або 16,7 % від загальної кількості) та 1630571 фізичних осіб-підприємців (або 83,3 % від загальної кількості). Для порівняння, в економічно розвинених країнах число малих і середніх підприємств перевищує 80 % від їхнього загального числа.

Протягом 2010–2012 рр. спостерігалось зменшення кількості суб'єктів малого підприємництва та незначне зростання з 2013 р. і до сьогодні як серед малих підприємств, так і серед фізичних осіб-підприємців.

Аналіз показників обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктами малого підприємництва у 2015 р. за видами економічної діяльності показав, що пріоритетними сферами для суб'єктів малого підприємництва залишаються оптова та роздрібна торгівля і сфера послуг, питома вага яких в загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) складає 49,4 %. Значно меншими є показники промисловості (11,0 %), сільського господарства (9,7 %), будівництва (5,4 %) [5, с. 204].

Стан розвитку малого і середнього підприємництва за останні роки свідчить про зростання ролі цього сектора економіки у господарському комплексі. Як самостійний елемент ринкової економіки підприємство сприяє задоволенню споживчого попиту населення, робить

певний внесок у збільшення обсягів реалізованої продукції та роздрібного товарообороту, продовжує виконувати соціальну функцію, утворюючи робочі місця та наповнювати бюджет [5, с. 205].

З метою покращення бізнес-клімату в Україні та підвищення її позицій у рейтингу Doing Business, Міністерство економічного розвитку і торгівлі України спільно з Офісом ефективного регулювання (Better Regulation Delivery Office), розробило дорожню карту, затверджену Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16.12.2015 р. Дорожня карта складається з 43 пунктів виконання яких має вивести Україну в ТОП-20 країн світу з найкращим бізнес-кліматом за версією Світового банку в 2017 р. (Doing Business 2018) [13].

Державне регулювання та підтримка розвитку малого підприємництва в Україні здійснюється відповідними загальнодержавними, регіональними та місцевими органами влади з метою узгодження інтересів держави і сектору малого підприємництва.

Державна підтримка малого підприємництва в усіх економічно розвинених державах – це створення державою організаційно-правових і фінансово-економічних умов для розвитку підприємницьких структур. Державні програми фінансової допомоги малому бізнесу повинні враховувати стан бюджетної, кредитно-фінансової системи, соціально-політичний рівень населення для ефективного і своєчасного прямого і непрямого впливу на розвиток підприємництва [7, с. 227].

Галузева структура малого підприємництва свідчить, що переважна більшість суб'єктів господарювання здійснює діяльність у сфері оптової та роздрібної торгівлі. Виробнича сфера району розвинута досить слабо, оскільки потребує більших інвестицій при наявності високих ризиків їх повернення. Виробнича діяльність підприємств малого бізнесу зосереджується, в основному, на виробництві харчових продуктів, текстильних виробів та виробів з деревини і металу.

Сфера послуг представлена, здебільшого, фізичними особами-підприємцями, які забезпечують населення фармацевтичними, поліграфічними, побутовими та іншими видами послуг. Користуються попитом послуги, що потребують високого рівня професійної підготовки, зокрема послуги з бухгалтерського обліку, юридичні послуги, консультування з питань інформатизації тощо.

У межах Національної, обласної та місцевих програм розвитку малого підприємництва здійснює свою діяльність Регіональний фонд підтримки підприємництва. Установи комерційних банків області беруть участь у кредитуванні підприємств малого та середнього бізнесу.

Впроваджується державна регуляторна політика в сфері підприємництва: переглянуті всі діючі розпорядження голови районної державної адміністрації у сфері підприємництва. Реалізація державної регуляторної політики на територіях відповідних рад спрямовується на недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання у діяльність суб'єктів господарювання. До розробки та обговорення проектів регуляторних актів залучаються представники малого бізнесу.

При державній адміністрації працює Центр надання адміністративних послуг. Працівниками щоденно здійснюється прийом суб'єктів звернень відповідно до вимог Закону України «Про адміністративні послуги». На офіційному веб-сайті районної державної адміністрації розміщена інформація щодо функціонування центру, порядок надання адміністративних послуг, видачі документів дозвільного характеру.

Протягом 2015 року Центром надано більше тисячі адмінпослуг, за 9 місяців 2016 року – 1668 [8].

Здійснює роботу Координаційна рада з питань розвитку підприємництва, до складу якої залучені представники бізнесу та громадських об'єднань підприємців.

Розповсюдженість підприємництва залишається не рівномірною. Найбільші темпи розвитку та кількість діючих підприємств спостерігається у місті. Дуже повільні темпи створення суб'єктів ринкового типу на селі, недостатньо використовується підприємницький потенціал молоді, не розвинута система мікрокредитування суб'єктів малого бізнесу. Адже тільки розвиток сільського підприємництва здатен відновити соціальну сферу села.

Слід зазначити, що мале та середнє підприємництво як самостійне соціально-економічне явище існує й розвивається за складних умов сучасної економіки, стикаючись із безліччю проблем, переважна більшість яких обумовлена недостатністю державної підтримки. На зниження життєздатності суб'єктів малого та середнього бізнесу впливають значне податкове навантаження, обмеження фінансово-кредитних

ресурсів, слабкість матеріальної та технічної складових діяльності малого підприємництва, недостатність власної підготовки до бізнесу та брак кваліфікованого персоналу.

Охарактеризувати в повній мірі всі динамічні процеси та тенденції розвитку суб'єктів підприємницької діяльності не дозволяє недосконалість механізму обліку та статичної звітності малого бізнесу.

Активізація підприємницької діяльності вимагає підтримки як з боку держави, так і на районному рівні. Саме формування партнерських відносин між підприємцями і владою дасть можливість розвивати підприємницьке середовище.

Значущим кроком на шляху до дерегуляції підприємницької діяльності стало скасування Кабінетом Міністрів України більше 360 нормативно-правових актів в окремих сферах економічної діяльності, у тому числі в сільському господарстві.

У якості основних причин, які стримують розвиток малого та середнього бізнесу, виступають:

- недосконалість законодавчої бази щодо державної політики регулювання і підтримки малого та середнього підприємництва, наявність значної кількості адміністративних бар'єрів;

- обмежений доступ до фінансових ресурсів, відсутність пільгових кредитів, недоступність довгострокового кредитування, висока вартість позичкових коштів, систематичне недофінансування програм розвитку підприємництва;

- недостатній рівень професійних знань і досвіду осіб, які займаються підприємницькою діяльністю або бажають розпочати власну справу, недостатня інформаційна та правова обізнаність суб'єктів підприємництва.

Ключовою проблемою розвитку підприємництва є його вкрай низька конкурентоспроможність, яка обумовлена незадовільним станом виробничої та соціальної інфраструктури, низьким рівнем пристосування робочої сили до сучасних умов, недостатньою підтримкою розвитку підприємництва, відсутністю інноваційної спроможності підприємств, низьким рівнем інноваційно-інвестиційної активності тощо.

Розвиток малого і середнього підприємництва виступає також головним фактором формування середнього класу, що гарантує ста-

більність економіки та підвищення рівня життя громадян. У результаті відкриття власної справи та самозайнятості знижується рівень безробіття та водночас підвищується рівень доходів населення, що сприяє зростанню сукупного попиту та збільшенню обсягу виробництва.

У м. Одесі частка малих і середніх підприємств у загальній їх кількості становить 99,9 % (за статистичними даними малих підприємств – 13,2 тис.од., середніх – 0,5 тис.од.), що в цілому відповідає рівню розвинутих країн світу. Так, у США, Японії, Великій Британії, Федеративній Республіці Німеччина, Італійській Республіці, Французькій Республіці серед усіх підприємств близько 95 % є малими і середніми. [7, с. 223]

Про місце і значення малого і середнього підприємництва свідчить також його частка у загальній кількості зайнятого населення та у валовому внутрішньому продукті. У м. Одесі в малому і середньому підприємстві зайнято близько 300 тис. осіб, що становить 68 % економічно активного населення працездатного віку. За даним показником м. Одеса знаходиться на рівні країн Європейського Союзу.

У країнах ЄС малі і середні підприємства створюють 50-70 % внутрішнього валового продукту [9, с. 161]. В м. Одесі частка малих та середніх підприємств у загальному виробництві продукції (робіт, послуг) знаходиться на рівні 74,6 % (75,4 млрд.грн), в цілому по Україні – орієнтовно 15 %.

Частка єдиного податку, сплаченого підприємцями до міського бюджету, у 2015 році становить 366,5 млн.грн, що складає 14 % від загальних надходжень до бюджету.

У загальнообласних показниках частка малого бізнесу м. Одеси становить:

- 57,1 % від кількості малих підприємств по області;
- 58,8 % від кількості найманих працівників, які працюють у малому бізнесі області;
- 66,1 % у випуску продукції (робіт, послуг) малими підприємствами області.

Дослідження стану підприємницького середовища показало, що попри складне політичне та соціально-економічне середовище спостерігалась позитивна тенденція реєстрації суб'єктів господарювання. На обліку на 01 січня 2016 року знаходиться 124,7 тис. суб'єктів підприємництва, з яких:

- 47,8 тис. юридичних осіб;
- 76,9 тис. фізичних осіб-підприємців [14].

Для збереження позитивних тенденцій розвитку бізнесу у 2015 році розпочато діяльність Одеського міського бізнес-інкубатора за принципом коворкінгу. За результатами конкурсу 21 підприємець отримав можливість безкоштовно орендувати бізнес-офіс для реалізації своїх інвестиційних проєктів. Перевага віддавалася стартапам в ІТ-сфері, енергозберігаючих технологіях, соціальному підприємстві.

Для забезпечення дерегуляції господарської діяльності та надання підприємцям і населенню своєчасних та якісних адміністративних послуг забезпечено функціонування міського Центру надання адміністративних послуг та його 4 територіальних підрозділів.

За 2015 рік центром прийнято від суб'єктів звернення 123,9 тис. заяв на надання адміністративних послуг та оформлення документів дозвільного характеру, що у 3,2 рази більше, ніж у минулому році. Зазначене зростання пов'язане з розширенням переліку послуг, що надаються через Центр надання адміністративних послуг [14].

З метою поліпшення надання адміністративних послуг необхідно:

- збільшити чисельність адміністраторів у районних відділах Центру, забезпечити оснащення додаткових робочих місць;
- здійснити капітальний ремонт з реконструкцією приміщення першого поверху будівлі Малиновської районної адміністрації Одеської міської ради під розміщення районного відділу Центру надання адміністративних послуг, відкриття якого відбулось у жовтні 2015 року;
- у рамках Міської програми «Електронне відкрите місто» м. Одеси на 2015-2017 роки введено в дію портал, який дозволяє надати весь комплекс послуг суб'єктам звернення;
- з вересня 2015 року розпочати роботу колл-центру.

Основними причинами, що перешкоджають розвитку малого і середнього підприємництва, як в цілому в Україні, так і безпосередньо у м. Одесі, є:

- нестача внутрішніх фінансових ресурсів, складність доступу до зовнішніх джерел фінансування та залучення інвестицій;
- неналежний рівень розвитку інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва;

- нестабільність податкового законодавства у сфері розвитку малого і середнього підприємництва, що не дає можливості суб'єктам підприємництва планувати свою діяльність на тривалий період;
- складність процедур сертифікації і стандартизації товарів та послуг;
- низький рівень активності суб'єктів малого і середнього підприємництва щодо захисту власних інтересів;
- неналежний рівень інформаційного, консультативного та методичного забезпечення підприємницької діяльності.

Крім того, на сьогодні стан малого і середнього підприємництва в м. Одесі має, зокрема, такі недоліки:

- нерівномірність розподілу за видами економічної діяльності. У сфері торгівлі та послуг питома вага суб'єктів малого і середнього підприємництва становить 40 % від їх загальної кількості, у сфері операцій з нерухомістю та промисловості – по 15 %, будівництва – 10 % [14];
- не дивлячись на те, що мале та середнє підприємництво має сприяти вирішенню проблем зайнятості населення, продовжується негативна тенденція зменшення працюючих у цьому секторі економіки. Так, кількість найманих працівників на підприємствах малого бізнесу за останній рік скоротилася на 8,1 %, на підприємствах середнього бізнесу – на 5,7 %;
- продовжується тенденція збитковості у результатах діяльності суб'єктів бізнесу (30 % всіх малих підприємств збиткові) [14].

Отже, наявний стан розвитку малого і середнього підприємництва свідчить про необхідність реалізації активної та виваженої місцевої політики з підтримки і подальшого розвитку підприємницького потенціалу та самозайнятості громадян м. Одеси.

Однією з основних умов подолання негативних тенденцій розвитку малого і середнього підприємництва є розроблення та здійснення комплексу заходів щодо розв'язання проблем, які перешкоджають подальшому поліпшенню бізнес-середовища.

Результатом виконання Програми є забезпечення умов реалізації пріоритетного напрямку Стратегії економічного та соціального розвитку міста Одеси до 2022 року: Конкурентоспроможне місто (економіка, бізнес, інвестиції) – формування та розвиток конкурентоспроможного міста, зручного для бізнесу та привабливого для інвестицій,

цілями якого є поліпшення умов надання адміністративних послуг, створення спеціального сайту для підприємців з метою захисту їхнього бізнесу та Одеського міського бізнес-інкубатора з метою поліпшення умов для виникнення малих інноваційних підприємств.

Як було визначено раніше, для поліпшення ситуації в підприємницькому секторі економіки в Україні була прийнята Програма розвитку малого та середнього підприємництва на 2017-2020 роки.

Головна мета Програми – поліпшення бізнес-клімату, запровадження нових ефективних форм співпраці виконавчих органів місцевої влади та суб'єктів підприємництва на засадах соціального партнерства задля стійкого функціонування і розвитку малого підприємництва та економічного зростання. Досягнення мети планується здійснити шляхом вирішення основних завдань Програми, а саме [13]:

- покращення регуляторного середовища, підвищення якості надання адміністративних послуг;
- розширення доступу до фінансових ресурсів, пошук та використання альтернативних джерел фінансування;
- розвиток інфраструктури підтримки малого та середнього бізнесу, що розширить доступ суб'єктів підприємництва до необхідних послуг та ресурсів;
- покращення якості бізнес-процесів шляхом підвищення внутрішньої спроможності малого і середнього підприємництва до ефективного ведення бізнесу, впровадження інновацій;
- сприяння виходу на нові ринки, залучення товаровиробників до участі у ярмарково-виставкових заходах різних рівнів;
- сприяння розвитку молодіжного підприємництва та створення нових перспективних робочих місць для місцевої молоді;
- підтримка розвитку підприємництва на селі, зокрема, селянських (фермерських) господарств;
- розвиток підприємницької культури та формування довіри громади до підприємців;
- сприяння розвитку діалогу між бізнесом та владою;
- надання організаційної, інформаційної, консультаційної та освітньої підтримки суб'єктам малого підприємництва;
- розвиток людського потенціалу шляхом впровадження сучасних програм підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів.

Для виконання визначених завдань Програми необхідно виділити наступні пріоритетні напрямки діяльності:

- впорядкування нормативного регулювання підприємницької діяльності, спрощення та удосконалення дозвільних процедур;
- фінансово-кредитна та інвестиційна підтримка;
- ресурсне та інформаційне забезпечення, формування інфраструктури.

– У рамках здійснення програмних заходів виділяються наступні цільові групи:

- підприємці, що здійснюють діяльність в пріоритетних сферах економічного та соціального розвитку;
- підприємці-початківці;
- потенційні підприємці.

Результатами Програми виступають [13]:

- ефективна реалізація державної політики у сфері підприємництва, розширення участі малого і середнього підприємництва у формуванні ефективної державної політики;
- підвищення рівня реального партнерства між владою та бізнесом;
- розширення доступу до необхідних фінансових, майнових, природних ресурсів;
- створення сприятливих умов для започаткування нових та розвитку існуючих малих та середніх підприємств – місцевих товаровиробників, підвищення їх конкурентоздатності;
- покращення інформаційного забезпечення суб'єктів малого та середнього підприємництва.

У якості критеріїв ефективності Програми можна назвати:

- збільшення кількості малих та середніх підприємств на 10 тисяч наявного населення;
- підвищення чисельності працюючих на малих та середніх підприємствах;
- збільшення кількості фізичних осіб-підприємців;
- збільшення частки реалізованої суб'єктами малого та середнього підприємництва продукції (робіт, послуг);
- збільшення частки надходжень від діяльності суб'єктів малого та середнього підприємництва до бюджету міста [13].

Заходи Програми можуть бути скориговані з урахуванням існуючої соціально-економічної ситуації, реальних можливостей видаткової частини бюджету (визначається щорічно) та у випадках зміни законодавчих, нормативно-правових та інших актів. Коригування здійснюється за ініціативи виконавців заходів Програми, постійних комісій районної ради, суб'єктів підприємницької діяльності, громадських організацій підприємців.

Література

1. Деренько О. А. Міжнародний досвід державного регулювання та підтримки малого підприємництва / О.А. Деренько // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2012. – № 5. – С. 95–97.
2. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва: стат. зб. / за ред. М. С. Кузнєцової // Київ: Державна служба статистики України. – 2016. – 514 с.
3. Захарченко В. І., Борисов О. Г., Іванищева А. В. Зарубіжний і вітчизняний досвід державного регулювання економіки для сучасної України / за ред. В. І. Захарченко // Одеса: Вид. центр студія “Нігоціант”. – 2005. – 128 с.
4. Ісаченко Д. А. Малі підприємства в трансформаційній економіці регіону: монографія / Д. А. Ісаченко // Одеса: Ін-т проблем ринку та екон.-еколог. досліджень НАН України. – 2009. – 406 с.
5. Колісник Г. М. Соціально-економічна ефективність підтримки малого підприємництва в Україні та світі / Г. М. Колісник // Науковий вісник УкрДЛТУ: зб. наук.-техн. праць. – Львів: Вид-во УкрДЛТУ. – 2004. – Вип. 14.4. – С. 202–211.
6. Комарницький І. М. організаційно-економічні механізми розвитку підприємництва: монографія / І. М. Комарницький // Ужгород: Патент. – 2000. – 224 с.
7. Лех Г. А., Ільчишин М. М., Туркало О. Я. Світовий досвід розвитку підприємств малого бізнесу / Г. А. Лех, М. М. Ільчишин, О. Я. Туркало // Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. – 2011. – Вип. 21.15. – С. 224–229.
8. Ольвінська Ю. О. Особливості державного регулювання малого підприємництва у країнах світу // Державне управління: удосконалення та розвиток: електрон. наук. фахове вид. – 2015. – № 2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=814>. – Назва з екрану.

9. Папп В. В. Сучасний стан і тенденції розвитку малого підприємництва в Україні / В. В. Папп // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2013. – № 6. – С. 160–164.
10. Піхняк Т. А. Організаційно-економічний механізм державного управління підприємствами малого бізнесу: світовий досвід та уроки для України / Т. А. Піхняк // Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. – 2012. – Вип. 22.2. – С. 270–274.
11. Попов С., Поліщук Г. Забезпечення ефективності державної політики підтримки розвитку малого підприємництва: окремі аспекти / С. Попов, Г. Поліщук // Інформаційний простір. Українські реалії: досвід трансформацій: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. – Хелм, Польща. – 2016.
12. Про затвердження плану дій щодо імплементації кращих практик якісного та ефективного регулювання, відображених Групою Світового банку у методології рейтингу “Ведення бізнесу” на 2016 рік: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.12.2015 р. № 1406-р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1406-2015-%D1%80/page>. – Назва з екрану.
13. Про схвалення Концепції Загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва на 2014–2024 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 28.08.2013 р. № 641-р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/641-2013-%D1%80>. – Назва з екрану.
14. Тимченко О. І. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в регіонах України // Ефективна економіка: електрон. наук. фахове вид. 2015. – № 6. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4135>. – Назва з екрану.

РОЗДІЛ 37

СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

*К. е. н.,
доцент кафедри обліку і оподаткування,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Гузь Д.О.*

Сучасний етап економічного розвитку характеризується високою швидкістю змін, загостренням конкуренції на ринку, політичною нестабільністю та іншими дестабілізуючими факторами. Наслідком дії вище перелічених факторів є поява різноманітних ризиків зовнішнього середовища, які спричиняють значну загрозу діяльності вітчизняних підприємств. Здатність підприємств до адаптації виступає базовою умовою не тільки виживання в кризових ситуаціях, а також основною передумовою його стійкого розвитку. Таким чином, в умовах турбулентності найважливіше завдання сучасного підприємства – це забезпечення його виживання і безупинного економічного розвитку. Ефективне вирішення цього завдання полягає у забезпеченні конкурентних переваг, які можуть бути досягнуті за допомогою ефективно сформованої стратегії забезпечення економічного розвитку підприємства.

Інноваційна стратегія це один із засобів досягнення цілей підприємства, який відрізняється від інших засобів своєю новизною, передусім для даного підприємства, для галузі ринку, споживачів, макроекономічного середовища країни.

Дослідженню питань розвитку підприємств присвячені праці як зарубіжних, так і вітчизняних вчених, а саме: Ансоффа Р., Акоффа Р. Л., Афанасьєва Н. В., Богатирьова І. О., Василенко В. О., Гапоненко О. Л., Дунда С. П., Какуніна Г. А., Кизима М. О., Кононенко І. В., Коротков Э. М., Масленікової Н. П., Надтока Т. Б., Пакрухина А. П.,

Погорелов Ю. С., Пономаренко В. С., Пушкаря О. І., Раєвневої О. В., Тридіда О. М. та ін. Не дивлячись на те, що проблема розвитку підприємства розглядається багатьма вченими, єдине тлумачення поняття «розвиток» відсутнє.

В результаті дослідження підходів різних авторів до визначення поняття «розвиток» слід зауважити наступне: жоден автор не розділяє зміни на позитивні чи деструктивні та під розвитком розглядають як покращення показників діяльності підприємства, так і їх погіршення. На думку автора, під розвитком слід розглядати тільки позитивні якісні зміни в діяльності підприємства.

З точки зору структури розвитку та його видів виділяють економічний, організаційний, технологічний та соціальний (рис. 1).

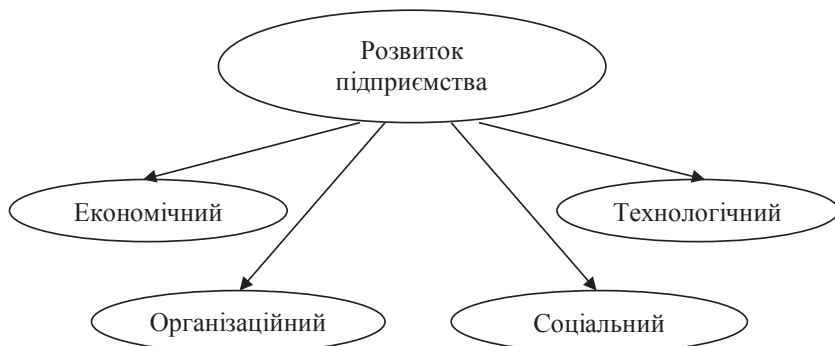


Рис. 1. Структура розвитку підприємства

Джерело: систематизовано автором на основі [2]

Економічний розвиток – процес функціонування та еволюції економічної системи в довготерміновому періоді, що відбувається під впливом економічних суперечностей, потреб та інтересів.

Організаційний розвиток підприємства – це організований процес, що порушує динамічний розвиток структури організації і направлений на досягнення нового стану динамічної рівноваги, яка в оновленій структурі зберігатиметься відносно стабільно.

Соціальний розвиток підприємства – це помітні зміни на підприємстві, що визначаються переходом усіх соціальних відносин та

процесів до якісно нового стану під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовища.

Технологічний розвиток підприємства – це процес переходу на новий, якісний технологічний стан шляхом удосконалення техніки, технології, продукції і послуг, що виробляються, під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Кожен із видів має свої характерні особливості, свою вагомість наслідків та результатів. Проте економічний розвиток виступає інтегруючим, оскільки для будь-якого комерційного підприємства досягнення економічного ефекту є необхідною метою господарювання, а інші цілі (соціальні, технічні тощо) виступають обслуговуючими.

Всі види діяльності підприємства взаємопов'язані і в тій чи іншій мірі формують кінцевий результат, тому керівництво, плануючи досягнути певний результат у довготерміновій перспективі, повинно приділяти значну увагу вивченню напрямів усіх аспектів економічного розвитку: виробничого, маркетингового, інноваційного, фінансового, інвестиційного та інформаційно-комунікаційного.

Види економічного розвитку підприємства необхідно доповнити таким видом, як мотиваційний розвиток. До основних факторів, що визначають економічний розвиток підприємства відносяться не лише якісна продукція, ефективна стратегія, ресурсний потенціал, оптимальна цінова та маркетингова політика, передові технології. В сучасних умовах одним з головних факторів виступає оптимізація системи мотивації персоналу підприємства. Це в свою чергу спричинено суттєвими змінами в суспільно-політичному та економічному житті України. Для забезпечення економічного розвитку підприємства необхідні відповідальні, високоорганізовані та ініціативні працівники з прагненням до трудової самореалізації та професійного зростання. Ефективна система мотивації працівників дозволяє суттєво підвищити ефективність роботи персоналу, збільшити обсяги продажу, покращити виробничий процес та обслуговування клієнтів.

Мотивування працівників відрізняються у різних країнах на регіонах світу залежно від їх культур, поглядів, віросповідань, ідей тощо. Так і для кожного окремого працівника потрібно підбирати і застосовувати конкретний метод чи інструмент мотивування, виходячи з

особливостей його характеру, умов життя, соціального статусу, цінності роботи та кар'єри тощо. Також важливим є те, що способи забезпечення ефективного впливу на мотивацію трудової діяльності людини не є сталими. До того ж один і той самий чинник, що на сьогодні мотивує конкретну людину до ефективного виконання своїх обов'язків та продуктивної діяльності, вже завтра може сприяти зниженню цих мотиваційних настанов.

Враховуючи вищезазначене мотиваційний розвиток є актуальним видом економічного розвитку підприємства (табл. 1), який досягається в результаті ефективного виконання підприємством таких важливих завдань, як: мотивація праці персоналу, створення умов для його зацікавленості в результатах діяльності підприємства та розвиток соціального партнерства.

Розвиток підприємства тісно пов'язаний зі стратегічним управлінням підприємством: і розвиток, і стратегія орієнтовані на перспективу. Багато з концепцій, що складають основу сучасного розуміння стратегії, було розроблено у першій половині ХХ ст., коли прискорення темпів науково-технічного прогресу зумовило ускладнення господарських зв'язків, диференціацію споживацького попиту та глобалізацію ринків збуту. Появу в цей період праць І. Ансоффа, Дж. Гелбрейта, П. Друкера, К. Ендрюса, Г. Мінцберга, Г. Саймона, А. Стрікланда, А. Томпсона, А. Чендлера та інших вважають початком досліджень у галузі стратегічного управління. Зміст існуючих методологічних підходів до формування стратегії підприємств полягає у виділенні преваючих ідей даної проблеми.

Деякі автори помилково ототожнюють поняття «стратегія» та «стратегія розвитку». На думку автора таке ототожнення не можна робити у зв'язку з тим, що стратегія – це реалізація в довгостроковому періоді цілей, як в напрямку росту так і розвитку. У зв'язку з тим, що в літературі існують помилкові визначення необхідно відокремити стратегію розвитку.

Для найбільш повного аналізу необхідно розглянути найпоширеніші, вивірені практикою й широко освітлені в літературі стратегії розвитку бізнесу, які називаються базовими, або еталонними. До них відносять: стратегії концентрованого зростання, стратегії інтегрованого зростання, стратегії диверсифікованого зростання, стратегія

Таблиця 1. Види та напрями економічного розвитку підприємства

Види економічного розвитку підприємства	Напрями економічного розвитку підприємства
Виробничий	– розширення номенклатури та асортименту продукції; – розроблення графіка потреби в ресурсах; – оптимізація виробничих площ; – підвищення виробничої потужності.
Фінансовий	– зниження собівартості продукції; – пошук нових резервів зростання прибутку; – пошук нових резервів зменшення збитків; – оптимізація витрат на ресурси, виробництво, заробітну плату.
Інвестиційний	– формування оптимального портфеля інвестиційних проєктів; – оптимізація втрат від настання інвестиційних ризиків; – балансування доходу та ризику від інвестиційного проєкту; – оптимізація системи управління інвестиційною діяльністю.
Інноваційний	– визначення пріоритетних напрямів інноваційної діяльності; – перехід на інноваційні методи ведення виробничо-господарської чи іншої діяльності; – впровадження у діяльність результатів НТП.
Маркетинговий	– удосконалення продукції відповідно до потреб ринку; – дослідження та вихід на нові сегменти ринку; – диверсифікація діяльності, асортименту продукції; – пошук нових споживачів, клієнтів, партнерів
Інформаційно-комунікаційний	– організація інформаційного обслуговування підприємства; – створення відповідної інформаційної підтримки діяльності підприємства; – автоматизація процесу залучення, оброблення, зберігання і використання інформації.
Мотиваційний	– підвищення рівня заробітної плати працівників підприємства; надання працівникам можливості кар'єрного розвитку; надання соціального пакету працівникам підприємства; забезпечення можливості навчання і підвищення кваліфікації працівників за рахунок підприємства.

Джерело: удосконалено автором на основі [2]

скорочення. Вони відображають підходи до зростання підприємства та пов'язані зі зміною стану одного чи кількох елементів [3]:

- 1) продукту;
- 2) ринку;
- 3) галузі;
- 4) положення підприємства всередині галузі;
- 5) технології.

Зазначимо, що кожний із елементів може перебувати в одному з двох станів: існуючому чи новому. Наприклад, щодо продукту, то це може бути рішення робити той самий продукт, або переходити до виробництва нового.

З перелічених стратегій розвитку підприємств зупинимось більш детально на деяких з них. В першу чергу розглянемо стратегії інтегрованого зростання. Вони пов'язані з розширенням підприємства шляхом додавання нових структур. Підприємство може використовувати такі стратегії, якщо воно перебуває в сильному бізнесі, не може здійснювати стратегії концентрованого зростання, в той же час інтегроване зростання не суперечить її довгостроковим цілям. Підприємство може здійснювати інтегроване зростання шляхом придбання власності або розширення зсередини. При цьому в обох випадках змінюється положення підприємства всередині галузі.

Необхідно виділити два основних типи стратегій інтегрованого зростання:

1. Стратегія зворотної вертикальної інтеграції спрямована на зростання підприємства внаслідок придбання або ж посилення контролю над постачальниками. Підприємство може або створювати дочірні структури, що здійснюють постачання, або ж приєднувати компанії, які вже здійснюють постачання. Реалізація стратегії зворотної вертикальної інтеграції може дати підприємству дуже сприятливі результати, пов'язані з тим, що зменшиться залежність від коливання цін на комплектуючі і запитів постачальників. Більше того, постачання як центр витрат для підприємства можуть перетворитися на центр доходів.

2. Стратегія прямої вертикальної інтеграції виражається зростанням підприємства за рахунок придбання або ж посилення контролю над структурами, що знаходяться між підприємством й кінцевим споживачем, а саме – системами розподілу та продажу. Такий тип

інтеграції надзвичайно вигідний, якщо посередницькі послуги дуже розширюються з якісним рівнем роботи [3, с. 98].

Охарактеризувавши стратегії інтегрованого зростання перейдемо до їх аналізу. На думку автора, інтегроване зростання не доречно пов'язувати з розвитком, так як воно не спричиняє виникнення як якісних змін, так і нових функцій на підприємстві.

Слід розглянути ситуацію коли об'єднання підприємств не призводить до зростання, воно залишається самостійним суб'єктом господарювання зі своїми показниками діяльності. Проте за рахунок взаємодії з іншим підприємством можливий перерозподіл зусиль щодо протистояння різноманітним ризикам (рис. 2).

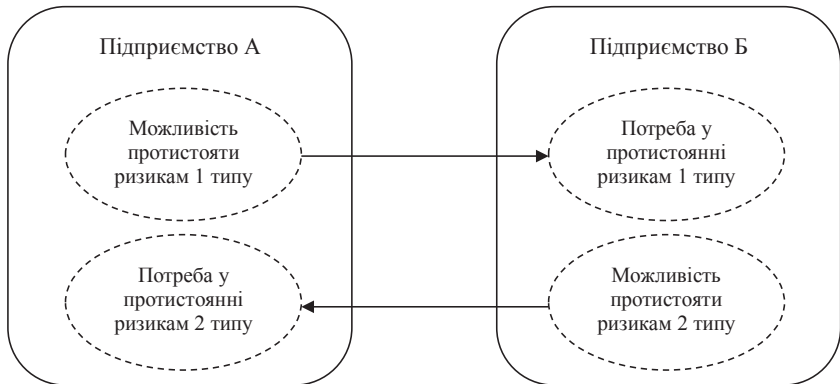


Рис. 2. Перерозподіл зусиль підприємств щодо протистояння різноманітним ризикам

Джерело: власна розробка автора

Тобто підприємства готові взаємодіяти у тому випадку, якщо в кожного з них з одного боку є потреба у протистоянні ризикам (та відсутні ресурси або можливості), а з іншого боку у підприємства є можливість протистояти ризикам, яким не можуть протистояти інші підприємства. Поліпшення якісних показників роботи окремого підприємства, що об'єднується призводить в даному випадку до його розвитку. Підприємство розвивається не за рахунок самостійних внутрішніх факторів, а за рахунок взаємодії та розподілу ризиків по всім

учасникам такого об'єднання. Така взаємодія є особливо актуальною для підприємств малого бізнесу, з урахуванням особливостей їх діяльності та нестабільності зовнішнього середовища. Тому доцільно говорити про стратегію інтегрованого розвитку, а не зростання. Так як, протидія новим економічним ризикам розглядається як набуття нових функцій, а це в свою чергу являється метою економічного розвитку підприємства згідно з раніше наведеним визначенням.

Розглянувши стратегії інтегрованого зростання перейдемо до аналізу стратегій скорочення. Їх використовують для цілеспрямованого згорання виробництва. Виділяють чотири типи стратегій скорочення бізнесу:

- стратегія ліквідації компанії – представляє собою граничний випадок стратегії скорочення, здійснюється тоді, коли підприємство не може вести подальшого бізнесу;

- стратегія «збирання врожаю» – допускає відмовлення від довгострокового погляду на бізнес на користь максимального одержання доходів у короткостроковій перспективі. Ця стратегія застосовується стосовно безперспективного бізнесу, який не може бути прибутково проданий, але може принести доходи підчас «збирання врожаю». Ця стратегія допускає скорочення витрат на закупівлі, на робочу силу та максимальне отримання доходу від розпродажу наявного продукту при скороченні виробництва;

- стратегія скорочення частини підприємства – полягає в тому, що підприємство закриває чи продає один зі своїх підрозділів бізнесу, щоб здійснити довгострокову зміну меж ведення бізнесу. Часто ця стратегія реалізується диверсифікованими підприємствами тоді, коли потрібно дістати кошти для розвитку перспективніших або початку нового бізнесу, що більше відповідають довгостроковим цілям підприємства;

- стратегія скорочення витрат – передбачає пошук можливостей і проведення відповідних заходів щодо зменшення витрат. Вона орієнтована на усунення невеликих джерел витрат, а її реалізація має характер тимчасових чи короткострокових заходів. Реалізація цієї стратегії пов'язана зі зниженням виробничих витрат, підвищенням продуктивності, скороченням прийому та навіть звільненням персоналу, припиненням виробництва неприбуткових товарів і закриттям неприбуткових потужностей. Можна вважати, що стратегія скорочення витрат

переходить у попередні стратегії скорочення, коли починають продаватися підрозділи, основні фонди [1, с. 104].

На думку автора, стратегії скорочення не можуть бути віднесені до базових стратегій розвитку підприємства. Адже під розвитком слід розглядати тільки позитивні якісні зміни в діяльності підприємства. А вище перелічені стратегії суперечать даному твердженню. Однак, стратегія скорочення витрат може бути видозмінена на стратегію поліпшення якісних показників за рахунок скорочення витрат та віднесена до базових стратегій розвитку підприємства.

Враховуючи вище сказане базові стратегії розвитку можуть бути представлені наступним чином (табл. 2).

Таблиця 2. Базові стратегії розвитку підприємства

Стратегії	Продукти	Ринки	Розвиток
Стратегії концентрованого зростання			
Посилення позицій	Освоєний	Освоєний	Ресегментування й репозиціювання
Розвиток ринку	Освоєний	Новий	Маркетинг нових ринків
Розвиток продукту	Новий	Освоєний	Інноваційні розробки
Стратегії інтегрованого розвитку			
Зворотна вертикальна інтеграція	Освоєний	Освоєний	Інтеграція з постачальниками
Пряма вертикальна інтеграція	Освоєний	Освоєний	Інтеграція з торговельними постачальниками
Стратегії диверсифікованого зростання			
Центрована диверсифікованість	Новий	Освоєний	Розширення старого виробництва для випуску нового продукту
Горизонтальна диверсифікованість	Новий	Освоєний	Освоєння нової технології на старому виробництві для нового продукту
Конгломератна диверсифікованість	Новий	Новий	Нові технології на новому виробництві для нового продукту й нового ринку
Стратегія поліпшення якісних показників			
Стратегія поліпшення якісних показників за рахунок скорочення витрат	Освоєний	Освоєний	Реалізація стратегії лідерство за витратами

Джерело: удосконалено автором на основі [1]

На думку автора, завданням стратегії економічного розвитку підприємства є не тільки досягнення цілей, а також протидія економічним ризикам, які невинно впливають на діяльність підприємства. Це пояснюється тим, що сучасне підприємство функціонує в умовах надзвичайної турбулентності зовнішнього середовища та повинно невинно адаптуватись до його змін.

У результаті дослідження сутності таких понять як «розвиток», «стратегія» та «ризик» автором запропоновано власне визначення стратегії економічного розвитку підприємства, а саме: стратегія економічного розвитку підприємства – це чітко сформований, комплексний план дій (які являються актуальними для окремого підприємства з урахуванням його внутрішнього потенціалу та зовнішнього середовища), які спрямовані на досягнення позитивних якісних змін та протидію економічним ризикам.

В умовах нестабільного зовнішнього середовища, в якому діє велика кількість факторів ризику, дуже важливим є забезпечення стійкого економічного розвитку підприємства. Надзвичайно вразливими до дії факторів ризику є саме малі підприємства, тому надзвичайно актуальним є питання забезпечення стійкого економічного розвитку підприємств малого бізнесу. Саме ці питання будуть розглянуті в наступному пункті даного дослідження.

Література

1. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарики, 2008. – 296 с.
2. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2000. – 360 с.
3. Міщенко А.П. Стратегічне управління: навч. посіб. / А.П. Міщенко. – К.: Центр навч. літератури, 2004. – 336 с.

РОЗДІЛ 38

ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

*к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту та інновацій,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Столбуненко Н.М.*

*здобувач,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Березюк А.В.*

Політика 90-х років ХХ століття штучного стримування доходів населення одночасно з вільним формуванням цін призвела до порушення важливих пропорцій між виробництвом, розподілом, обігом і обміном, споживанням та накопиченням, в наслідок чого відбулося зниження рівня життя значної частини населення. Отже, державі необхідно, незважаючи на збереження низки істотних проблем та ризиків, використати існуюче підґрунтя для подальшого стабільного соціально-економічного розвитку.

Проблема соціально-економічного розвитку досліджувались в працях великої кількості вчених, таких як: Т. Кір'ян, М. Шаповал, В.Г. Федоренко, Р.Ф. Пустовійт, В.С. Кравців, А.С. Пасєка, Л.В. Шаульська, О.С. Півікова та інші.

Метою забезпечення соціально-економічного розвитку являється сталий розвиток країни на основі комплексного використання ресурсів, нарощення виробничого потенціалу, залучення інвестицій в економіку, втілення антикризових заходів та створення сприятливих умов для населення. Основні напрями соціально-економічного розвитку сконцентровані в державній програмі. Основою розроблення державної програми є Закон України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України.

Актуальність вивчення проблем соціально-економічного розвитку України на сучасному етапі полягає в тому, що неоднозначний характер ринкових перетворень, непродумане та неефективне державне управління, системні кризи останніх десятиліть призвели до суттєвих соціально-економічних втрат.

Нині основною метою розвитку національної економіки більшості країн світу є поліпшення якості життя і здоров'я населення, тому потреба у дослідженні саме соціально-економічного розвитку полягає в тому, що сучасний підхід до оцінки громадського розвитку є багатоаспектним процесом, що базується на комплексному сприйнятті таких її елементів, як економіка та соціальна сфера. Отже, навіть якщо мова йдеться тільки про економічний розвиток, він зазвичай розглядається спільно з соціальним розвитком.

Соціально-економічний розвиток включає такі аспекти, як:

- зростання продуктивності праці
- зростання виробництва і доходів;
- зміни в інституціональній, соціальній і адміністративній структурах суспільства;
- зміни в суспільній свідомості.

Таким чином, стратегічний підхід до управління розвитком господарських комплексів спрямований на досягнення сталого економічного зростання, раціональне використання виробничо-ресурсного потенціалу регіонів і підвищення соціально-економічних показників рівня життя населення України.

Процес соціально-економічного розвитку включає три найважливіші складові: підвищення доходів, поліпшення здоров'я населення і підвищення рівня його освіти; створення умов, сприяючих зростанню самоповаги людей в результаті формування соціальної, політичної, економічної і інституціональної системи, орієнтованої на повагу людської гідності; збільшення ступеня свободи людей, у тому числі їх економічної свободи економіки.

Соціальні функції економіки у самому загальному вигляді можна звести до наступного [1, с. 15-16]:

- економіка повинна виражати інтереси всіх прошарків населення;
- економіка повинна забезпечувати добробут народу;

- економіка повинна адекватно відбивати плюралізм форм власності і сприяти кращому їх сполученню;
- економіка повинна відновлювати, і в той же час забезпечувати множинність форм і механізмів господарювання.

Соціальні функції економіки разом з іншими обставинами визначають соціальні функції держави за допомогою якої відбувається їхня реалізація у громадському житті.

Національна економіка, як система регіонів, складається з різних регіональних підсистем, що відрізняються за географічним розташуванням, рівнем добробуту домогосподарств, об'ємами виробництва, кваліфікацією трудових ресурсів, наявністю корисних копалин, інноваційністю в сегментах технологій і менеджменту тощо. Це зумовлює виникнення домінуючих регіонів, які визначають спрямування розвитку країни та регіонів, що відстають. У свою чергу, регіони, нарощуючи виробничий потенціал і темпи регіонального зростання, тим самим модифікують регіональний розвиток та регіональну структуру всієї національної економіки [2, с. 527].

У свою чергу, регіональна економічна політика, як складова частина загальнодержавної політики, спрямована на усунення диспропорцій у найважливіших макроекономічних показниках і пропорціях розвитку країни.

Одночасно метою регіональної політики в економічній сфері є раціональне використання виробничих ресурсів з метою підвищення рівня та якості життя населення в усіх, без винятку, регіонах на підґрунті використання ефекту територіальної агломерації та кооперації, а також переваг поділу праці.

При цьому важливо підкреслити, що двома найактуальнішими чинниками реалізації соціально-економічної регіональної політики, зокрема в Україні, є:

- забезпечення неподільного економічного простору, яке визначається єдністю державного керівництва, грошової, податкової, бюджетної і фінансової систем, єдиною інформаційною територією, скоординованим розвитком основних інституційних структур;
- створення умов для соціально-економічного зростання в кожному з регіонів за умов досягнення відповідної ефективності і підвищення на цьому підґрунті рівня добробуту населення.

Після здобуття Україною незалежності розпочалася докорінна ринкова трансформація. Ринкове ціноутворення, зміна форм власності та інструментарію державного менеджменту зробила неможливим планомірне розміщення продуктивних сил на підґрунті попередньої регіональної політики і сформувало нові уявлення про зміст регіональної політики. В умовах трансформаційної економіки основними цілями регіональної вітчизняної політики є відновлення економічного зростання в кожному із регіонів України, підвищення на цій основі рівня добробуту населення, створення науково-технологічних засад зміцнення позицій України в глобалізованій економіці та міжнародному поділі праці [2, с. 528].

Для досягнення цих цілей необхідно вирішення наступних завдань:

- зміцнення економічних основ територіальної цілісності і стабільності країни;
- реальна трансформація економіки України у соціально-ринкову;
- скорочення розбіжностей у рівні економічного розвитку регіонів;
- здійснення структурної реформи економіки регіонів;
- стимулювання розвитку районів і міст, які мають значний науково-технологічний потенціал;
- надання державної підтримки територіям екологічної небезпеки, регіонам, що мають високий рівень безробіття та демографічні проблеми;
- реалізація відповідної політики по відношенню до депресивних регіонів.

При цьому основними інструментами здійснення регіональної політики є такі:

- державні закупівлі, регулювання процесів ціноутворення в регіонах;
- преміювання за розширення регіональної зайнятості;
- активний вплив на міграційні процеси;
- економічна підтримка окремих регіонів чи їх об'єктів;
- регіональний економічний аудит;
- створення вільних економічних зон;
- надання фінансових стимулів: інвестиційних грантів, позик під низький відсоток, звільнення від сплати податків, орендної плати тощо – тим підприємствам, які інвестують в наукоємні виробництва, депресивні регіони або мінімізують проблеми, пов'язані з безробіттям;

- заохочення інвестицій в інфраструктуру, розвиток мережі доріг покращення побутових умов життя населення в депресивних регіонах.

Стосовно соціально-економічної ефективності регіональної політики, то вона має двохсторонню спрямованість: по-перше, це співвідношення досягнутих результатів господарської діяльності з величиною здійснених витрат в регіон; по-друге, це ступінь участі даної територіальної одиниці щодо вирішення загальнодержавних завдань. При цьому застосовуються різноманітні показники, які відображаючи як внутрішню соціально-економічну ефективність регіонального господарського комплексу, так і ефективність його участі у вирішенні загальнонаціональних проблем [2, с. 531].

Показниками соціального ефекту є: підвищення рівня зайнятості населення працездатного віку; підвищення рівня забезпеченості населення житлом; покращення стану навколишнього середовища; підвищення доступності і якості послуг населенню в транспортній сфері та галузях: охорони здоров'я, освіти, фізичної культури і спорту, культури, житлово-комунального господарства.

Таким чином, регіональна політика є складовою частиною національної стратегії соціально-економічного розвитку країни. Основний спосіб реалізації регіональної економічної політики визначається оптимізацією виробництва у регіонах з метою покращення добробуту населення, мінімізації безробіття, залучення ресурсів у депресивні регіони та уникнення небажаного перевантаження у розвинутих, ініціювання наукоємних та інноваційних виробництв.

У трансформаційний період та в умовах загострення соціально-політичної кризи роль та соціально-економічний ефект регіональної політики ще більше зростає. Ефективна регіональна політика здатна послабити внутрішню соціальну напругу та зберегти цілісність і єдність країни. Об'єктивні відмінності у стартових трансформаційних чинниках, неоднакове та необ'єктивне ставлення влади до різних регіонів залежно від політичної кон'юнктури, регіональне історично-культурне розмаїття вимагає докорінних змін у здійсненні регіональної політики в Україні, яка повинна першочергово орієнтуватися на соціально-економічний ефект [2, с. 532].

Підвищення продуктивності праці є головним чинником подолання економічного спаду, забезпечення стійкого і потужного економіч-

ного зростання та підвищення рівня життя населення. Передумови зростання продуктивності праці конкретно виявляються у чинниках її зростання, що являють собою рушійну силу, суттєву причину, обставину, яка впливає на певний процес або явище та змінює рівень і динаміку продуктивності [3, с. 543].

Отже, чинники зростання продуктивності праці – це зміни матеріально-технічних, організаційних та соціально-економічних умов як безпосередньо у процесі виробництва, так і поза ним, під впливом яких скорочуються затрати праці на виробництво одиниці продукції, тобто підвищується рівень продуктивності праці.

Сучасна американська система дослідження продуктивності праці виділяє з поміж усіх важливих чинників такі найсуттєвіші як *research and development* (інноваційні дослідження, їх впровадження та розвиток), *human capital* (людський капітал) та *structural changes* (структурні зрушення). Однак, для української економічної системи необхідним є виділення ще двох складових цієї класифікації, таких як організація та оплата праці і соціальне партнерство [3, с. 544].

Кожен з цих чинників представлений і функціонує через діяльність відповідних інститутів: науково-технічних та дослідних, де ведуться інноваційні розробки, університетів та підприємств, де формується людський капітал, соціальних інститутів освіти та здоров'я, зайнятості, законодавчих інститутів регулювання оплати праці та оподаткування тощо.

Діяльність цих організацій (дослідно-впроваджувальних і навчальних центрів, інститутів, асоціацій), зорієнтована на: визначення і розв'язання основних проблем підвищення ефективності (продуктивності) різних виробничо-економічних систем і економіки в цілому; практичну реалізацію стратегії і тактики розвитку економіки, здійснюваних на відповідних рівнях управління; підготовку (перепідготовку, підвищення кваліфікації персоналу, передусім менеджерів) для ринкової економіки.

Інститути мають забезпечувати економічну гнучкість для адаптації до нових умов, до нових можливостей, в той час як інституції – це визнані та санкціоновані суспільством (спільнотою) обмеження, сформовані під впливом ідеологічних установок, які спрямовують дії носіїв цих уявлень у певному напрямку, у такий спосіб обмежуючи

та впорядковуючи їхню взаємодію та генеруючи відповідні соціальні відносини [3, с. 20].

Такі адаптивні ефективні інституційні утворення повинні забезпечувати стимули до навчання і знань, творчості, інноваційної діяльності працівників, і разом з тим заохочувати економічних суб'єктів до ефективної взаємодії з метою здійснення продуктивної господарсько-економічної діяльності.

Серед особливостей інституційної структури вітчизняної економіки та суспільної системи загалом, які мають негативний вплив на економічний розвиток та гальмують перебіг трансформаційних процесів можемо виокремити:

- недосконалість та нестабільність законодавчої бази;
- високий рівень тінізації економічної діяльності;
- високий рівень корупції та бюрократизації всіх рівнів та гілок влади.

Важливою передумовою зростання ефективності (продуктивності) виробництва на підприємствах є достатній рівень розвитку і активна діяльність різноманітних інституцій ринкової, виробничої і соціальної інфраструктури. Зараз у світі нараховується біля 150 національних і регіональних центрів, інститутів і асоціацій по продуктивності і управлінню. Зокрема у світовому товаристві відомими і визнаними є Японський центр продуктивності, Центр продуктивності ФРН, Канадський центр ринку праці і продуктивності, Американський інститут організації праці і виробництва. В Україні аналогічні функції виконує Інститут стратегічних досліджень, Інститут економіки промисловості, Міжнародний інститут менеджменту, Державна академія управління, Київський державний економічний університет [4, с. 546].

Підвищення продуктивності праці здійснюється за рахунок таких основних чинників: технічного прогресу, структурних змін в економіці, розвитку людського капіталу, соціального партнерства та раціональної організації та оплати праці. Оскільки у сучасних умовах усі підприємства у процесі своєї інноваційної, виробничої і комерційної діяльності не можуть обходитись без відповідних послуг інноваційних фондів, товарно-сировинних та фондових бірж, центрів зайнятості, комерційних банків та інших інститутів ринкової інфраструктури, то кожен із зазначених чинників, що впливають на продуктивність праці, також

представлений і функціонує через діяльність відповідних інститутів. Тобто їх можна виділити у певну групу під назвою «інституційні чинники зростання сукупної продуктивності праці», які включають:

- людський капітал,
- наукові дослідження та їх впровадження,
- структурні зміни в економіці,
- організацію праці,
- соціальне партнерство.

Найважливішою умовою зростання продуктивності праці є нагромадження та ефективне використання людського капіталу, тобто тих якісних рис працівників, які формують сучасні продуктивні здібності та перетворюють їх праці на головну продуктивну силу ринкової економіки, заснованої на знаннях. Досвід розвинених країн свідчить, що нагромадження людського капіталу та забезпечення його ефективного використання є найважливішою умовою.

За підрахунками фахівців, кожне додатково створене робоче місце в освітній та науково-дослідній сфері зумовлює створення 7–10 високопродуктивних робочих місць в економіці. Зазвичай виділяють три напрями впливу освіти на продуктивність праці [4, с. 547].

1. Освіта і професійна підготовка роблять продуктивнішою працю кожної окремої людини. Доказом цього є тісна кореляція між рівнем освіти працівників і їхніми заробітками, підтверджена статистичними даними.

2. Освіта розвиває в людині ділові навички і підприємливість. У західній літературі це явище названо розподільчим ефектом освіти. Робоча ефективність пов'язана із здатністю виконувати певне коло завдань, розподільча ефективність пов'язана із здатністю приймати правильні рішення. Освіта підвищує чутливість людей до нових наукових ідей і технічних розробок, у зв'язку з чим скорочується час між відкриттям та його широким застосуванням. Скорочуючи час поширення науково-технічних відкриттів, освіта сприяє підвищенню суспільної продуктивності праці, стимулюванню економічного зростання.

3. Третій напрямок полягає в тому, що освіта збільшує не лише швидкість, з якою поширюються відкриття, а й швидкість, з якою вони здійснюються.

«Науково-технічний» у сполученні зі словом «прогрес» означає, що детермінантами поліпшення життєвих умов є нові способи організації та ведення виробництва, що ґрунтуються на досягненнях науки, які, будучи використаними на практиці, стають новим фактором (поряд із працею, капіталом, природними ресурсами), у результаті чого за допомогою професійної робочої сили цей фактор матеріалізується в більш високу (у кількісному і якісному відношенні) продуктивність праці. Тобто інноваційна діяльність безпосередньо інтегрується у виробництво. Інновації є предметом трудової діяльності, однак праці не рутинної, одноманітної, традиційної. Вони пов'язані з оригінальною, творчою трудовою діяльністю, тобто основу інноваційної діяльності складають інтелектуальні, творчі можливості працюючих, спроможність продукувати нові ідеї, втілювати їх у нових знаннях щодо предметів, способів виробництва та доводити їх до впровадження за умови наукового обґрунтування раціональності [4, с. 548].

Людський інтелект посідає місце безпосередньої і головної продуктивної сили нової технологічної ери.

Саме продукція з високим вмістом доданої вартості, тобто продукція інтелекту і таланту, має стати провідною у промисловості країни, адже саме така продукція за сучасних умов є джерелом зростання продуктивності праці та багатства нації.

Отже, для забезпечення підвищення продуктивності у довгостроковій перспективі Україні знадобиться стимулювати інвестиції та інновації, покращити інституційну та законодавчу складові бізнесу-клімату, і створити умови для розвитку вільної конкуренції. А в умовах, коли наука перетворилася на безпосередню продуктивну силу суспільства, інвестиції в людський капітал – це, насамперед, вкладання в підвищення міжнародної конкурентоспроможності країни та прискорення зростання її економіки .

Тому, формування якісних інноваційних систем на даному етапі визначається, перш за все, станом людських ресурсів, що є носієм системи знань і середовищем її розвитку, джерелом і реалізатором інновацій.

Період 2015-2017 років за основними економічними показниками не був однорідним, але його в цілому можна охарактеризувати як “переломний”, коли надважкі випробування 2014 року, які все ще відчува-

лися у першій половині 2015 року, у подальшому трансформувалися в етап економічного відновлення шляхом поступового подолання негативних наслідків кризи. При цьому змінювалась і динаміка, і характер розвитку на користь посилення якості економічного зростання.

Так, упродовж 2016-2017 років однією з визначальних рис економічного розвитку було відновлення позитивної динаміки (двозначними темпами) інвестиційної складової економіки після її скорочення впродовж попередніх 3 років поспіль. Обсяг капітальних інвестицій у 2016-2017 роках зріс на 44,1 відсотка (за 2015 рік падіння становило 1,7 відсотка), або в середньому на 20,1 відсотка¹ щорічно. Це обумовило розвиток інвестиційно-спрямованих галузей промисловості та будівництва в цей період: за 2016-2017 роки виробництво продукції машинобудування збільшилось на 10,1 відсотка (за 2015 рік – зменшення на 14,1 відсотка), індекс будівельної продукції – на 48,3 відсотка (за 2015 рік – падіння на 12,3 відсотка) [5].

Позитивна динаміка капітальних інвестицій була сформована в умовах поживлення виробничої діяльності підприємств з поступовим покращенням на цій основі їх фінансового стану у більшості видів економічної діяльності, поліпшення ділових очікувань та поступового послаблення інвестиційних ризиків на тлі відносної макрофінансової стабілізації, започаткування нового етапу реформування економіки та запуску масштабних державних інвестиційних проєктів (інфраструктурних, оборонних, енергоефективних). В цілому питома вага валового нагромадження основного капіталу (ВНОК) у ВВП збільшилася до 16 відсотків у 2017 році з 13,5 відсотка у 2015 році, проте все ще не досягла рівня 2013 року – 16,9 відсотка ВВП [5].

Другою визначальною рисою цього періоду було реформування соціальної сфери. Впродовж 2016-2017 років було проведено реформи у сфері оплати праці (зменшення навантаження на фонд оплати праці внаслідок зниження ставки єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (ЄСВ) у 2016 році та підвищення рівня оплати праці та її детінізації внаслідок запровадження нової методології визначення мінімальної заробітної плати у 2017 році), а також у сфері пенсійного забезпечення (здійснення перерахунку раніше призначених пенсій та запровадження нового механізму їх індексації).

Вищезазначене стимулювало, перш за все, зростання реальної заробітної плати, яке за 2016-2017 роки становило 29,8 відсотка (за 2015 рік – падіння на 20,2 відсотка) та реального наявного доходу населення – 9,5 відсотка (зменшення на 20,4 відсотка відповідно), що сприяло розширенню споживчого попиту населення. Отже реалізація реформ у соціальній сфері в цілому сприяла покращенню матеріального становища населення і зниженню рівня бідності (за абсолютним критерієм) за 9 місяців 2017 році становив 49,8 відсотка проти 58,3 відсотка у 2015 році. Серед інших позитивних зрушень внаслідок проведених Урядом реформ у соціальній сфері слід зазначити процеси детінізації оплати праці (рівень тіньової економіки за методом “витрати населення – роздрібний товарооборот” у 2017 році скоротився до 47 відсотків від обсягу офіційного ВВП з 57 відсотків у 2015 році відповідно, в цілому рівень тіньової економіки за цей період скоротився на 9 відсоткових пунктів – з 40 відсотків до 31 відсотка), а також скорочення кількості неформально зайнятого населення (з 4,3 млн. осіб у 2015 році до 3,7 млн. осіб у 2017 році) [5].

Але зміна принципів та моделі розвитку природно мала зворотну сторону. Збільшення витрат на оплату праці змусило підприємців оптимізувати свої трудові ресурси, що разом з іншими факторами – тимчасове призупинення переміщення вантажів через лінію зіткнення залізничними і автомобільними шляхами у межах Донецької та Луганської областей, крім гуманітарної допомоги, припинення підприємницької діяльності фізичних осіб-підприємців через зміну податкового законодавства щодо сплати ЄСВ усіма підприємствами без винятку – призвело до певного скорочення кількості зайнятого населення у віці 15-70 років – у 2015 році – 16,44 млн. осіб, у 2016 році – 16,28 млн. осіб, у 2017 році – 16,16 осіб – та відповідно зростання рівня безробіття населення у віці 15-70 років за методологією МОП (у 2015 році – 9,1 відсотка до економічно активного населення відповідного віку, у 2016 році – 9,3 відсотка, у 2017 році – 9,5 відсотка).

Зростання безробіття, а також відносно низький рівень життя населення спонукали українців до пошуку роботи поза її межами. Як наслідок, в Україні впродовж 2015-2017 років відбулось посилення процесів трудової міграції як зовнішньої, так і внутрішньої.

За даними обстеження Держстату у 2015-2017 роках кількість трудових мігрантів поза межами України становила 1303,3 тис. осіб, що на 10,3 відсотка більше ніж у 2010-2012 роках з урахуванням демографічних змін [5].

Отже, розширення внутрішнього інвестиційного та споживчого попиту у відповідь на впроваджувані реформи, відкриття нових підприємств, диверсифікація ринків збуту та поставок енергетичних ресурсів, відновлення сприятливої зовнішньої кон'юнктури дозволили компенсувати негативний вплив з боку таких факторів як втрата традиційних міжгалузевих зв'язків, фізичне руйнування основних засобів виробництва, втрата об'єктів власності внаслідок незаконної анексії АР Крим та захоплення частини території Донецької та Луганської областей, і відновити економічне зростання. У 2016-2017 році вдалося забезпечити позитивну динаміку в промисловості на протигагу 2015 року, коли мало місце падіння на рівні 13 відсотків. Загалом впродовж 2016-2017 років обсяги промислової продукції зросли на 3,2 відсотка.

У 2015 році, після значної девальвації гривні (майже в 2 рази) та суттєвого подорожчання комунальних послуг, у тому числі внаслідок приведення тарифів на природний газ для побутових споживачів до економічно обґрунтованого рівня, інфляція досягла 43,3 відсотка (у розрахунку грудень до грудня).

У 2017 році, не зважаючи на певне збільшення річних темпів споживчої інфляції у порівнянні з 2016 роком, рівень зростання цін споживчого ринку фактично став підтвердженням продовження позитивного економічного розвитку країни на достатньо сприятливому ціновому фоні після декількох років кризи, яка передувала 2016 року. Загалом впродовж 2016-2017 років споживчі ціни зросли на 27,8 відсотка у розрахунку грудень до грудня.

Загалом, вплив комплексу внутрішніх та зовнішніх чинників, які діяли впродовж 2016-2017 років дозволили відновити в цей період позитивну динаміку розвитку економіки (зростання ВВП на 5 відсотків), що дещо компенсувало зменшення ВВП у 2015 році (на 9,8 відсотка), але не дозволило досягти докризового рівня: у 2017 році рівень ВВП до 2013 року становив 88,4 відсотка. [5]

Економічний розвиток України за підсумком I кварталу 2018 року характеризується продовженням позитивної динаміки розвитку, що

знаходяться в межах прогнозованих тенденцій відповідно до показників, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 01.12.2017.

У I кварталі 2018 року зростання ВВП за попереднім звітом Держстату становило 3,1 відсотка, що підтримувалося як внутрішнім, так і зовнішнім попитом.

Економічне зростання було обумовлене позитивною динамікою більшості основних видів економічної діяльності. Так, у січні-травні 2018 року промислове виробництво збільшилось на 2,6 відсотка з урахуванням зростання виробництва усіх основних підвидів промислової діяльності: постачанні електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря – на 4,2 відсотка, переробній промисловості – на 2,4 відсотка, добувній промисловості – на 2 відсотки [5].

Через нижчу, ніж очікувалося, діяльність підприємств з виробництва харчових продуктів, внаслідок більш негативного впливу зменшення сировинної бази з боку сільськогосподарського виробництва (олії, м'яса та м'ясних виробів) та окремих видів будівельної продукції, по факту динаміка в промисловості виявилася дещо нижчою, ніж очікувалося. Однак, очікується, що у подальшому підвищення виробничої активності більшості підвидів переробної промисловості дозволить у підсумку наростити темпи промисловості до прогнозованого рівня.

Динаміка цін виробників обсягів промислової продукції – зростання на 6,8 відсотка у травні 2018 року відносно грудня 2017 року та на 17,5 відсотка у середньому до відповідного періоду попереднього року – виявилась дещо вище прогнозованої, однак це сталося, фактично, за рахунок січневого зростання (4,4 відсотка), яке було обумовлене підвищенням тарифів на електроенергію для промисловості

Номінальна середньомісячна заробітна плата штатних працівників в умовах чергового підвищення рівня мінімальної заробітної плати з 1 січня 2018 року до 3 723 гривень (3200 гривень – у 2017 році) у січні-травні 2018 року збільшилася на 26,7 відсотка до 8 225 гривні, реальна заробітна плата – на 11,8 відсотка.

Таким чином, загальна ситуація, яка склалася в економіці, незважаючи на збереження низки істотних проблем та ризиків, свідчить про поступове формування якісного підґрунтя для подальшого стабільного економічного розвитку в нових економічних реаліях.

У 2020-2021 роках темпи зростання потенційного ВВП в умовах нарощування інвестиційної активності економічних агентів, що дозволить здійснювати якісні зміни в основних виробничих потужностях, а також продовження процесів реформування ринку праці, що стимулюватиме зростання зайнятості населення, поступово збільшуватимуться. Деяке уповільнення темпів зростання потенційного ВВП у 2019 році обумовлюватиметься особливостями року, на який припадуть подвійні вибори, що безпосередньо формуватиме стриману вичікувальну позицію не лише інвесторів, а й роботодавців.

Враховуючи таку динаміку потенційного ВВП, а також формуючи систему припущень, які впливатимуть, в першу чергу, на динаміку попиту, розроблено прогноз економічного і соціального розвитку України на 2019-2021 роки (далі – Прогноз на 2019-2021 роки) за трьома сценаріями [5].

Перший сценарій (базовий), основою якого є здійснення реформ, закріплених Середньостроковим планом пріоритетних дій Уряду до 2020 року, Стратегії подолання бідності, Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року, Експортної стратегії тощо. Також передбачається збереження дії сприятливих умов на світових ринках. Враховуючи світову практику закладання до бюджету прогнозу, який є найменш ризиковим, перший сценарій (базовий) передбачає не максимально можливу, а помірну реакцію економіки на впроваджені реформи. Також, за низкою реформ, з яких на сьогодні не досягнуто у суспільстві консенсусу, насамперед, земельної та податкової реформи, в цьому сценарії ми виходимо із формування умов функціонування економіки за принципом “статус-кво” [5].

Отже, основними умовами функціонування економіки за цим сценарієм мають стати:

- зростання попиту на товари українського експорту в умовах позитивної динаміки розвитку основних торговельних партнерів;
- збереження помірного зростання середньорічних цін на світових товарних ринках;
- розширення та диверсифікація зовнішньоекономічних зв'язків, укладання угод щодо функціонування зон вільної торгівлі з окремими країнами;

- функціонування Експортно-кредитного агентства, що сприятиме переходу до експорту наукомісткої інноваційної продукції для сталого розвитку країни;
- покращення інвестиційного клімату, дерегуляція і розвиток підприємництва;
- впровадження нових стандартів виробництва з метою підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції в умовах необхідності освоєння ринків Європейського союзу;
- виконання державного оборонного замовлення з метою забезпечення послідовного переозброєння Збройних Сил та інших військових формувань на нові зразки озброєння та військової техніки;
- активізація процесів приватизації, оновлення та оптимізація системи державного управління підприємствами;
- проведення активної політики зайнятості для прискорення повернення безробітних до трудової діяльності, створення умов для зниження рівня неформальної зайнятості;
- подальше підвищення розміру соціальних стандартів, зокрема прожиткового мінімуму та мінімальної заробітної плати;
- подальша реалізація освітньої, пенсійної та медичної реформи;
- проведення Національним банком України політики таргетування інфляції та плаваючого режиму курсоутворення;
- активна співпраця з міжнародними фінансовими організаціями (зокрема МВФ, Світовий банк та ін.) в рамках реалізації спільних програм.

Так, у 2021 році реальне зростання ВВП незначно перевищить докризовий рівень і становитиме 101,6 відсотка до рівня 2013 року при збільшенні у 2019-2021 роках в середньому на 3,6 відсотка щорічно (у 2019 році на 3 відсотки).

В той же час, динаміка розвитку окремих сфер економіки, все ще демонструватиме відставання від докризового рівня. Перш за все, це стосується зовнішньоторговельної діяльності та окремих показників виробничої сфери. Навіть за динаміки середньорічного зростання у 2019-2021 роках промислового виробництва на 4,5 відсотка, експорту товарів та послуг на 8,7 відсотка, імпорту товарів та послуг на 8,5 відсотка у 2021 році не вдасться досягнути у цих сферах докризового рівня: у 2021 році промислове виробництво знаходитиметься на рівні

95,4 відсотка до рівня 2013 року, експорт товарів та послуг – на рівні 94,8 відсотка, імпорт товарів та послуг – 91,6 відсотка [3].

Другий сценарій було розроблено з метою визначення додаткових ефектів (позитивних та негативних), які можуть бути сформовані в економіці внаслідок реалізації складних реформ (земельної та податкової в частині оподаткування прибутків підприємств), а також бюджетної “вартості” таких реформ. Зовнішня кон’юнктура світових товарних ринків за цим сценарієм цілком відповідає припущенням прогнозу за першим сценарієм. Разом з тим, припущення щодо притоку інвестиційного та позичкового капіталу за другим сценарієм є дещо кращими.

Тобто, якщо за першим (базовим) сценарієм розвиток економіки формується під помірним впливом факторів, то за другим, навпаки – цілеспрямовано створюються умови для появи нових “точок зростання”. Якщо до сьогодення часу вони відображались суто галузевим профілем, то на новому етапі розвитку і світ, і Україна розуміють про необхідність відмови від такого шляху та переходу на формування “точок зростання” у вигляді інвестицій та інновацій. Саме тому, за другим сценарієм створення податкових умов та підвищення мотивації до нарощування інвестицій та інновацій поряд із активізацією використання інших інструментів сприятиме покращенню якості економічного зростання [3].

Серед основних відмінностей в сценарних умовах функціонування економіки між першим та другим сценаріями на середньострокову перспективу слід зазначити запровадження податку на виведений капітал у 2019 році та ринку землі сільськогосподарського призначення на перехідних умовах до 2020 року за другим сценарієм.

Як запровадження податку на виведений капітал (на заміну податку на прибуток підприємств), так і розбудова ринку землі, сприятимуть, перш за все, активізації процесів залучення інвестицій в економіку, що має вивести країну на новий, більш якісний виток розвитку. Вибір шляху в напрямку інвестиційно-інноваційного розвитку потребує великих фінансових затрат, тому запровадження податку на виведений капітал, крім посилення приватних інвестиційних потоків, супроводжуватиметься фіскальними втратами.

Але, кошти, спрямовані на реалізацію інвестиційних проектів, з урахуванням мультиплікативного ефекту сприятимуть формуванню

якісно нових “точок зростання” економіки, що генеруватимуть високу додану вартість у наступних періодах.

Враховуючи вплив вищезазначених факторів, у 2019-2021 роках за другим сценарієм прогнозується середньорічне зростання індексу промислового виробництва на 6,1 відсотка (у 2019 році – на 5,1 відсотка), обсягів виробництва сільськогосподарської продукції – на 1,9 відсотка (у 2019 році – на 2,6 відсотка), ВВП – на 4,8 відсотка (у 2019 році – на 4,1 відсотка) [5].

З метою оцінки ступеня залежності вітчизняної економіки від зовнішніх умов було розроблено третій сценарій, в якому основні напрями внутрішньої економічної політики хоча і збігаються з першим сценарієм, але інтенсивність їх реалізації припускається суттєво нижчою. Крім того, припускається, що розвиток економіки відбуватиметься в умовах гіршої зовнішньоекономічної кон’юнктури та повільнішого зростання основних торгових партнерів України. Останнє стримуватиме розширення зовнішнього попиту на вітчизняні товари та негативно позначатиметься на припливі фінансових ресурсів в країну, у тому числі необхідних для впровадження реформ.

Поряд з тим, спостерігатиметься скорочення виробництва в експортоорієнтованих видах промислової діяльності, що негативно позначатиметься на загальних темпах зростання промислового виробництва.

Слабке впровадження внутрішніх реформ може спричинити заострення структурних диспропорцій в економіці, у тому числі через реалізацію не в повному обсязі зовнішнього та інноваційно-інвестиційного потенціалу економічного розвитку внаслідок вкрай обережної позиції інвесторів.

У цілому за цим сценарієм прогнозується зростання ВВП в середньому на рівні 1,6 відсотка щорічно (у 2019 році – 1,1 відсотка). Така повільна економічна динаміка обумовить збереження за підсумком 2021 року відставання від докризового рівня ВВП (ВВП у 2021 році становитиме 95,7 відсотка до рівня 2013 року) [5].

Отже, соціально-економічний розвиток – це процес підвищення рівня життя населення. При цьому, підвищення соціальних стандартів для населення може здійснюватись за умови зростання економіки країни, ВВП, що припадає на кожного члена суспільства.

Головним завданням соціально-економічної політики України має бути забезпечення створення соціально-орієнтованої ринкової економіки на базі відродження та прискореного розвитку перспективних секторів власного вітчизняного виробництва з метою економічного зростання.

Економічне зростання полягає у збільшенні обсягів економічних благ, що сприяє поліпшенню життя населення, створенні стабільної сприятливої соціально-політичної ситуації в країні, підвищенні її міжнародного авторитету, розподілі і перерозподілі доходів, фінансовій стабілізації.

Для забезпечення оптимізації виробництва та підвищення продуктивності у довгостроковій перспективі Україні знадобиться стимулювати інвестиції та інновації, покращити інституційну та законодавчу складові бізнесу-клімату, і створити умови для розвитку вільної конкуренції.

В довгостроковому періоді економіка країни, що орієнтується на цінності соціальної відповідальності, збільшує потенціал економічного успіху, встановлює високий рівень довіри в суспільстві, протидіє корупційним факторам і мінімізує тіньовий сектор економіки.

Задля того, щоб об'єднати усі чинники впливу на соціально-економічний розвиток України і ефективно їх використовувати, Кабінетом Міністрів України був схвалений прогноз соціально-економічного розвитку на майбутні 2019-2021 роки, що складається з 3 сценаріїв розвитку національної економіки. Застосування певного сценарію буде залежати від дійсних умов на певний момент часу. Але кожний з цих сценаріїв направлений на розвиток національної економіки.

Таким чином, за допомогою якісної інвестиційно-інноваційної політики, ефективного інституційного середовища, надійної законодавчої бази та динамічного розвитку перспективних секторів економіки Україна може досягти значного соціально-економічного розвитку в сучасних реаліях.

Література

1. Коваленко О.М., Мазник Л.В. Соціальна економіка: Конспект лекцій // К.: НУХТ. – 2013. – 170 с.
2. Пустовійт Р.Ф. Регіональні аспекти дослідження соціально-економічної ефективності / В. С. Кравців // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Проблеми інтеграції України у світовий фінансовий простір (збірник наукових праць). – 2014. – № 1. – С. 526-535.

3. Поворозник В. О. Інституційні зміни в умовах трансформаційної економіки України / В. О. Поворозник // К. – 2006. – 20 с.
4. Пасека А.С. Інституційні чинники підвищення продуктивності праці В. С. Кравців // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Проблеми інтеграції України у світовий фінансовий простір (збірник наукових праць). – 2014. – № 1. – С. 542-550.
5. Україна: перспективи розвитку. Прогноз економічного і соціального розвитку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=63b63994-6f7c-4a31-ab33-562a0ff402a8&tag=PrognozEkonomichnogoISotsialnogoRozvitkuUkraini>. – Назва з екрану.

РОЗДІЛ 39

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ В СЕРВІСНИХ І ПРОДУКТОВИХ ІТ-КОМПАНІЯХ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

*старший викладач кафедри оптимального керування
та економічної кібернетики,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Платонова Є.В.*

В умовах формування інформаційного суспільства розвиток ІТ галузі є невід’ємною частиною підтримки інноваційної економіки. Глобальна мережа забезпечує ефективну взаємодію бізнес партнерів, бізнес процеси постійно потребують автоматизації та взаємної інтеграції для ефективного господарювання.

В сучасній Україні з’являється все більше ІТ компаній, багато іноземних ІТ компаній активно відкривають свої офіси та наймають на роботу українських фахівців. Також на ринку ІТ представлені і національні компанії. Все більше людей намагаються увійти в галузь розробки програмного забезпечення і як співробітники, і як власники. Ця галузь є локомотивом інноваційної економіки. Але зростає і конкуренція в ній. Для того, щоб вижити в умовах сучасної економіки самим ІТ компаніям необхідно подбати про організацію всіх процесів, а саме, про управління проектами.

Основні засади управління проектами описані в Довіднику з управління проектами [1] (A Guidetothe Project Management Body of Knowledge або PMBOK Guide). Довідник містить набір процесів, що зазвичай визначені та забезпечують виконання завдань управління проектами незалежно від галузі та організації. Довідник орієнтований на тих, хто складатиме екзамени на сертифікат PMI (Project Management Institute, Інститут управління проектами). PMBOK містить фундаментальні та базові практики, які на думку PMI, забезпечують комерційні результати для будь-якої організації – локальної, регіональної або глобальної.

Управління проектами – це область управління, що охоплює сфери діяльності компанії, у яких створення продукту або послуги реалізується як набір взаємопов’язаних діяльностей при певних вимогах, таких як терміни, бюджет та характеристики очікуваного результату. Управління проектами в ІТ компаніях має певні особливості в залежності від типу компанії.

Всі ІТ компаній можна розділити на 2 типи: 1) сервісні (аутсорсингові або консалтингові); 2) продуктові.

Сервісні компанії зазвичай займаються розробкою програмного забезпечення на замовлення, кожен проект має зовнішніх клієнтів з власними задачами. Проекти в сервісних компаніях можуть бути різними: створення рішення «з нуля», доробка продукту, над яким працювали 2-3 команди. Приклади сервісних (аутсорсингових) компаній: EPAM, Luxoft, DataArt.

Особливості аутсорсингових компаній:

рівень складності завдань – середній і низький. Найчастіше немає складних та наукових завдань;

тривалість проектів – починаючи від декількох днів до декількох років;

потік завдань не завжди є стабільним;

є можливість використовувати велику кількість різних технологій в короткий час;

залучаються студенти і віддається перевага низькооплачуваним працівникам. Існує верхня межа по заробітній платні;

можливе стрімке кар’єрне зростання (в основному в управлінні).

Продуктовими компаніями є компанії, які працюють на одному продукті або групі аналогічних продуктів. Компанія розвиває і підтримує продукт протягом багатьох років. Компанія отримує прибуток від продукту і сама розподіляє його. Продукт, частіше за все, є власністю компанії не менш ніж на 51 відсоток. Продукт використовує один набір технологій протягом тривалого часу. Приклади продуктової компанії: Microsoft, Caspersky, Яндекс, IBM, Skype, Dropbox, Booking, Amazon, Netcracker.

Особливості продуктової компанії:

– продукт, як правило один протягом тривалого часу;

- компанії є більш великими і більш стабільними, але не обов'язково. Приклад: Minecraft – один розробник;
- рівень складності від низького до високого;
- технології не змінюються протягом тривалого часу;
- віддають перевагу досвідченим розробникам або проводять попереднє навчання для кандидатів. Немає межі верхнього рівня заробітної плати;
- теж можуть мати справу з аутсорсомі частку в стартапах;
- можлива втрата інтересу співробітників: робота не завжди є різноманітною, можуть підтримувати продукти 10-річної давнини.

Таким чином, з точки зору управління проектами результатом проекту є продукт, який, в залежності від типу компанії, може значно відрізнятися за своїм характером.

Для аутсорсингової компанії продуктом може бути як готовий продукт і готове рішення, так і просто код. Деякі співробітники аутсорсингових компаній визнають, що їх код може бути навіть не протестованим в межах проекту. Тестування такого коду може бути окремим проектом для іншої команди або проводитись самим клієнтом чи його підрозділом.

Для продуктової компанії продуктом може бути готове програмне забезпечення з документацією, встановлене на потужності замовника, інтегроване з його системами або готове до інсталяції. Як зазначалося вище, компанія може також взяти участь у аутсорсі, і, відповідно, її продуктом може бути код.

Управління проектами відрізняється від менеджменту в класичному сенсі слова [5]. Зазвичай менеджмент слід розуміти як координацію дій, спрямовану на досягнення певних цілей в умовах мінімізації витрат. Це процес планування, організації, управління та контролювання роботи членів організації та використання всіх наявних інституційних ресурсів для досягнення конкретних цілей організації. Менеджмент має циклічний характер, що дозволяє поліпшити вплив управління і прагнути до підвищення ефективності функціонування організації. Проект є унікальним, характеризується динамічним розвитком та обмеженістю в часі і ресурсах. Таким чином, управління проектами використовує унікальні методи та засоби підвищення ефективності реалізації проектів.

Таблиця 1. Відмінності між традиційним менеджментом та управлінням проектами

Критерій	Традиційний менеджмент	Управління проектами
Зосередження на кінцевих показниках	Основна увага приділяється ходу подій, процесам	Орієнтовано на досягнення певної мети, найчастіше завершення проекту в строк
Зосередження на задоволенні інтересів	Організації, у якій відбувається управління процесами	Клієнта, для якого є важливим конкретний результат проекту
Обмеження	Немає чітких обмежень термінів і ресурсів	Є чіткі обмеження на об'єм робіт, час, бюджет, якість, ресурси, розклад
Основний об'єкт планування	Планується розподіл позицій	Заплановані в деталях використовувані ресурси (час, гроші, персонал)
Оцінка результатів	Широко використовується регулювання процесів управління під час їх реалізації, коригуючі впливи	Результати оцінюються по завершенні проекту
Участь персоналу	Персонал постійно бере участь в організації	Проектні команди, що складаються з персоналу обох організацій замовника і виконавця, існують обмежений час
Характер діяльності	Монотонний	Різноманітні види діяльності пов'язані з ризиком

У сервісних компаніях найчастіше організаційна структура має проектний характер. Це пов'язано з особливостями проектів сервісних компаній. Отримавши замовлення на виконання проекту, менеджер проекту (project manager) починає підбирати персонал для виконання робіт. Це можуть бути як співробітники компаній, що працювали на інших проектах, що вже завершилися, так і люди зі сторони. Він сам набирає команду проекту, встановлює заробітну плату, розподіляє задачі, приймає роботи. Після завершення проекту персонал може бути звільнений або залучений до іншого проекту. Тобто всю відповідальність за результати проекту несе менеджер проекту. Організаційна структура сервісної компанії зображена на рисунку 1.

У залежності від продукту продуктової ІТ компанії, організація управління проектами може сильно відрізнитися. ІТ компанія може

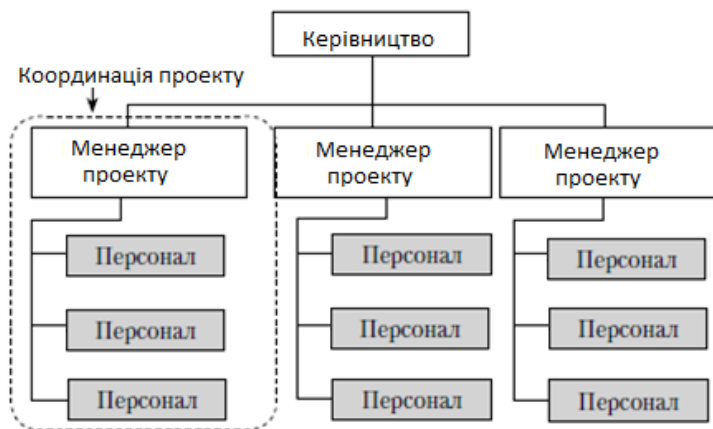


Рис. 1. Проектна організаційна структура [1]

розробити продукт, а потім шукати покупця. При цьому вона несе великі ризики, що на час коли продукт буде готовий, на ринку вже не буде у ньому потреби, та вона не знайде на нього клієнта(клієнтів), що покрити всі її витрати на розробку продукту. А може бути і навпаки: клієнт може сам прийти в компанію зі своїм замовленням. Тоді компанія може доробити свій продукт під конкретного клієнта, або почати її розробку з нуля. Тому в продуктових компаніях організаційна структура може бути як проектною так і матричною.

У матричній структурі для виконання проекту, створюються тимчасові команди проекту, які очолюють керівники проекту (projectmanager). Взаємодія менеджера проекту з функціональними підрозділами здійснюється по горизонталі і ці відносини, в поєднанні з традиційними вертикальними зв'язками ієрархічних функціональних структур, утворюють матрицю взаємодії. За всі конкретні результати проекту відповідає менеджер проекту, який не має прямої адміністративної влади над членами команди проекту. Менеджер проекту збирає вимоги клієнтів та розподіляє задачі між членами команди проекту. Адміністративну владу мають так звані лінійні менеджери, які можуть підвищувати зарплату, слідкувати за рівнем кваліфікації підлеглих, наймати та звільнювати персонал,

переводити людину з одного проекту до іншого за згодою менеджерів цих проектів. Тобто у кожного виконавця проекту є два керівника – менеджер проекту та його лінійний менеджер. По завершенню проекту виконавці в продуктивних компаніях не звільнюються, їх лінійні менеджери мають подбати про переведення їх до іншого або нового проекту. Найчастіше заробітна платня при цьому не змінюється. Відповідальність за результати проекту в продуктивних компаніях також несе менеджер проекту, але відповідальність за якість персоналу лягає на лінійних менеджерів. Організаційна структура такої компанії зображена на рисунку 2.

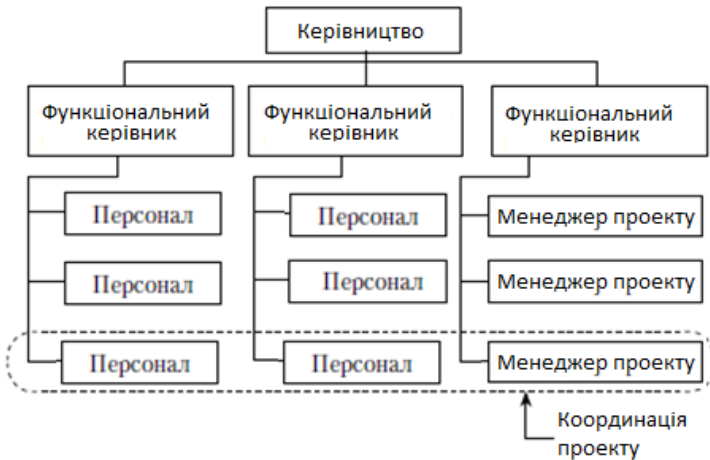


Рис. 2. Матрична організаційна структура [1]

Розглянемо тепер питання обрання методологій розробки програмного забезпечення.

Продуктові компанії можуть використовувати різні методології розробки програмного забезпечення [6]. Однією з найстаріших моделей розробки ПО – є каскадна, яка полягає в послідовному проходженні етапів, кожен з яких має бути завершений повністю до початку наступного. Виділяють наступні етапи розробки програмного забезпечення: 1) Ініціація(план по розкладу, план по ресурсам, SOW, WBS, та інші плани); 2) Аналіз (як є як повинно бути); 3) Дизайн (детальне

технічне завдання); 4) Кодування; 5) Тестування (системне та користувачів); 6) Підтримка.

В каскадній моделі легко керувати проектом. Через його жорсткість, розробка відбувається швидко, вартість і тривалість заздалегідь визначені. Але модель не є ідеальною. Каскадна модель дає прекрасний результат тільки в проєктах з чітко і заздалегідь заданими вимогами та способами їх реалізації. Немає можливості зробити крок назад, тестування починається лише після завершення розробки(кодування) або коли її практично завершено. Продукти розроблені по цій моделі, без поміркованого її вибору, можуть мати суттєві недоліки (список вимог до результатів проєкту не може змінюватись в будь-який час), які стануть відомі тільки в кінці через сувору послідовність дій. Зміни в проєкті, зазвичай, можуть досить дорого коштувати. Однак, фіксована вартість всього проєкту часто переважає мінуси високої вартості змін. Робота експертів на етапі ініціації та плануванні проєкту має зменшувати вірогідність майбутніх змін у проєкті. Внесення змін до проєкту часто вимагає додаткових угод до контракту з невеликим технічним завданням.

Каскадну методологію слід використовувати за таких умов: 1) лише коли вимоги відомі, зрозумілі і задокументовані, немає суперечливих вимог; 2) немає проблем з наявністю програмістів необхідної кваліфікації; 3) у відносно невеликих проєктах.

В сучасних умовах ринкової економіки дуже невелика кількість ІТ компаній здатна дотримуватись, або чітко заявляти про дотримання каскадної методології. Так як має пройти велика кількість часу з моменту старту проєкту до моменту, як клієнт вперше зможе побачити хоча б частину готового продукту. В основному і клієнти хочуть бачити набагато раніше, за що вони платять, і компанії хочуть якомога раніше задовольнити клієнта хоча б частково.

Сервісні компанії найчастіше використовують гнучку методологію розробки програмного забезпечення (Agile). Після кожної ітерації клієнт може дивитися результат і зрозуміти, чи він його задовольняє, чи ні, та коригувати постановку завдання. Це одна з переваг гнучкої моделі. До її недоліків можна віднести те, що із-за відсутності конкретних формулювань результатів, важко оцінити роботу та витрати, що необхідні на розробку.

В основі гнучкої методології лежать короткі щоденні зустрічі – «Скрам» й регулярно повторювані наради (щотижня, раз на два тижні або раз на місяць) – «Спринт». На щоденних засіданнях члени команди обговорюють: звіт про виконану роботу з моменту останнього Скраму; список завдань, що працівник повинен завершити до наступного засідання; проблеми, що виникали під час роботи.

Методологія підходить для великих або спрямованих на тривалий життєвий цикл проектів, що постійно адаптуються до ринкових умов. Відповідно, у процесі реалізації змінюються і потреби.

Методологію Agile слід використовувати за наступних умов: 1) коли потреби користувачів постійно змінюються в динамічному бізнесі; 2) зміни на Agile коштують менше через доволі часті зустрічі; 3) у гнучкій моделі для запуску проекту потрібно тільки планування.

В ході реалізації проекту може виникнути необхідність здійснити такі зміни:

- 1) зміни змісту продукту (склад і специфікація елементів продукту);
- 2) змісту проекту (склад і зміст робіт проекту) – наприклад, внесення незначних, але, як правило, численних і часто неконтрольованих поліпшень на прохання замовника. Останнє особливо характерне для інноваційних проектів, де замовники займають активні позиції в ході їх реалізації;
- 3) термінів і вартості проекту;
- 4) процедур управління проектом;
- 5) внаслідок реакції на наступ ризикових подій.

Джерела змін можуть походити з внутрішнього або зовнішнього оточення проекту. До зовнішніх джерел змін відносяться політичні, економічні, соціальні, законодавчі, технологічні, екологічні, міжнародні, географічні та інші аспекти. Внутрішні джерела змін формуються в процесі відносин між учасниками проекту.

Зміни мають істотний вплив на: цінність і ефективність проекту, тривалість і терміни завершення проекту, вартість і бюджет проекту, якість виконання робіт і специфікації вимог до результатів.

Внесення змін до проекту передбачає: виникнення додаткових витрат, порушення планових термінів здійснення проекту, неможливість досягнення необхідної якості або результату проекту.

У міру просування проекту вартість внесених змін зростає, а практична цінність часто зменшується.

У зарубіжній практиці використовуються такі документи, що регламентують і протоколюють проходження змін.

1. Звіт про проблему (Problemreport) – опис проблеми, що виникає в ході реалізації проекту. Формується на початковій стадії.

2. Запит на здійснення зміни (Changerequest) – формується на початковій стадії.

3. Опис зміни (Changeproposal form) – інформація про зміну, її поточний статус, ініціаторів і відповідальних за виконання і контроль. Формується на початковій і коригується на наступних стадіях.

4. Заявка на зміну (Changeorder) – оформляється у вигляді письмового наказу і підписується посадовою особою підрядника, дозволяє і вказує, які зміни робити по проекту. Формується на стадії прийняття рішення.

У зарубіжній практиці широко використовується поняття «scopescraper», яке поки не має аналогів в українській мові. Scopescraper – розширення масштабу проекту, а саме додавання до спочатку запланованих результатів проекту нових результатів, що передбачає виробництво додаткового продукту або додавання додаткової властивості до вже запланованого продукту. Ситуація, коли об'єм робіт в процесі розробки проекту продовжує збільшуватися, причому зазвичай неконтрольовано.

Причини scopescraper: погане управління змінами; відсутність належної первісної ідентифікації того, що потрібно для досягнення цілей проекту; слабкий керівник проекту або спонсор; недоліки плану комунікацій між сторонами; відсутність початкової універсальності продукту.

Наслідки: затримки виконання робіт, зростання вартості проекту, збільшення складності проекту.

Переваги контролю змін: неприпустимість scopescraper, накопичення досвіду, контроль вартості.

Scopescraper може іноді мати випадкові позитивні результати. Наприклад, відеогра TheElderScrolls: Arena. Спочатку Arena не повинна була бути RPG. Це був симулятор гладіаторських боїв. Гравець і команда його борців повинні були подорожувати по світу, борючись з іншими командами на їх аренах, поки гравець не став би «великим чемпіоном» в столиці Імперського міста. У міру розробки роліві еле-

менти прогресували, поки одного разу не була висловлена ідея про те, що з усього цього можна зробити непогану рольову гру. У підсумку, бої стали менш важливою частиною гри і підвищилася дослідницька складова. Ще пізніше елементи RPG були остаточно додані до гри, гра розширилася, щоб включати міста поза арен і печери поза містами. В остаточноному підсумку, було вирішено сильно знизити ідею турнірів в цілому і зосередитися на пошуках, підземеллях і світах. Іншим прикладом є гра Shogun: TotalWar, яка спочатку передбачалася простою біт-симуляцією «B-grade», але також розширила масштаб і привела до сіквелів.

Будь-яка компанія, в тому числі і ІТ-компанія, в ході своєї діяльності вирішує питання «купити» або «зробити самостійно». Якщо вона вирішує купити, то вона укладає контракти виконання робіт з фрілансерами.

Контракт – це юридичний і операційний документ, що фіксує досягнуті між сторонами угоди і умови їх виконання, відповідно до яких одна сторона (підрядник) зобов'язується виконати за завданням другої сторони (замовника) певну роботу і здати її результат замовнику, а замовник зобов'язується прийняти результат роботи і сплатити її.

Існує велика кількість класифікацій контрактів за різними ознаками. Серед них можна виділити класифікації щодо встановлення ціни контракту

Контракт з твердою (паушальною) ціною (fixedpricecontract). Передбачає виплату підряднику заздалегідь визначеної ціни незалежно від понесених ним витрат на виконання проекту. Застосовується в тих випадках, коли проект ретельно розроблений. При внесенні замовником змін в роботу, доручену підряднику, останній має право узгодити з замовником нову ціну, вимагаючи компенсації додаткових витрат.

Контракт з відшкодуванням витрат (costreimbursamble) Передбачає відшкодування підряднику частини витрат, пов'язаних з виконанням проекту. Відшкодування здійснюється не за всіма витратами, а лише за тими, які віднесені до тих, що відшкодовуються умовами договору.

Такі контракти застосовуються в разі, якщо:

проект недостатньо детально розроблений для того, щоб визначити його тверду ціну при реалізації великого проекту замовник здійснює контроль за ходом ведення робіт;

замовник хоче здійснювати більш жорсткий контроль за вибором постачальників і субпідрядників;

графік робіт передбачає одночасне ведення робіт на кількох ділянках;

особливості проекту не додають підрядникові зацікавленості у прийнятті на себе додаткового ризику.

Time&materialcontract – це стандартна фраза в контракті, в якій роботодавець погоджується оплатити підрядника в залежності від часу, витраченого співробітниками підрядника і працівниками субпідрядників на виконання роботи, а також матеріалів, що використовуються. Time&materialcontract зазвичай використовуються в проєктах, в яких неможливо точно оцінити розмір проєкту або коли очікується, що вимоги до проєкту, швидше за все, зміняться. Багато time&materialcontracts також мають гарантовану максимальну ціну, яка встановлює верхню межу того, що може стягувати підрядник, але також дозволяє власнику платити меншу суму, якщо робота буде завершена швидше.

Продуктові компанії найчастіше використовують fixedpricecontract, а аутсорсингові – time&materialcontract.

В таблиці 2 наведено приблизний календарний графік виконання проєкту, складений для компанії, що дотримується каскадної методології розробки проєкту.

Дані в таблиці наведено в людино-годинах. Це розповсюджена практика заповнення ресурсного плану, що дозволяє проводити подвійні розрахунки – витрат (у вигляді зарплат(fixedprice) або витрат на підрядника (фрілансера)) та надходжень (компанія може показати календарний графік клієнту та розрахувати вартість своїх послуг для нього).

У випадку аутсорсингових компаній сума у контракті обговорюється ще до формування команди проєкту, і може значно перевищувати майбутні витрати. Це суттєво зменшує ризику проєкту, та може збільшити прибуток компанії. Розглянемо тепер інші типи контрактів: requestforproposal (RFP) і invitationforbid (IFB).

Застосовуючи RFP(requestforproposal) при пошуку контрагента, організація – замовник інформує широке коло постачальників про заплановану закупівлю. Цією дією замовник стимулює постачальника

до подання більш вигідної пропозиції, ніж при особистому зверненні. Постачальник усвідомлює, що закупівлі проводяться на конкурентній основі, і організації-конкуренти також візьмуть участь в RFP.

У запиті формулюються цілі, вимоги до проекту, продукту або послуги, визначаються критерії якості продукту або послуги, а також оголошуються критерії вибору постачальника. Запит може диктувати структуру і формат пропозицій постачальників для можливості зіставлення пропозицій. An invitation for bid (IFB) запрошення до участі в торгах – це запрошення розробникам ПЗ подати пропозицію про конкретний проект, який буде реалізований, або про продукт або послугу. IFB орієнтований на ціноутворення, а не на ідеї або концепції. «Пропозиція» означає відповідь на клопотання, яке, якщо воно буде прийнято, зобов'язує оферента виконати контракт.

Якщо не вказано інше, розробник програмного забезпечення з найнижчою ставкою отримує контракт, за умови, що він відповідає мінімальним критеріям для заявки. Це контрастує із запитом пропозиції (RFP), і в цьому випадку інші причини (технологія, якість, якість) можуть викликати або дозволити вибір другої кращої пропозиції. RFP – це запит ціни від покупця, але покупець також очікує пропозицій і ідей про те, як слід працювати над проектом. Таким чином, пропозиції RFP зосереджені не тільки на цінах/витратах, вони тягнуть за собою невелику консультацію у розробника ПЗ.

Почувець, складаючи RFP, може сформулювати свої побажання по продукту в загальному вигляді, тому що він може бути некомпетентним в деяких питаннях по продукту і таким чином перекладає складання технічного завдання на майбутнього виконавця.

Таким чином, на кожному етапі розробки програмного забезпечення необхідна присутність експерта, від якого залежить успіх проекту. Невраховані недоліки на етапі постановки задачі і опису робіт по проекту, можуть проявитися набагато пізніше і коштувати дуже дорого особливо для продуктових компаній. Послуги таких фахівців коштують досить недешево, але і ціна помилки на початкових етапах дуже велика. Якщо ж продуктова компанія розробляє продукт, а тільки потім шукає клієнта, то також цей продукт має залишатися актуальним та конкурентоспроможним, що в основному залежить від ідеї, яка лежить в його основі і формується на самому початку.

На відміну від продуктових сервісні компанії мають більше можливостей диверсифікації своєї діяльності, та знаходять клієнта (або він компанію) до початку розробки, що значно зменшує їх ризики.

Вдосконалення процесів управління проектами веде до досягнення успіху і продуктових, і сервісних компаній.

В Україні наразі немає сертифікованих експертів і консультантів з удосконалення бізнес-процесів відповідно до світових стандартів СММІ[3]. Більшість національних ІТкомпаній тільки починає замислюватись над вдосконаленням процесів управління проектами.

Серед іноземних компаній, що присутні на українському ринку ІТ, можна навести такі як NetCraker таЕРАМ, які мають найвищий п'ятий рівень СММІ.NetCraker – є продуктовою компанією, аЕРАМ – сервісною компанією. Тобто і продуктові, і сервісні компаніїможуть організувати управління проектами відповідно до світових стандартів. Отже, національним компаніям слід також прагнути до відповідності світовим стандартам, що забезпечить конкурентоспроможність на ринку, захистить клієнта і саму компанію від ризиків. Водночас, перехід до стандартів СММІ пов'язаний з додатковими витратами, що лякає більшість ІТ компаній.

Література.

1. PMBOK®Guide – SixthEdition (2017) / Project Management Institute, Inc. 2017. – 756 p.
2. Kendrick T. Identifyingand Managing Project Risk: Essential Toolsfor Failure-Proofing Your Project // AMACOM; 3 edition, 2015. – 421 p.
3. СММІ for Development, Version 1.3 [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://resources.sei.cmu.edu/library/asset-view.cfm?assetID=9661>
4. Друкер П. Практика менеджменту М.: Вільямс, 2003. – 388 с.
5. Управління проектами: підручник і практикум для СПО / Балашов І., Є. М. Рогова, М. В. Тихонов, Є. О. Ткаченко; під ред. Є. М. Рогова. – М.: Юрайт, 2016. – 383 с.
6. Соммервіль І. Інженерія програмного забезпечення. 6-те вид., пер. з англ. – М.: Вільямс, 2002. – 624 с.: іл.

РОЗДІЛ 40

РЕЗУЛЬТАТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ ТА ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ

*д.е.н., доцент,
завідувач кафедри обліку, аналізу та аудиту,
Одеський національний політехнічний університет
Волощук Л.О.*

*аспірантка кафедри обліку, аналізу та аудиту,
Одеський національний політехнічний університет
Носовець О.І.*

Інноваційний шлях розвитку все частіше у виступах економістів, представників влади, політиків визнається основним і єдино здатним вивести українську промисловість з кризи. Інновації розглядаються як вирішальний чинник підвищення конкурентоспроможності продукції як на внутрішньому ринку, так і за кордоном; відновлення застарілого виробничого обладнання, зростання попиту на висококваліфікований персонал, який був витіснений зі своїх робочих місць у зв'язку з різким скороченням виробництва.

Очевидно, що вироблення державної науково-технічної політики вимагає формування адекватної інформаційної бази, що відбиває стан інноваційного потенціалу, масштаби і тенденції інноваційних процесів у різних сферах економіки. Саме це викликало необхідність виділення статистики інновацій в окрему галузь статистичного спостереження [1].

Головною метою діяльності будь-якого підприємства є досягнення максимальної ефективності роботи, а це неможливо без якісного управління, що є творчим процесом, який ґрунтується на виважених

рішеннях, прийнятих на основі інформації, і відображає реальний стан справ на підприємстві. Головна інформаційна база будь-якого суб'єкта господарювання – це звітність підприємства, яка накопичується і використовується для аналізу, планування, прогнозування і т.ін. Тому саме повна та достовірна інформація про умови та результати діяльності підприємства при вирішенні господарських питань має вирішальне значення.

Для прийняття адекватних управлінських рішень в інноваційній діяльності необхідні дані, які відповідають певним правилам, вимогам і нормам. Як наслідок, процес підготовки та складання звітів щодо інноваційної діяльності повинен бути організований відповідно до законодавства та забезпечувати користувачів повною, об'єктивною, неупередженою інформацією про стан інноваційної діяльності окремого підприємства, регіону та країни в цілому. Отже, статистична звітність є провідною категорією, що покликана забезпечити користувачів інформацією щодо інноваційного розвитку і створити умови для ефективної та цілеспрямованої роботи підприємства в інноваційній сфері.

Питання формування інформаційної бази підприємства потребують особливої уваги з боку і учасників цього процесу, і користувачів, а це на сьогодні практично відсутнє. Тому неможливо повною мірою провести детальний логічний аналіз і виявити слабкі та сильні сторони суб'єкта господарювання щодо його інноваційної діяльності.

Узагальнення наукових досліджень свідчить про те, що процес формування інформаційної бази щодо результатів інноваційної діяльності недостатньо розглянуто та досліджено в Україні. Практично всі наукові праці стосовно даної проблеми містять певні рекомендації та окремі пропозиції. Відсутність наукового обґрунтування системних підходів щодо забезпечення управлінських рішень в інноваційній діяльності інформаційною базою зумовлюють необхідність розробки комплексу заходів, спрямованих на вирішення означених проблем та їх подальшої конкретизації з урахуванням ринкових умов.

Формування системи аналітичних даних щодо інноваційної діяльності має будуватися на основі сполучення різноманітних форм і включати цілий комплекс взаємозалежних видів статистичного спостереження, що різняться за часом і періодичністю обстеження залежно від досліджуваного аспекту (або мети) інноваційної діяльності [2]. Основу

даної системи складає щорічна статистична звітність, що включає основні кількісні показники інноваційної діяльності.

Набір публікованих даних щодо інноваційної діяльності охоплює досить широке коло відомостей з питань інноваційної активності промислових підприємств в частині науково-дослідної діяльності та впровадження її результатів, інноваційної продукції та витрат за технологічними інноваціями. Характеристика публікацій статистичної інформації щодо науки, технології та інновації в Україні подано в табл. 1.

Інноваційна діяльність зосереджена, головним чином, на підприємствах промисловості, оскільки саме тут реалізуються нові розробки як дослідних організацій, так і безпосередньо самих підприємств. Впливи інновацій на результати діяльності промислових підприємств простягаються від впливу на продаж і розмір ринкового сегмента до змін продуктивності та ефективності. У зв'язку з цією обставиною вони стали головним об'єктом збору статистичної інформації про інновації.

Важливими проявами на галузевому та національному рівнях є зміни міжнародної конкурентоспроможності та загальної продуктивності факторів виробництва, поширення знань про інновації на рівні підприємств і збільшення обсягу знань, циркулюючих в мережах [3], досягнення чого забезпечують інноваційно-активні підприємства. В Рекомендаціях зі збору та аналізу даних з інновацій, прийнятих ОЕСР в м. Осло в 1992 р., їм приділено особливу увагу.

Таблиця 1. Характеристика публікації статистичної інформації щодо науки, технології та інновації в Україні

Публікації	Назва	Охоплення
1	2	3
Статистичні збірники	Наука та інноваційна діяльність в Україні	Частина I. Інноваційна діяльність промислових підприємств
		Інноваційна активність та кількість промислових підприємств за напрямками проведених інновацій
		Розподіл загального обсягу витрат та кількість промислових підприємств за напрямками інноваційної діяльності
		Розподіл загального обсягу та кількість промислових підприємств за джерелами фінансування інноваційної діяльності

Продовження таблиці 1

1	2	3
		Впровадження інновацій на промислових підприємствах
		Кількість впроваджених нових технологічних процесів та найменувань інноваційних видів продукції на промислових підприємствах
		Обсяг реалізованої інноваційної продукції на внутрішній та зовнішній ринки та кількість промислових підприємств – реалізаторів
		Кількість придбаних та переданих нових технологій (технічних досягнень) в Україні та за її межами та підприємств за формами придбання та передання
		Частина II. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України (за міжнародною методологією)
		Інноваційна активність підприємств
		Розподіл кількості працюючих
		Розподіл обсягу реалізованої продукції
		Розподіл реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг), підприємствами з технологічними інноваціями, за рівнем новизни
		Розподіл обсягу витрат на технологічні інновації за видами витрат
		Розподіл підприємств з технологічними інноваціями: за напрямками інноваційної діяльності; що мали партнера з інноваційної співпраці, за місцем розташування партнері; за найбільш важливими джерелами інформації для інноваційної діяльності; які отримували державну фінансову допомогу для інноваційної діяльності; за найбільш важливими інноваційними цілями при розробці та впровадженні інноваційної продукції або процесів
		Підприємства, що впроваджували організаційні та/або маркетингові інновації
		Міжнародне порівняння інноваційної активності підприємств переробної промисловості
	Україна в цифрах	Кількість спеціалістів та обсяг наукових та науково – технічних робіт, виконаних власними силами організацій (підприємств), за видами
		Кількість наукових організацій за галузями наук та регіонами
		Обсяг наукових та науково – технічних робіт, виконаних власними силами організацій (підприємств), за галузями наук та регіонам

Продовження таблиці 1

1	2	3
	Україна в цифрах	<p>Розподіл спеціалістів з науковими ступенями, зайнятих в економіці, за віковими групами за статтю</p> <p>Впровадження інновацій на промислових підприємствах</p> <p>Частка промислових підприємств, що займалися інноваціями; впроваджували інновації за типами інновацій за регіонами впродовж трьох років; за типами інновацій за видами діяльності впродовж трьох років</p> <p>Кількість промислових підприємств, що реалізовували інноваційну продукцію: за регіонами; за видами діяльності</p> <p>Кількість підприємств, створених та використаних передових технологій: за регіонами; за видами економічної діяльності</p> <p>Кількість винаходів, корисних моделей та промислових зразків, використаних у діяльності підприємств України: за регіонами; за видами економічної діяльності</p>
Доповіді	<p>Наукова та науково – технічна діяльність в Україні</p> <p>Фахівці вищої кваліфікації України</p>	<p>Розподіл кількості організацій, які виконували наукові та науково-технічні роботи, за галузями наук</p> <p>Кількість працівників наукових організацій за категоріями персоналу</p> <p>Розподіл кількості дослідників за статтю і віком</p> <p>Розподіл загального обсягу фінансування наукових та науково-технічних робіт в Україні за джерелами</p> <p>Кількість виконуваних наукових та науково-технічних робіт за напрямками</p> <p>Винахідницька діяльність наукових організацій</p> <p>Кількість фахівців вищої кваліфікації в економіці України за статтю</p> <p>Розподіл фахівців вищої кваліфікації за віком і статтю, кваліфікацією та регіонами, за установами та вченими званнями</p> <p>Частка фахівців вищої кваліфікації: які були авторами (співавторами) наукових праць та заявок на отримання ОППВ, за галузями наук; які володіють іноземними мовами, за рівнем володіння; міграція</p>

Продовження таблиці 1

1	2	3
	Створення та використання передових технологій та об'єктів права інтелектуальної власності на підприємствах України	Кількість підприємств, які займалися створенням і використанням передових технологій та ОПІВ, використанням раціоналізаторських пропозицій, за видами економічної діяльності за видами економічної діяльності та регіонами
		Кількість створених передових технологій та кількість охоронних документів на ОПІВ у створених технологіях за видами економічної діяльності та за видами технологій
	Інноваційна діяльність промислових підприємств України	Обсяг інноваційних витрат в абсолютних показниках та структурному розмежуванні
		Кількість інноваційно-активних промислових підприємств в абсолютних показниках та структурному розмежуванні
		Обсяг реалізованої інноваційної продукції за типами інновацій в абсолютних показниках та структурному розмежуванні
	Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за трирічний період	Розподіл підприємств за типами інновацій та кількістю працюючих
		Розподіл підприємств за три роки за типами інновацій та видами економічної діяльності

Складено авторами на засадах [3 – 13]

Порівняння визначень інноваційно-активного підприємства в зазначеному міжнародному положенні та вітчизняних статистичних стандартах оцінки інноваційної діяльності, наведено в табл. 2.

У 2015 році в результаті внесення змін до Методичних положень зі статистики інновацій та складу державних статистичних спостережень зі статистики інноваційної діяльності були скасовані № 1-інновація(річна) і № 1 НН (одноразова) та введені № 1-інновація (один раз на два роки) і № ІНН (один раз на два роки) з позачерговим проведенням обстеження за ними. В результаті, незважаючи на незмінність

Таблиця 2. Порівняльна характеристика визначення поняття «інноваційно-активне підприємство» за міжнародними та вітчизняними стандартами

Керівництво Осло, «Рекомендації зі збору та аналізу даних з інновацій»	Методологічні положення зі статистики інноваційної діяльності
Інноваційно-активним підприємством є підприємство, яке під час обстеження у своєму активі мало інноваційну діяльність, включаючи триваючу і припинену. Іншими словами, підприємства, що проводили в період обстеження будь-яку діяльність, пов'язану зі створенням інновацій, визнаються інноваційно-активними незалежно від того, чи привела ця діяльність до реальної появи інновації	Інноваційно-активне підприємство – підприємство, що в період обстеження займалося діяльністю, пов'язаною зі створенням інновацій, незалежно від того, чи призвела така діяльність до реального впровадження інновацій.

Складено авторами на засадах [3, 14]

визначення інноваційно-активних підприємств, підвищилася інформативність статистичних викладок щодо розміру витрат на досліджуваний вид діяльності, проте залишаються не врахованими стадії інноваційного процесу, рівень його завершеності для повнішої оцінки результативності та ефективності впровадження нових розробок, видів зносу інновацій або втрати ними ознак інноваційності, залишається неохопленою сфера нетехнологічних інновацій.

Порівняльна характеристика нових та старих форм статистичного спостереження щодо інноваційної діяльності подана у табл. 3.

Основні для статистичного обстеження інноваційної діяльності в Україні зміни в розглянутих формах звітів торкнулися періодичності подання з метою співставлення показників рівня провадження даного виду діяльності наукового та комерційного характеру з іншими країнами, наближення вітчизняної статистики до міжнародної з метою коректності та достовірності порівняння та оцінки. З форми № 1-інновація вилучено анкетне опитування, що за результатом не знижує інформативності поданого звіту. Присутня зміна часу реєстрації даних з поточної на періодичну. Розширився діапазон обстежуваних підприємств за переліком респондентів в частині охоплення в розрізі видів економічної діяльності.

Таблиця 3. Порівняльна характеристика форм державного статистичного спостереження зі статистики інноваційної діяльності підприємств в Україні

Характеристика		Державні спостереження	
Форма	№ ІПН (стара форма)	№ ІПН (нова форма)	№ І-інновація (стара форма)
Назва	Обстеження інноваційної діяльності підприємства		Обстеження інноваційної діяльності промислового підприємства
Період подання	Одноразова	Один раз на два роки	Один раз на рік
Мета	Отримання якісних статистичних даних, що характеризують інноваційну діяльність та зставні з відповідними даними країн Європи		
Вид державного статистичного спостереження:	Отримання статистичної інформації щодо кількості інноваційно активних підприємств, обсягів витрат і фінансування їхніх робіт, а також результатів діяльності протягом року		
• за ступенем охоплення одиниць	Несуцільне вибіркове		Несуцільне основного масиву
• за часом ресстрації даних	Періодичне		Поточне
Організаційна форма	Статистична звітність		
Спосіб проведення	Документальний облік		
Одиниця спостереження	Підприємство		
Респондент державного статистичного спостереження	Юридичні особи, основний вид економічної діяльності яких за КВЕД – 2010 належить до розділів: 05–09, 10–33, 35, 36–39, 46, 49–53, 58, 61, 62, 63, 64–66, 71.	Юридичні особи	Юридичні особи та їх відокремлені підрозділи, які здійснюють промислову діяльність незалежно від основного виду діяльності
Результати	Первинна й узагальнена інформація щодо: <ul style="list-style-type: none"> • продуктивних, процесових, організаційних та маркетингових інновацій; • витратів на інновації; • інноваційних цілей; • джерел інновацій; • співпраці з іншими підприємствами (організаціями) в контексті інноваційної діяльності; • чинників, що перешкоджають інноваційній діяльності; • використання методів стимулювання нових ідей та творчих підходів серед співробітників тощо 	Первинна й узагальнена інформація за видами; <ul style="list-style-type: none"> • витрат на інновації за видами витрат; джерелами фінансування; • впровадження нової або вдосконаленої продукції за рівнем інноваційності; • кількості впроваджених інноваційних видів продукції за видами; • обсягу реалізованої інноваційної продукції; • кількості впроваджених у виробництво нових технологічних процесів (нових або вдосконалених методів обробки або виробництва продукції) за видами. 	

Джерело: складено на засадах[3]

Частина питань анкетного типу, впровадження яких в українську статистичну практику викликає найбільші труднощі, виносяться за рамки суцільного обстеження. На початковій стадії формування статистики інновацій пропонується включати їх у щорічні вибіркові обстеження по обмеженому колу інноваційно-активних підприємств.

Маються на увазі питання, що потребують визначених якісних оцінок досліджуваних явищ, заснованих на думці респондентів. Це характеристики: інноваційної стратегії; джерела інформації про інновації; чинників, що перешкоджають інноваційній діяльності; методів підтримки і збільшення конкурентоспроможності інновацій, що задіяні на інноваційних підприємствах. Надалі, коли статистика інновацій одержить стійкий розвиток, питання такого типу можуть ставитися з більш тривалою періодичністю. Далі подібний принцип організації статистики передбачається використовувати в іншій формі.

На теперішній час обстеження інновацій в Україні не відповідає міжнародним стандартам через наступну низку причин [14]:

- обстеження не охоплювали діяльність деяких груп підприємств (згідно класифікації КВЕД);
- розглядалися в основному лише абсолютні показники;
- методологія та підходи базувалися на суцільному обстеженні середніх та великих підприємств;
- обстеження обмежувалося лише інноваційними продуктами та інноваційними процесами.

Ні методичні вказівки, ні інструкція щодо заповнення форми не дають рекомендацій і не роз'яснюють, які конкретно фахівці підприємства можуть кваліфіковано її заповнити. Оскільки форма з інновацій охоплює досить широке коло питань як виробничо-технологічного, так і економічного характеру, необхідна участь у її заповненні фахівців цього профілю. На практиці ж форма часто потрапляє в бухгалтерію, що різко знижує професійність її заповнення.

Після внесення змін до Методичних положень зі статистики інноваційної діяльності у 2015 році була усунена відмінність українських норм щодо періоду обстеження інноваційної діяльності від міжнародних стандартів з врахуванням специфіки інновацій у питанні тривалості терміну розроблення і впровадження і, відповідно, отримання і оцінки результатів; стало приділятися більше уваги відносним показ-

никам, підвищилося деталізація показників щодо інноваційних продуктів та інноваційних процесів.

Форма статистичного обліку інноваційної діяльності справедливо піддається різкій критиці з боку промислових підприємств. Подібне ставлення на практиці призводить або до формального її заповнення, або до відображення в ній лише частини інноваційної діяльності [1], а порушення порядку подання або використання даних державних статистичних спостережень у відповідності до статті 186 Кодексу України про адміністративні правопорушення [15], що тягне за собою накладення штрафу від трьох до двадцяти п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, не є суттєвим важелем тиску.

Разом з тим існують і об'єктивні причини, у зв'язку з якими підприємства не показують інноваційну діяльність у повному обсязі. Вони безпосередньо пов'язані з особливостями сформованого механізму здійснення інновацій [1].

В цілому в разі проведення аналізу показників інноваційної діяльності важко сформулювати остаточно визначений набір аналітичних завдань. Інноваційний процес складний, а в його аналізі занадто багато невідомих і невимірюваних параметрів [2].

Виходячи з найбільш актуальних питань інноваційної політики, а також бажаної інформаційної бази інноваційної діяльності, рекомендується особливо ретельно досліджувати такі питання:

- взаємозв'язок між інноваційною активністю і розміром інноваційного підприємства;
- взаємозв'язок між технологічною кооперацією й інноваційними характеристиками;
- інноваційну діяльність у галузевій та регіональній структурі;
- взаємозв'язок між виконанням (придбанням результатів) досліджень і розробок на інноваційних підприємствах і інноваційними характеристиками по галузях;
- дослідження ролі нематеріальних активів у інноваційній діяльності;
- взаємозв'язок процесів приватизації й інноваційної активності інноваційного підприємства;
- зайнятість робітників і інноваційні характеристики;
- взаємозв'язок між інноваціями, результатами діяльності та розвитку інноваційного підприємства.

Як вже зазначалось вище, розвиток підприємства може проявлятися у поліпшенні його фінансових показників та відповідних якісних характеристик фінансового стану та фінансової ефективності.

Критеріями розвитку є зміна показників, що має позитивний характер (це стосується й показників, для яких зменшення є позитивним явищем, наприклад, знос основних засобів, період інкасації дебіторської заборгованості і т.ін.), а показниками розвитку – статистичні відносні величини темпу росту (приросту) базових показників [16].

Крім власне фінансових показників та похідних від них фінансових коефіцієнтів розвиток може проявлятися в позитивній зміні якісних характеристик стану підприємства, яка не може бути відображена у вигляді відносної статистичної величини темпу росту або приросту (враховуючи описовий характер характеристики стану підприємства).

Крім того, за межами аналізу фінансових індикаторів залишається низка важливих показників та якісних характеристик стану підприємства, що також мають засвідчувати його розвиток. Це, зокрема стосується характеристик конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості, кредитоспроможності, безпечності, і т.ін. Вони потребують не тільки розвитку системи управлінського обліку для отримання необхідних даних, але й здійснення ґрунтового аналізу та порівняння з іншими підприємствами. Проте, складовими перелічених якісних характеристик можуть бути кількісні, що стосуються безпосередньо підприємства, як наприклад, доля ринку, кількість замовників продукції (робіт, послуг) і т.ін.

Основним джерелом облікової інформації системи індикаторів рівня аналізу інноваційної діяльності в цілому по підприємству (його інноваційної активності) мають стати існуючі дані фінансового та статистичного обліку, зокрема, наведені у формах фінансової звітності «Баланс» (Б), «Звіт про фінансові результати» (ЗФР) та формі статистичної звітності №1 «Інновація» (ІН) [16].

Слід зазначити, що форма звітності №1-інновація» (ІН), як та що застосовується в більшій мірі для макроекономічного статистичного аналізу, надає дуже обмежену інформацію для аналізу інноваційної діяльності підприємства, та її впливу на ефективність його фінансово-господарської діяльності. Отже, за даними цієї форми можливо відстежити лише обмежену кількість загальних показників інноваційної

активності підприємства, та деякі показники структури інноваційної діяльності.

Відмінність категорії «активність» від категорії «ефективність» полягає в тому, що якщо ефективність визначається результатом перебігу процесу діяльності, то активність, окрім вище зазначеного, свідчить про залежність результату від рівня інтенсивності змін і визначає потенційні можливості щодо інтенсифікації його рівня. Наукоємні організації, які виробляють продукцію п'ятого або шостого технологічних укладів, є організаціями із високою інноваційною активністю, а інноваційна діяльність тут завжди відіграє суттєве значення. Під інноваційною активністю розуміють «інтенсивність здійснення діяльності із розробки і впровадження нових технологій або удосконалених продуктів в господарський оборот» [17].

Інноваційна активність промислових підприємств вже давно є об'єктом статистичних спостережень та статистичного аналізу на рівні держави, здійснення яких вимагає від підприємств ведення так званого статистичного обліку та складання статистичної звітності. Проте, статистичні показники щодо інновацій, які наводяться у статистичній звітності, не дозволяють зробити остаточного висновку про її результати – ефективність інноваційної діяльності, її активізацію на конкретному підприємстві, тощо [18].

Результати інноваційної діяльності, на наш погляд, становлять не тільки власне ознаки та обсяги її здійснення (виражені у кількості запроваджених інновацій, обсязі інноваційних витрат за напрямками, тощо, та наведені в статистичній звітності), але й, в більшому ступені, додаткові вигоди отримані підприємством внаслідок її здійснення. Адже, результативність інноваційної діяльності на рівні окремого підприємства проявляється саме в її позитивному впливі на його розвиток, і саме цей вплив, уособлений в певних показниках, характеристиках, їх змінах має підлягати управлінському впливу з боку суб'єктів управління, зокрема плануванню, контролюванню, регулюванню. Це завдання поки що є недостатньо розв'язаним існуючою методологією статистичного обліку та звітності з питань інновацій промислового підприємства.

Так, система показників результатів інноваційної діяльності має містити, як найменш, такі групи [19]:

– показники інноваційної активності, засновані на абсолютних значеннях статей обліку та звітності (в натуральному або грошовому виразі);

– показники результативності (ефективності) інноваційної діяльності, засновані на порівнянні певних статей фінансової, статистичної, управлінської звітності (відносні показники);

– показники, засновані на якісних характеристиках інноваційної діяльності, отриманих внаслідок попереднього аналізу.

Якщо перша група показників представлена в існуючих формах статистичних звітів щодо інновацій, то дві останні в поле зору статистичних спостережень майже не підпадають.

З огляду на вище зазначені проблеми та особливості ведення статистичного обліку інноваційної діяльності в Україні проведемо аналіз її стану тенденцій за основними групами показників в напрямку трансформації ідеї в результат від комерціалізації на її базіготового винаходу: дослідження та розробки – попит на винаходи – дифузія та впровадження винаходів – випуск інноваційної продукції та попит на інноваційні товари.

За даними Держкомстату України починаючи з 2014 р., дані наведені без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції..

Першочергово проаналізуємо діяльність, пов'язану з інноваціями, в частині їх вироблення (рис. 1 – рис. 4).

За період з 2010 по 2017 роки в середньому відбувається підвищення попиту на науко-дослідні розробки (рис.1, рис.2), серед яких прикладна (експериментальна) галузь знань, досягнення в якій спрямовані безпосередньо на предметне точкове застосування в вирішенні конкретних завдань, користуються найбільшим попитом на загальнодержавному рівні.

В Одеському регіоні зацікавленість теоретичними та практичними аспектами розвитку наукових знань практично однакова з перевищенням витрат на фундаментальні наукові дослідження в останньому році періоду охоплення.

Наукова продуктивність у вигляді готових оформлених рішень та розробок у відповідних галузях знань (рис. 3-4) корелює з витратами

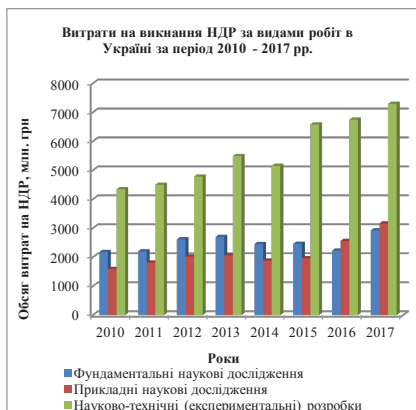


Рис. 1. Витрати на виконання наукових досліджень і розробок за видами робіт в Україні за період 2010–2017 рр.



Рис. 2. Витрати на виконання наукових досліджень і розробок за видами робіт в Одеській області за період 2010–2017 рр.

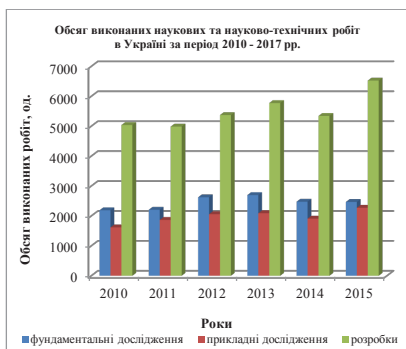


Рис. 3. Обсяг виконаних наукових та науково-технічних робіт в Україні за період 2010–2017 рр.

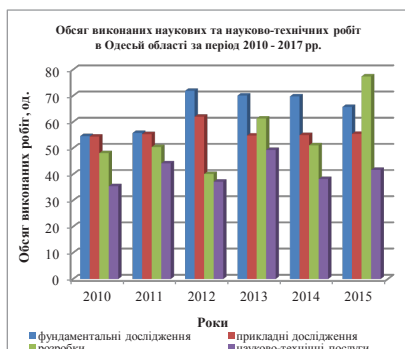


Рис. 4. Обсяг виконаних наукових та науково-технічних робіт в Одеській області за період 2010–2017 рр.

на виконання наукових досліджень і розробок в охопленні всіх областей, проте в Одеській найбільш плідними виявилися фундаментальні дослідження, та зважаючи на не меншу кількість прикладних розробок, можливе безпосереднє застосування нових теоретичних знань для вироблення нових прикладних рішень.

Втім, оцінити результативність витрат на виконання НДДКР за 2016 та 2017 роки з огляду на не оприлюднення даних не уявляється можливим.

Проаналізуємо провадження інноваційної діяльності на ланці попиту на винаходи (рис. 5 – рис. 10).

За напрямками інноваційної діяльності в здійснюваних підприємствами витратах впродовж аналізованого періоду (рис. 5-6) спостерігається пріоритетність в переоснащенні та покращенні матеріально-технічної бази виробництва продукції, підвищенні якості та надійності програмного забезпечення. Здійснення витрат з метою набуття інших зовнішніх знань набуло найменшого поширення в масштабах дер-

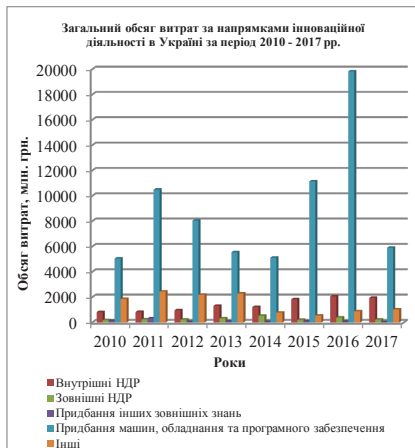


Рис. 5. Обсяги витрат за напрямками інноваційної діяльності в Україні за період 2010–2017 рр.

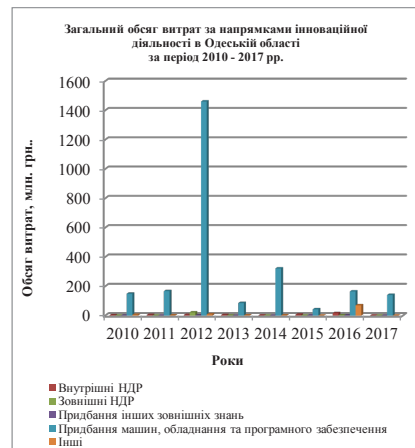


Рис. 6. Обсяги витрат за напрямками інноваційної діяльності в Одеській області за період 2010–2017 рр.

жави та окремого досліджуваного регіону, а в Одеській області суттєві фінансові вливання були вжиті в придбання машин, обладнання в 2012 р.

Зокрема прослідковується майже однакова динаміка змін в розрізі витрат за напрямками інноваційної діяльності між одеським регіональним та державним рівнями та за всіма показниками згортання інноваційної діяльності в Україні після 2014 року з рухом в сторону поступового поживлення в подальшому.

В рамках проведення заходів щодо приведення вітчизняної статистики до міжнародних стандартів після проведення перегрупувань показників та їх узагальнення з 2007 р. до складу інших витрат на інноваційну діяльність віднесені наступні їх види:

- підготовка виробництва для впровадження інновацій;
- навчання та підготовка персоналу для розробки та запровадження нових або значно вдосконалених продуктів та процесів, діяльність щодо ринкового запровадження інновацій та інші роботи, пов'язані зі створенням та впровадженням інновацій.

Придбання машин та обладнання, пов'язаних з впровадженням інновацій, з того ж року перетворилося на показник придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, незалежно від цільового використання закуплених продуктів. Показник придбання нових технологій розширено до показника придбання інших зовнішніх знань, а витрати на внутрішні та зовнішні наукові дослідження та розробки об'єднано до показника дослідження і розробки.

Тенденція щодо зменшення інноваційної активності (рис. 7-8) до 2015 р. залишається незмінною. За співвідношенням витрат та кількості підприємств, що працювали з інноваціями, можна зробити висновок про зменшення частки інноваційних витрат на підприємство за всіма напрямками їх здійснення, суттєво такий ефект проявляється в досліджуваному регіоні.

Основним джерелом фінансування інноваційного виду діяльності (рис. 9-10) на протязі аналізованого восьмирічного періоду залишаються власні кошти промислових підприємств з підвищенням їх частки в структурі капіталу, формованого на впровадження розробок. Внаслідок включення позикових коштів до складу інших дже-



Рис. 7. Кількість підприємств, що витрачали кошти за напрямками інноваційної діяльності, в Україні за період 2010–2017 рр.

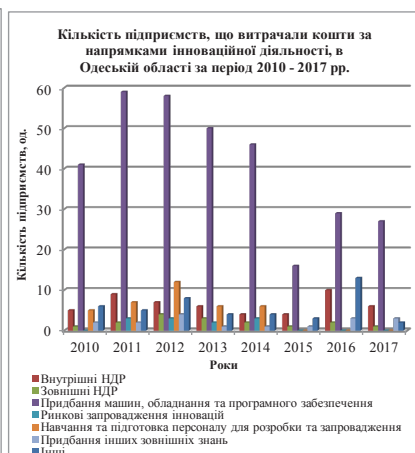


Рис. 8. Кількість підприємств, що витрачали кошти за напрямками інноваційної діяльності, в Одеській області за період 2010–2017 рр.



Рис. 9. Джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні за період 2010–2017 рр.



Рис. 10. Джерела фінансування інноваційної діяльності в Одеській області за період 2010–2017 рр.

рел фінансування з 2015 р. ускладнилася оцінка розміру кредитів, але оскільки вони складають основну частину інших джерел, саме на них в останні роки знизився попит.

Окремо приділимо увагу самим інноваціям, їх дифузії та впровадженню на ланці впровадження в Україні та Одеській області (рис. 11 – рис. 19).

Результативність процесів дифузії інновацій залежить від розвитку та ефективності роботи інноваційної інфраструктури.

Як зазначається в Законі [20], інноваційна інфраструктура – сукупність підприємств, організацій, установ, їх об'єднань, асоціацій будь-якої форми власності, що надають послуги із забезпечення інноваційної діяльності (фінансові, консалтингові, маркетингові, інформаційно-комунікативні, юридичні, освітні тощо).

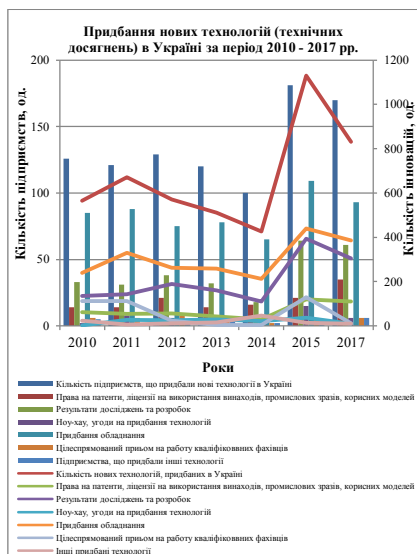


Рис. 11. Придбання нових технологій (технічних досягнень) в Україні за період 2010–2017 рр.

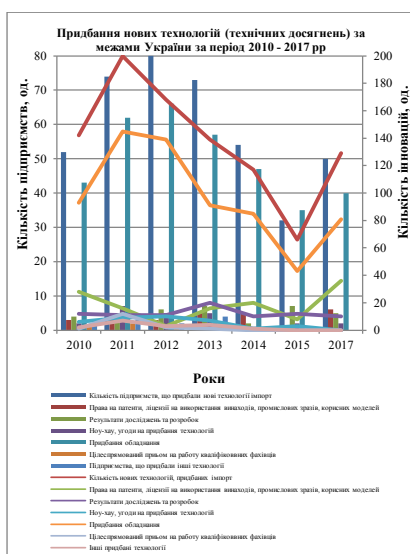


Рис. 12. Придбання нових технологій (технічних досягнень) за межами України за період 2010–2017 рр.

За кількістю підприємств, придбавших нові технології (технічні досягнення) та кількістю придбаних таких продуктів (рис. 11-12) прослідковується стабільність, хоч і зі зниженням, здійснення інноваційної діяльності в Україні в частині приросту технологій та позитивно характеризує роботу інноваційної інфраструктури в частині рівності інформованості ринку та доступу до інновацій з одного боку та усереднено однакового рівня фінансування впровадження результатів НДР з другого боку. Зворотний характер змін відбувається в придбанні нових технологій за межами держави з 2014 р., що може свідчити з одного боку про високий рівень задоволення науковою сферою потреб вітчизняних як промислових підприємств, так і споживачів кінцевого продукту, й про низьку інвестиційну спроможність та/або низький рівень фінансової стійкості підприємств України для запровадження інновацій із-за меж держави з другого боку.

В розрізі технологічних інновацій придбаних в Україні й за її межами права на патенти, ліцензії на використання винаходів, промислових зразків, корисних моделей користувалися найбільшою популярністю на відміну від віднесених до інших та близьких до ноу-хау, угод на придбання технологій за всі вісім років, що відповідає висновку щодо складання найбільшої частки витратами на придбання машин, обладнання, програмного забезпечення та, як наслідок, або технічного переоснащення, або технологічного оновлення, переорієнтації виробництва.

У випадку з передачею технологій за кількістю інновацій (рис. 13-14) ситуація з дифузиею на вітчизняному ринку та придбанням є однаково направленою, співставлення ж отримання та поширення технічних досягнень у взаємовідносинах з закордонними учасниками інноваційного процесу дає можливість зробити висновок про діаметрально протилежні наслідки провадження науково-технічної та підприємницької діяльності.

Експорт технологій в Україні та за її межами відзначився однаковою динамікою з різного ступеню інтенсивністю змін в русі розробок за їх кількістю в національному інноваційному просторі.

В напрямку віддачі інформаційної сфери інноваційного простору у вигляді передачі нових технологій, незважаючи на загальне падіння інноваційної активності з 2014 р., особливо в частині кількості впроваджених інновацій та кількості запровадивши їх підприємств, при

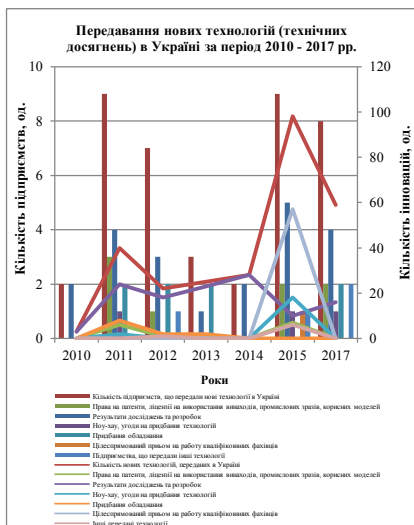


Рис. 13. Передавання нових технологій (технічних досягнень) в Україні за період 2010–2017 рр.

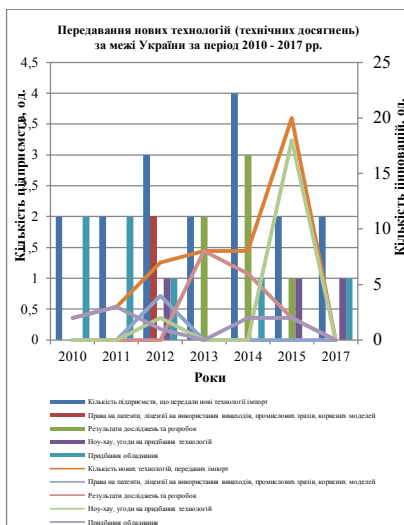


Рис. 14. Передавання нових технологій (технічних досягнень) за межі України за період 2010–2017 рр.

погіршенні умов здійснення будь-якого виду економічної діяльності і не тільки, можна говорити про початок зростання якості надаваних інформаційно-комунікативних, консалтингових, маркетингових послуг в сфері інновацій з того ж періоду та початок падіння з 2015 р., скоріше всього не пов'язаний з аналогічного характеру змінами попиту на інноваційну продукцію, а вірогідно продиктований тривалістю життєвого циклу прийнятих та задіяних технологічних досягнень та інноваційного циклів на інноваційно-активних підприємствах, зокрема підвищення попиту за кількісною характеристикою розробок та підприємств-отримувачів з 2015 р. імпортного напрямку трансферу технологій.

Фактична поява в 2015 році попиту на інновації з одночасним прийомом на роботу кваліфікованих кадрів у весь період дослідження свідчить про міграцію кваліфікаційно відповідних ресурсів в рамках держави та дає підставу для ствердження про зростання рівня якості,

сучасності, кваліфікаційної відповідності та прикладної спрямованості освітніх послуг. Разом з тим, не спостерігається зацікавленість отримання розробок разом з обслуговуючим їх персоналом з України.

Оцінка за даним показником з причини не оприлюднення даних на виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації, як і про рух інших статистично виділених груп інновацій, не уявляється можливим.

Слід відзначити різке підвищення становлення об'єктом купівлі-продажу в 2015 році ноу-хау, що охороняються режимом комерційної таємниці, та угод на придбання технологій на імпорт на фоні повної відсутності попиту на права та патенти, ліцензії на використання винаходів, промислових зразків, корисних моделей за весь аналізований період, за винятком 2012 року. Результати досліджень і розробок йшли на експорт в 2013–2015 рр., на відміну від відносно стабільного прояву інтересу до них вітчизняними підприємствами, а придбання обладнання на вітчизняному ринку технологій та їх поширення за межі знаходилося майже на однаковому рівні.

Кількість підприємств, що передавали технології, стабільно перевищує кількість задіяних технологій в тематиці своєї ланки аналізу, як і в усіх інших групах показників з тієї лише принциповою відмінністю, що в динаміці змін рівень кількості підприємств-імпортерів інновацій в середині досліджуваного періоду позначився зростом в порівнянні з іншими роками та на відміну від ситуації на вітчизняному ринку.

Серед інновацій найбільш популярними в промислових виробників (рис. 15) були засновані на технологіях з устаткуванням за весь період та як результат досліджень та розробок з їх суттєвим збільшенням в 2015 та 2017 рр. В підтвердження висновку щодо кількісного співвідношення підприємств з витратами за напрямками інноваційної діяльності та висновку щодо орієнтації на переоснащення виробничих потужностей у прояві попиту на впровадження технологій з устаткуванням, при чому отримання технологій у зв'язці з призначеним для їх реалізації обладнанням на вітчизняному ринку суттєво перевищує їх кількість, отриману з-за кордону. В підтвердження висновку про достатній рівень задоволення потреб споживачів вітчизняною наукою та/або низький рівень фінансової забезпеченості суб'єктів інноваційного сектору економіки України за вказаний період.

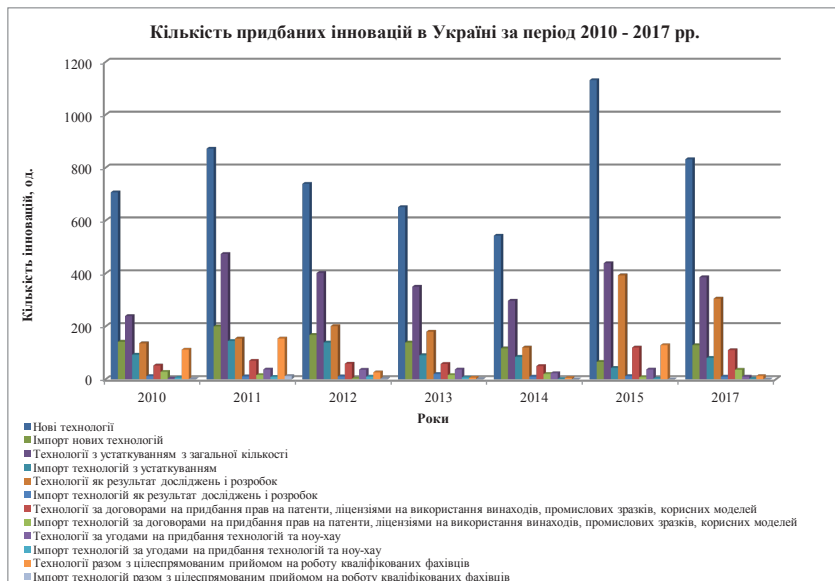


Рис. 15. Кількісна типізаційна характеристика придбаних інновацій в Україні за період 2010- 2017 рр.

З переходом на нову форму основної статистичної звітності щодо інноваційної діяльності в Україні за міжнародними стандартами з періодом звітування в дворічний термін не відображення інформації щодо ряду показників за 2016 р. позбавляє можливості порівняння даних за ними з попередніми та наступними роками, ускладнюючи динамічний аналіз.

Отримання технологій разом з цілеспрямованим прийомом на роботу кваліфікованих фахівців з-за кордону та імпорт технологій за угодами на придбання технологій та ноу-хау знайшли найменше всього прихильників. Даних регіонального рівня щодо надання переваги технологічним інноваціям за типом техніко-правового навантаження Головне управління статистики в Одеській області не надає.

Згідно графіків (рис. 16-17) придбання інновацій за кількістю придбаних та впроваджених відбивається у їх впровадженні й свідчить про доведення підприємств до завершеності в частині організаційних,

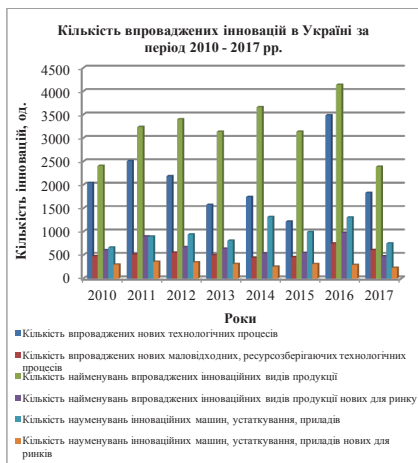


Рис. 16. Кількість впроваджених інновацій в Україні за період 2010–2017 рр.

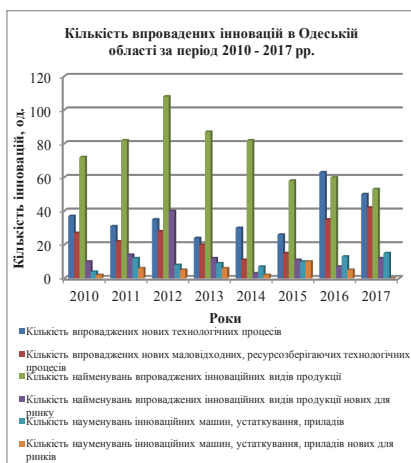


Рис. 17. Кількість впроваджених інновацій в Одеській області за період 2010–2017 рр.

техніко-технологічних трансформацій виробничих потужностей та умов включення нововведення до складу процесів підприємства, в тому числі в умовах нестачі коштів, як в розрізі обсягів виконаних наукових та науково-технічних робіт, так і в розрізі витрат за напрямками інноваційної діяльності. При чому кількість найменувань впроваджених інноваційних видів продукції, особливо в Одеській області, перевищує кількість запроваджених технологічних процесів, а найменша кількість найменувань інноваційних машин, устаткування, приладів для ринку при найбільшій частці в розрізі витрат за напрямками інноваційної діяльності у витрат на придбання машин, устаткування та програмного забезпечення свідчить про новизну зазначеного виду інновацій для підприємства та оновлення виробничих можливостей галузі, а не технологічний підйом держави, при чому рівень впровадження нових маловідходних, ресурсозберігаючих технологічних процесів в порівнюваному регіоні суттєво вищий за загальнонаціональний.

Тенденції змін кількості впроваджуючих нові розробки підприємств (рис. 18-19) та здійснивши витрати на комерціалізацію інноваційних

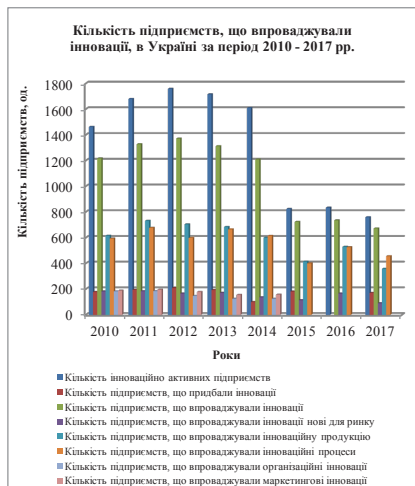


Рис. 18. Кількість підприємств, що впроваджували інновації, в Україні за період 2010–2017 рр.

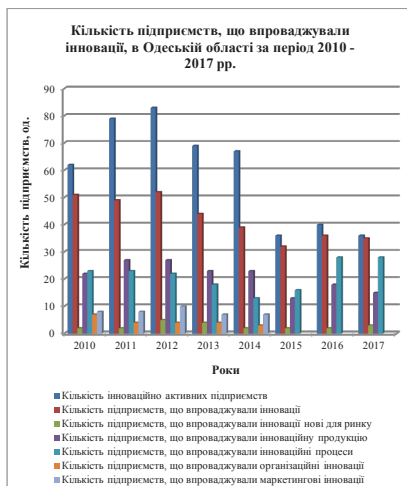


Рис. 19. Кількість підприємств, що впроваджували інновації, в Одеській області за період 2010–2017 рр.

рішень за напрямками інноваційної діяльності корелює між собою та відзначається однаковим спадом після 2014 р. та, водночас, умовно однаковим рівнем впровадження інноваційна тлі зростання витрат, зокрема на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення й ринкових запроваджень інновації. Це свідчить про збільшення періоду приведення в стан придатності підприємства до безпосереднього застосування результатів НДР, та, свою чергу, про зростання початкового етапу інноваційного циклу, що в умовах нестачі коштів призводить до тривалості й перервності такої діяльності та зростання частки потенційно інноваційних в складі інноваційно-активних підприємств.

Різний характер змін рівнів показників кількості придбаних інновацій технологічного характеру та кількості впровадивших інновації підприємств починаючи з 2015 року говорить про відмінність результативності та фінансово-економічної ефективності інноваційної

діяльності інноваційно-активних учасників ринку і, як наслідок, підвищення інвестиційної активності інноваційного характеру окремих підприємств та збільшення фінансового навантаження на інші після впровадження нових технологій в попередні роки.

Здійснено дослідження інноваційних процесів в Україні на ланці випуску та попиту на інноваційну продукцію (рис. 20 – рис. 23).

В загальному об'ємі реалізованої інноваційної продукції (рис. 20-21) найбільша її видова частина представляє реалізовану інноваційновмістку продукцію нову для підприємства на протязі всіх семи років аналізу з однаковою з загальним об'ємом продажів лінією тренду. Рівень реалізації експортованих інноваційних товарів та нових для ринку попеременно перевищували один одного.

В межах країни продукція промислових виробників Одеського регіону позначилася більшою інноваційністю в період з 2012 р. по 2015 р при загальному спаді в останній разом з відповідними змінами в об'ємах реалізації продукції на експорт.

Підприємства Одеського регіону відзначилися на тлі державних інноваційних процесів в перші два роки, не збавляючи тенденції до

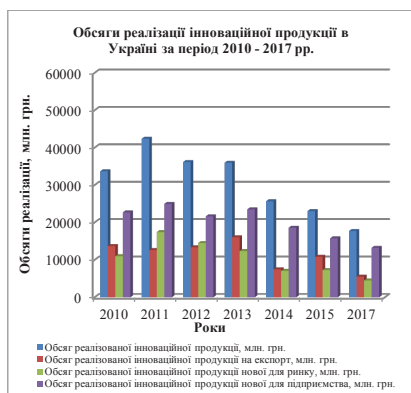


Рис. 20. Обсяги реалізації інноваційної продукції в Україні за період 2010–2017 рр.

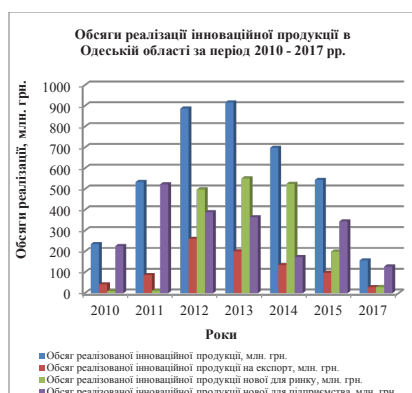


Рис. 21. Обсяги реалізації інноваційної продукції в Одеській області за період 2010–2017 рр.

2014 р., проте, незважаючи на загальний стан доходів від інноваційної діяльності в різних областях України, продемонстрували менший спад попиту на інноваційну продукцію власного виробництва.

Співвідношення обсягів продажів продукції (рис. 22-23) з інноваційною складовою та кількості її реалізувавших промислових підприємств в межах Одеського регіону, на відміну від України, позначається поступом в сторону зменшення суб'єктів підприємницької діяльності при сплеску реалізаційної активності в середині досліджуваного інтервалу – в підтвердження висновку про скорочення частки інноваційних витрат на підприємство за всіма напрямками їх здійснення і, як випливає, при збільшенні кількості підприємств, включених в державний інноваційний процес, зменшення результативності провадження даного виду діяльності, що, в свою чергу, скоріше пов'язано зі зменшення фінансування, аніж з падінням попиту на такого характеру розробки та продукцію.

Майже не здійснювані перерахування показників за минулі звітні періоди при переході на нові методики збору статистичних даних,

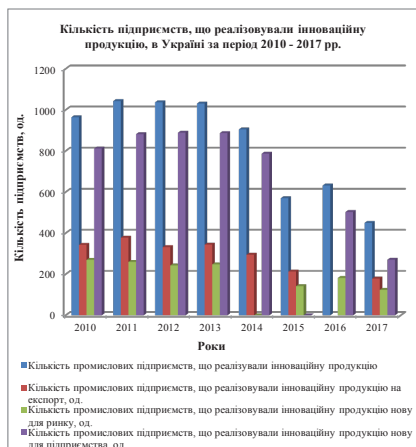


Рис. 22. Кількість підприємств, що реалізували інноваційну продукцію, в Україні за період 2010–2017 рр.

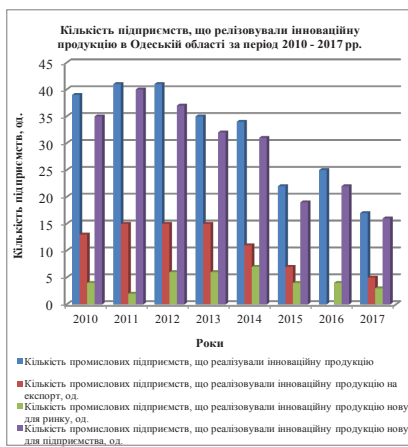


Рис. 23. Кількість підприємств, що реалізували інноваційну продукцію, в Одеській обл. за період 2010-2017 рр.

внаслідок чого відбувається зростання з кожним роком кількості одних статистичних показників та їх деталізаційного наповнення, згортання та об'єднання окремих, угруповання, й з причини не проведення доповнення даних минулих оглядових періодів, приведення їх у порівнянний вид у відповідності до останніх методологічних трансформацій призводить до ускладнення динамічного аналізу та коректності надаваної оцінки досліджуваних економічних категорій. В деяких випадках регіональні дані відрізняються більшою деталізацією досліджуваних явищ.

Перехід до дворічного періоду звітування з одного боку дає можливість оцінки більш завершених інновацій, з іншої ускладнює порівняння з минулими звітними періодами при не приведенні даних за них у співставний вид.

За восьмирічний період майже за всіма показниками Одеська область за своїм рівнем інноваційної активності знаходиться на середньому або в нижній частині середнього рівня по Україні та за більшістю з них підприємства на її території відбивають загальнонаціональні тенденції.

З метою демонстрації тенденцій розвитку інноваційної діяльності в Україні та відокремлено в досліджуваному регіоні подамо узагальнені дані за всіма ланками аналізованого періоду у вигляді табл. 4.

За обсягом витрат на наукові розробки та дослідження (наукові та науково-технічні роботи) спостерігається загальний підйом діяльності інноваційно-активних підприємств (згідно визначення ДССУ) на 65,03 % за границями періоду здійснюваного аналізу, при чому ефективність фінансування НДР продемонструвала відчутно менше зростання в розмірі 27,81 %, що свідчить про збільшення тривалості стадії формування майбутніх інновацій. Підприємства Одеської області продемонстрували більші показники динаміки: обсяг витрат на НДР – 73,5 % та обсяг завершених НДР – 24,80 %.

Попит на винаходи у вітчизняному інноваційному просторі можна узагальнено охарактеризувати трьома показниками: загальним обсягом витрат за напрямками інноваційної діяльності, він же витрати за джерелами фінансування, і кількістю підприємств за напрямками діяльності інноваційного характеру. В частині витрат за восьмирічний період на тлі усередненого за областями зростуна

13,32 % в Одеському регіоні відбувся спад на 4,37 % при однаковій тенденції в кількості підприємств, що реалізували подібні інвестиції, до скорочення на 48,08 % та 41,94 % в Україні та Одеському регіоні відповідно.

Окремої уваги заслуговують дифузія інновацій та зовнішньоекономічні інноваційні зв'язки у вигляді існування та функціонування інформаційних каналів для руху в обох напрямках технологій та винаходів від креаторів до споживачів-отримувачів й експорту результатів провадження інноваційної діяльності у вигляді інноваційного продукту та інноваційної продукції, що за кількістю технологій та реалізувавших їх суб'єктів господарювання мали відповідні між парами показників й напрямків руху технологій імпортного характеру тенденції до зростання в межах України (у кількості придбаних технологій на 47,26 % та кількості придбавших їх підприємств на 34,92%) та падіння із-за меж України (9,15 % та 3,85 % відповідно) й експортного характеру суттєвого зрушення (у кількості переданих технологій на 1867 % та кількості передавших їх підприємств на 300 %). Незважаючи на підвищення активності функціонування інноваційної інфраструктури, фактична кількість задіяних винаходів та розробок на підприємствах інноваційної сфери зазнала зменшення в загальній національній масі на 10,38 % наприкінці 2017 року порівняно з даними за підсумком 2010 року, при чому інтенсивність насичення інноваційністю промисловості Одеського регіону позначилася позитивною тенденцією на 35,14 %. В кількості суб'єктів підприємницької діяльності відбулося зменшення учасників інноваційних процесів загалом в державі на 48,08 % та в регіоні на 41,94 %.

Тенденція до згортання інноваційної діяльності в 2017 році в порівнянні з початком періоду дослідження, незважаючи на суттєвий підйом в 2012 – 2014 роках за всіма групами аналітичних показників, збереглася і в масштабах реалізації продукції, володіючої інноваційними ознаками, споживачам вітчизняного ринку на 47,43 % та Одеського регіону на 33,19 % і протилежною динамікою в обсягах реалізації на експорт в Україні та Одеському регіоні на 59,75 % та 32,33 % відповідно. Більше зменшилася кількість суб'єктів інноваційного сектору в Одеському регіоні на 56,41 %, аніж загалом по державі – на

Таблиця 4. Динамічний аналіз розвитку інноваційної діяльності в Україні та Одеській області за період 2010–2017 рр. (складено авторами)

Показник	Дані по Україні		Темп приросту, %		Дані по Одеській області		Темп приросту, %
	2010	2017	2017/2010	2017	2010	2017	
Дослідження та розробки							
Обсяг витрат на виконання НДР, млн. грн.	8107,10	13379,30	65,03		156,09	270,26	73,15
Обсяг виконаних НДР, млн. грн., 2015 р.	9867,10	12611,00	27,81		192,54	240,30	24,80
Попит на винаходи							
Загальний обсяг витрат за напрямками інноваційної діяльності, млн. грн.	8 045,50	9 117,50	13,32		157,01	150,15	-4,37
Кількість підприємств, що витрачали кошти за напрямками інноваційної діяльності, од.	1462	759	-48,08		62	36	-41,94
Фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств, млн. грн.	8 045,50	9 117,50	13,32		157,01	150,15	-4,37
Дифузія та впровадження винаходів							
Кількість нових технологій, придбаних в Україні, од.	565	832	47,26		–	–	–
Кількість підприємств, що придбали нові технології в Україні, од.	126	170	34,92		–	–	–
Кількість нових технологій, придбаних за межами, од.	142	129	-9,15		–	–	–
Кількість підприємств, що придбали нові технології за межами, од.	52	50	-3,85		–	–	–

Показник	Дані по Україні		Темп приросту, %		Дані по Одеській області		Темп приросту, %
	2010	2017	2017/2010	2017	2010	2017	2017/2010
Кількість нових технологій, переданих в Україні, од.	3	59	1866,67	-	-	-	-
Кількість підприємств, що передали нові технології в Україні, од.	2	8	300,00	-	-	-	-
Кількість нових технологій, переданих за межами, 2016 р., од.	2	20	900,00	-	-	-	-
Кількість підприємств, що передали нові технології за межами, од.	2	2	0,00	-	-	-	-
Кількість впроваджених інновацій, од.	2043	1831	-10,38	37	50	35,14	
Кількість підприємств, що впроваджували інновації, од.	1462	759	-48,08	62	36	-41,94	
Випуск та попит на інноваційну продукцію							
Обсяг реалізованої інноваційної продукції, млн. грн.	33697,57	17714,24	-47,43	235,85	157,57	-33,19	
Кількість промислових підприємств, що реалізували інноваційну продукцію, од.	964	450	-53,32	39	17	-56,41	
Обсяг реалізованої інноваційної продукції на експорт, млн. грн.	13713,05	5518,83	-59,75	42,351	28,66	-32,33	
Кількість промислових підприємств, що реалізували інноваційну продукцію на експорт, од.	343	179	-47,81	13	5	-61,54	

53,32 %, при чому реалізація, орієнтована за межі держави, як і в її обсязі, відзначилася протилежною динамікою між національним рівнем (47,81 %) та регіональним (61,54 %).

В цілому проведений аналіз свідчить про суттєве зниження всіх ключових показників інноваційної активності в вітчизняній промисловості протягом означеного періоду, і такі підсумки є вельми очікуваними. Що ж до результативності, то статистичні звіти не надають жодних її характеристик. Водночас, вважаємо, що серед наведених в табл.4. основним результатом інноваційної діяльності для підприємств промисловості є власне реалізація інноваційної продукції, яка має забезпечити як найменш відшкодування інноваційних витрат. Це дозволяє оцінити результативність інноваційної діяльності та її зміни на традиційних в економічному аналізі засадах визначення економічного ефекту – як відношення отриманих вигід (обсягу реалізації інноваційної продукції) до понесених для цього витрат (інноваційних витрат). Результати розрахунків наведено в таблиці 5.

Таблиця 5. Результативність інноваційної діяльності в промисловості

	Результативність інноваційної діяльності		
	2010 р.	2017 р.	Темп приросту, %
Промисловість України	4,19	1,94	- 53,6
Промисловість Одеського регіону	1,50	1,05	- 30,0

Незважаючи на недостатню об'єктивність самих значень показників (внаслідок визнаної необ'єктивності самих статистичних даних), їх динаміка показово засвідчує різке падіння результативності інноваційних процесів в промисловості. Таке становище актуалізує питання контролювання інноваційної активності та результативності інноваційної діяльності на рівні підприємств, формування його інформаційно-аналітичного забезпечення за межами суто статистичного обліку – на базі всебічного управлінського обліку результатів інноваційної діяльності, аналізу впливу результатів інноваційної діяльності на розвиток промислового підприємства.

Література

1. Дежина И. Обеспечение эффективных механизмов осуществления инновационной деятельности в российской экономике. М.: Институт проблем переходного периода, 2001 // <http://www.iet.ru>
2. Курс социально-экономической статистики. Под ред. Назарова М.Г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.std72.ru/dir/statistika/kurs_socialno_ekonomicheskoy_statistiki_pod_red_nazarova_m_g/glava_35_statistika_innovacij/226-1-0-3887
3. Наказ Державної служби статистики України «Методичні положення зі статистики інноваційної діяльності» № 3 від 10.01.2013 р.
4. Наказ Державної служби статистики України «Методологічні положення зі статистики наукової та науково-технічної діяльності» № 312 від 22.11.2012 р. зі змінами та доповненнями.
5. Україна в цифрах: стат. зб. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2011. – 251 с.
6. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: стат. зб. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2017. – 178 с.
7. Інноваційна діяльність промислових підприємств України: експрес-вип. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2014. – 4 с.
8. Здійснення наукових досліджень і розробок в Україні: експрес-вип. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2017. – 2 с.
9. Наукова та науково – технічна діяльність в Україні: допов. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2015. – 5 с.
10. Створення та використання передових технологій та об'єктів права інтелектуальної власності на підприємствах України: допов. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2014. – 6 с.
11. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за (за міжнародною методологією): допов. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2016. – 5 с.
12. Фахівці вищої кваліфікації України: допов. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2013. – 5 с.
13. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям / Совместная публикация ОЭСР и Евростата. – [Третье изд.] – М.: ЦИСН, 2010. – 192 с.
14. Ротар А.В. Особливості статистичного оцінювання інноваційної активності підприємств за європейською програмою CIS (Community Innovation Survey) / А.В. Ротар // Статистика України. – 2010. – №1. – С. 39–45.

15. Ковалева Н.П. Формирование внутренней управленческой отчетности в учетной системе научной организации: дис. ... канд. экон. наук по спец. 08.00.12 / Н.П. Ковалева; Ростов. гос. экон. ун-т. – Р., 2015. – 212 с.
16. Волощук Л.О. Теоретико-методологічні засади безпекоорієнтованого управління інноваційним розвитком промислового підприємства. дис. доктора экон. наук : 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Волощук Лідія Олександрівна. – Одеса, 2016. – 605с. Режим доступу: http://economics.opu.ua/naukova-baza/voloschuk_dis.pdf
17. Трифилова А. А. Оценка инновационной активности предприятий / А. А. Трифилова // Инновации. – 2003. – № 10. – С. 51 – 55. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.twirpx.com/file/146995/>
18. Носовець О. І. Особливості обліку інноваційної діяльності промислових підприємств за міжнародними та національними стандартами / Л.О. Волощук, О. І. Носовець // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 5 (21). – С. 188-193. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/No5/188.pdf>
19. Волощук Л.О. Інноваційна діяльність та розвиток промислових підприємств України: проблеми статистичного та економічного аналізу / Л.О. Волощук // Проблеми економіки. – 2014. – №4. – С. 269-274. Режим доступу до журн.: http://problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2014-4_0-pages-269_274.pdf
20. Закон України «Про інноваційну діяльність» № 40-IV від 4.07.2002 р., зі змінами та доповненнями.

РОЗДІЛ 41

АНАЛІТИЧНИЙ ОБЛІК ДОХОДІВ ВІД НАДАННЯ РІЄЛТОРСЬКИХ ПОСЛУГ

*д.е.н., доцент,
завідувач кафедри обліку, аналізу та аудиту,
Одеський національний політехнічний університет
Волощук Л.О.*

*старший викладач кафедри обліку, аналізу і аудиту
Одеський національний політехнічний університет
Пар'єва О.О.*

*старший викладач кафедри обліку, аналізу і аудиту
Одеський національний політехнічний університет
Пар'єва Н.О.*

Надання посередницьких рієлторських послуг, як вид економічної діяльності, останнім часом набуває стрімкого розвитку, особливо в Одеському регіоні. Сфера надання таких послуг та їх номенклатура постійно розширюється. Це пов'язане із зростаючим попитом на об'єкти нерухомості будь-якого призначення (зокрема, земельних ділянок, об'єктів промислового та офісного призначення), який в свою чергу обумовлений неспроможністю споживачів рієлторських послуг до інвестування у створення власноруч таких об'єктів. Попри те, що саме надання рієлторських послуг як вид економічної діяльності не є суто інноваційним, вважаємо, що зростання попиту на них є одним з наслідків переходу до інноваційної економіки в країні, що підсилюється особливостями Одеського регіону: а) об'єкти нерухомості залишаються одним з пріоритетних об'єктів реального інвестування, що спричинює зростання ринку; б) саме ринок нерухомості та сфера будівництва стає рушієм інноваційного розвитку пов'язаних видів промислового виробництва, що підтверджується даними аналізу тенденцій їх розвитку в регіоні [1, 2];

в) розвиток малого та середнього бізнесу в регіоні, в тому числі інноваційно-орієнтованого, в умовах фінансової кризи та обмеженості фінансово-інвестиційних ресурсів спричинює зростання попиту на посередницькі послуги, пов'язані з купівлею-продажем та орендою об'єктів нерухомості.

Найбільшу частку на ринку посередницьких ріелторських послуг займають малі підприємства, у яких дохід від надання таких послуг є єдиною складовою чистих доходів. Ефективне управління діяльністю малих підприємств у сфері надання послуг потребує раціональної організації процесу прийняття управлінських рішень, що, зокрема, ґрунтуються на своєчасній та якісній обліково-аналітичній інформації. Тому організація на малому підприємстві ефективної системи обліку та аналізу доходів від надання ріелторських послуг є одним з важливіших завдань системи управління. Ріелторські послуги мають яскраво виражену специфіку, яка потребує врахування при побудові обліково-аналітичної системи, що й актуалізує питання обґрунтування рекомендацій щодо їх аналітичного управлінського обліку.

Як зазначається Інструкцією по застосуванню Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, зобов'язань, капіталу та господарчих операцій підприємств та організацій [3] аналітичний облік доходів від реалізації може вестись за видами (групами) продукції, товарів, робіт, послуг, регіонами збуту та/або іншими напрямками, визначеними підприємством.

Отже, для більш якісного обліку доходів на підприємстві необхідно визначити субрахунки рахунку 703 "Дохід від реалізації робіт і послуг" відповідно до специфіки його діяльності та номенклатури послуг, що надаються. Для формування аналітичного обліку доходів необхідно визначити класифікацію доходів підприємства від надання послуг. Далі розглянемо можливі варіанти такої класифікації.

По-перше, доходи підприємства можна класифікувати як найменш за видами діяльності згідно КВЕД. Критерієм такої класифікації є вид нерухомості, що є об'єктом операцій купівлі, продажу, здавання в оренду та оцінювання та відповідних посередницьких послуг. Її застосування передбачає відкриття трьох субрахунків до рахунку 703 (рис. 1).

Рах.703	“Дохід від реалізації робіт і послуг”
Рах.7031	Дохід від реалізації посередницьких послуг під час купівлі, продажу, здавання в оренду та оцінювання нерухомості не виробничого призначення
Рах.7032	Дохід від реалізації посередницьких послуг під час купівлі, продажу, здавання в оренду та оцінювання земельних ділянок
Рах.7032	Дохід від реалізації посередницьких послуг під час купівлі, продажу, здавання в оренду нерухомості виробничо-технічного призначення

Рис. 1. Облік доходів за видами об’єктів нерухомості

Така класифікація доходів та побудова їх аналітичного обліку „лежить на поверхні”. По суті, побудований на її основі аналітичний облік є обліком за сегментами ринку нерухомості, і потребує подальшої деталізації за видами послуг щодо кожного виду об’єктів нерухомості.

Отже, вищезазначені субрахунки у свою чергу слід поділяти на аналітичні рахунки, якими можуть бути:

- доходи від посередницьких послуг під час купівлі об’єкту;
- доходи від посередницьких послуг під час продажу об’єкту;
- доходи від посередницьких послуг під час здавання об’єкту в оренду;
- доходи від посередницьких послуг під час оцінки об’єкту.

Слід зазначити, що остання послуга вкрай рідко надається окремо, а є супроводжуючою для надання перших трьох, а є супроводжуючою до них. Доходи від ріелторських послуг під час оцінки об’єкту нерухомості на практиці буде важко відокремити від доходів від надання послуг під час купівлі, продажу або здавання в оренду за певною угодою. Тому, дохід від посередницьких ріелторських послуг під час оцінки доцільно враховувати разом з доходом від основних видів послуг. План рахунків обліку складений за такого підходу до класифікації доходів від реалізації ріелторських послуг буде мати вигляд таблиці 1.

Більш 75% угод, що укладаються типовою ріелторською фірмою, пов’язані з послугами на ринку житлової нерухомості. Тому більш доцільним буде визначення класифікації доходів саме за видами

Таблиця 1. План рахунків обліку доходів від надання послуг за видами об'єктів нерухомості та видами послуг (згідно КВЕД)

Рахунок 703 „Дохід від реалізації робіт і послуг”			
Субрахунки 1-го порядку		Субрахунки 2-го порядку	
<i>Критерій: вид об'єкту нерухомості</i>		<i>Критерій: вид операцій з нерухомістю</i>	
Рах.	Назва	Рах.	Назва
7031	Посередницькі послуги при операціях з нерухомістю невиробничого призначення	70311	Посередницькі послуги під час оцінки та купівлі
		70312	Посередницькі послуги під час оцінки та продажу
		70313	Посередницькі послуги під час оцінки та здавання в оренду
7032	Посередницькі послуги при операціях з земельними ділянками	70321	Посередницькі послуги під час оцінки та купівлі
		70322	Посередницькі послуги під час оцінки та продажу
		70323	Посередницькі послуги під час оцінки та здавання в оренду
Субрахунки 1-го порядку		Субрахунки 2-го порядку	
<i>Критерій: вид об'єкту нерухомості</i>		<i>Критерій: вид операцій з нерухомістю</i>	
Рах.	Назва	Рах.	Назва
7033	Посередницькі послуги при операціях з нерухомістю виробничо-технічного призначення	70331	Посередницькі послуги під час оцінки та купівлі
		70332	Посередницькі послуги під час оцінки та продажу
		70333	Посередницькі послуги під час оцінки та здавання в оренду

послуг. Як найменш можна сформувати систему аналітичного обліку по аналогії з попередньою, помінявши місцями субрахунки 1-го та 2-го порядків. Тоді вона матиме такий вигляд (табл. 2).

Надалі розглянемо класифікацію доходів враховуючи специфіку угод, що укладаються на типовому підприємстві з надання ріелторських послуг. Для цього доцільно дослідити типові форми угод на надання послуг та їх прейскурант, що застосовуються у операційній діяльності підприємства.

Згідно Прейскуранту ріелторські послуги розділяються на основні та додаткові.

Таблиця 2. План рахунків обліку доходів від надання послуг за видами послуг та видами об'єктів нерухомості (згідно КВЕД)

Рахунок 703 „Дохід від реалізації робіт і послуг”			
Субрахунки 1-го порядку		Субрахунки 2-го порядку	
<i>Критерій: вид операцій з нерухомістю</i>		<i>Критерій: вид об'єкту нерухомості</i>	
Рах.	Назва	Рах.	Назва
7031	Посередницькі послуги при операціях з нерухомістю під час її оцінки та купівлі	70311	нерухомість не виробничого призначення
		70312	земельні ділянки
		70313	нерухомість виробничо-технічного призначення
7032	Посередницькі послуги при операціях з нерухомістю під час її оцінки та продажу	70321	нерухомість не виробничого призначення
		70322	земельні ділянки
		70323	нерухомість виробничо-технічного призначення
7033	Посередницькі послуги при операціях з нерухомістю під час здавання в оренду	70331	нерухомість не виробничого призначення
		70332	земельні ділянки
		70333	нерухомість виробничо-технічного призначення

Основні послуги пов'язані безпосередньо з укладенням угод за основними операціями з нерухомістю (купівлею, продажем, орендою). Вони, зазвичай, розподіляються за чотирма етапами укладення угоди, починаючи з прийому заяви клієнта на попередньому етапі і закінчуючи реєстрацією угоди на перехід права на об'єкт нерухомості та здійсненням (завершенням) взаєморозрахунків. Оплата наданих послуг здійснюється замовником по закінченню кожного етапу у визначених пропорціях від загальної вартості від договірної величини винагороди за угодою. Структура основних послуг за етапами наведена у таблиці 3.

Додаткові послуги передбачають перелік робіт, що не входять до комплексу основних послуг, та можуть бути надані клієнту при укладенні окремої угоди. До них відносяться:

- юридичні послуги;

Таблиця 3. Структура основних ріелторських послуг
(на прикладі типової компанії)

Назва та стислий зміст послуг етапу	Вартість
<i>Попередній:</i> прийом заяви клієнта, огляд об'єкту нерухомості, оцінка об'єкту, укладення угоди на надання послуг, у супроводженні інформаційно-технічних послуг.	30%
<i>Підготовка угоди:</i> інформаційно-маркетингове забезпечення, консультування потенційних контрагентів за угодою, покази або огляди об'єктів нерухомості, організація й проведення переговорів між сторонами угоди, укладення попереднього договору між сторонами.	40%
<i>Проведення угоди:</i> підготовка взаєморозрахунків, укладення угоди, консультування клієнту щодо порядку реєстрації права власності	20%
<i>Завершення угоди:</i> реєстрація договору переходу права власності на об'єкт нерухомості, прийом або передача об'єкта нерухомості, закінчення взаєморозрахунків, контроль виплат грошових коштів відповідно до умов договору	10%

– збір та оформлення документів по об'єктах нерухомості (відокремлюються об'єкти місцевої та замиської нерухомості);

– комплексні послуги з оформлення пакету документів з приватизації, наслідування, відчуження, узаконення незаконно зведених споруд, зміни цільового призначення об'єкта нерухомості (відокремлюються об'єкти місцевої та замиської нерухомості);

– консультування з питань іпотечного кредитування та сприяння отриманню іпотечного кредиту;

– ремонтно-будівельні роботи.

Типові договори, що укладає типова ріелторська компанія із замовниками послуг розділяються на:

– договори надання послуг з продажу

– договори надання послуг з купівлі

– договори надання послуг з оренди

За видами об'єктів нерухомості договори купівлі та продажу розділяються на договори по операціях з житлом, нежитловими приміщеннями, земельними ділянками, а договори оренди – на договори по операціях з житловими та нежитловими приміщеннями.

Відповідно до переліку послуг, що надаються за умовами договору, їх розділяють на договори за категоріями послуг VIP, А та Б.

Відповідно, договір за категорією VIP передбачає найбільш широкий перелік послуг при здійсненні операцій з нерухомістю, категорія А передбачає типовий набір послуг, категорія Б – скорочений, мінімально необхідний набір послуг.

Найбільш повна класифікація послуг типової ріелторської компанії наведені на рисунку 2. Якщо наведену класифікацію покласти в основу системи аналітичного обліку доходів отримаємо такі плани рахунків (таблиці 4 та 5).

Перший варіант побудови аналітичного обліку доходів від надання послуг (табл.4) повністю відповідає класифікації існуючих послуг типової ріелторської компанії у відповідності до преїскуранту та типових договорів на надання послуг. Така побудова передбачає відкриття двох субрахунків 1-го порядку до рахунку 703: 7031 „Основні послуги під час операцій з об’єктами нерухомості” та 7032 „Додаткові послуги за операціями з об’єктами нерухомості”. Аналітичний облік основних послуг далі будується в розрізі: 1) видів договорів (операцій) – на субрахунках 2-го порядку; 2) видів об’єктів нерухомості за кожним видом операції – на субрахунках 3-го порядку; 3) видів категорії послуг, що надаються за договором – на субрахунках 4-го порядку. Аналітичний облік додаткових послуг далі будується в розрізі основних груп таких послуг, зазначених в чинному преїскуранті послуг. Для тих послуг, що можуть виникнути, але на даний момент в Преїскуранті не визначені, передбачено субрахунок 2-го порядку 70325 „Інші додаткові послуги”. Такий облік буде найбільш деталізованим, проте така деталізація є водночас і його недоліком. Для малого підприємства облік на субрахунках 4-го порядку можливо буде зайвим. Адже при формуванні системи аналітичного обліку треба враховувати не тільки аналітичні потреби, для задоволення яких потрібні дані такого обліку, але й певні межі „обтяження” системи обліку.

Тому було запропоновано другий варіант побудови рахунків аналітичного обліку у відповідності до тієї ж класифікації. Зокрема, запропоновано відкрити 4 субрахунки 1-го порядку, 3 з яких для обліку основних послуг за видами договорів: 7031 „Основні послуги під час операцій з продажу об’єктів нерухомості”, 7032 „Основні послуги під час операцій з купівлі об’єктів нерухомості”, 7033 „Основні послуги під час операцій з оренди об’єктів нерухомості”

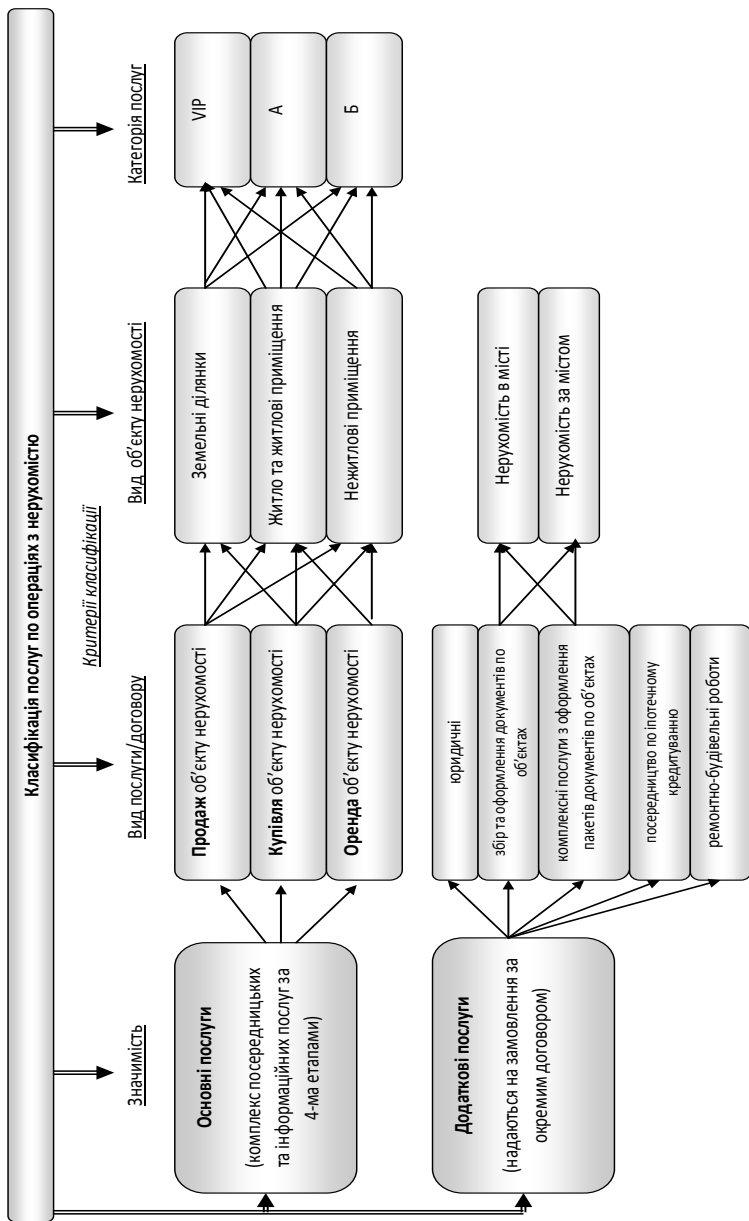


Рис. 2. Класифікація послуг типової рієлторської компанії за операціями з нерухомістю (систематизовано авторами)

Таблиця 4. План рахунків аналітичного обліку згідно класифікації доходів типової рієлторської компанії – варіант 1 (авторська розробка)

Субрахунки 1-го порядку		Субрахунки 2-го порядку		Субрахунки 3-го порядку		Субрахунки 4-го порядку					
Значимість послуг		Вид договору / послуги		Вид об'єкту нерухомості		Категорія послуг					
Рах	Назва	Рах	Назва	Рах	Назва	Рах	Рах				
						назва	назва				
7031	Основні послуги під час операцій з об'єктами нерухомості	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
						703111	Житла та житлових приміщень	7031111	7031112	7031113	
				70311	За договорами продажу	703112	Нежитлових приміщень	кат. VIP	кат. А	кат. Б	
						703113	Земельних ділянок	7031131	7031132	7031133	
						703121	Житла та житлових приміщень	кат. VIP	кат. А	кат. Б	
				70312	За договорами купівлі	703122	Нежитлових приміщень	кат. VIP	7031222	7031223	
						703123	Земельних ділянок	кат. VIP	кат. А	кат. Б	
				70313	За договорами оренди	703131	Житла та житлових приміщень	кат. VIP	7031312	7031313	
						703132	Нежитлових приміщень	кат. VIP	кат. А	кат. Б	
								7031321	7031322	7031323	
								кат. VIP	кат. А	кат. Б	

Продовження таблиці 4

1	2	3	4	5	6	7	8	9	
				703133	Земельних ділянок	7031331 кат. VIP	7031332 кат. А	7031333 кат. Б	
7032	Додаткові послуги під час операцій з об'єктами нерухомості	70321	Юридичні						
		70322	Оформлення пакетів документів по об'єктах	703221	нерухомості в місті				
			нерухомості за містом	703222					
		70323	Іпотечне кредитування						
		70324	Ремонтно-будівельні роботи						
70325	Інші додаткові послуги								

Таблиця 5. План рахунків аналітичного обліку згідно класифікації доходів типової рієлторської компанії – варіант 2 (авторська розробка)

Субрахунки 1-го порядку		Субрахунки 2-го порядку		Субрахунки 3-го порядку		
Рах	Назва	Рах	Назва	Рах	Рах	Рах
				назва	назва	назва
1	2	3	4	5	6	7
	<i>Вид договору</i>			<i>Категорія послуг</i>		
7031	Основні послуги під час операцій з продажу об'єктів нерухомості	70311	Житла та житлових приміщень	7031111	7031112	7031113
				кат. VIP	кат. А	кат. Б
		70312	Нежитлових приміщень	7031121	7031122	7031123
				кат. VIP	кат. А	кат. Б

Продовження таблиці 5

1	2	3	4	5	6	7
		70313	Земельних ділянок	7031131 кат. VIP	7031132 кат. А	7031133 кат. Б
		70321	Житла та житлових приміщень	7031211 кат. VIP	7031212 кат. А	7031213 кат. Б
7032	Основні послуги під час операцій з купівлі об'єктів нерухомості	70322	Нежитлових приміщень	7031221	7031222	7031223
		70323	Земельних ділянок	кат. VIP 7031231	кат. А 7031232	кат. Б 7031233
		70331	Житла та житлових приміщень	7031311 кат. VIP	7031312 кат. А	7031313 кат. Б
7033	Основні послуги під час операцій з оренди об'єктів нерухомості	70332	Нежитлових приміщень	7031321 кат. VIP	7031322 кат. А	7031323 кат. Б
		70333	Інших об'єктів	7031331 кат. VIP	7031332 кат. А	7031333 кат. Б
	<i>Вид договору</i>		<i>Вид послуги</i>	<i>Розташування об'єкту</i>		
		70341	Юридичні			
		70342	Збір та оформлення пакетів документів по об'єктах нерухомості	703421		нерухомості в місті
7034	Додаткові послуги під час операцій з об'єктами нерухомості	70343	Консалтинг за іпотечним кредитуванням	703422		нерухомості за містом
		70344	Ремонтно-будівельні роботи та проекти			
		70345	Інші додаткові послуги			

та четвертий – для обліку доходів від надання додаткових послуг 7034 „Додаткові послуги під час операцій з об’єктами нерухомості”. Це дозволило забезпечити ту ж саму ступінь деталізації обліку від надання основних та додаткових послуг, проте не потребує відкриття субрахунків 4-го порядку. На наш погляд, такий варіант побудови аналітичного обліку доходів від надання ріелторських послуг є найбільш інформативним та водночас зручним для підприємства. Навіть за умов відкриття лише субрахунків 1-го порядку воно отримує можливість оцінювати структуру та динаміку доходів в розрізі основних видів операцій з нерухомістю. Відповідно, зможе визначити ті операції, що користуються найбільшим попитом на ринку нерухомості та забезпечують основний дохід підприємства, щоб в подальшому спрямовувати засилля та ресурси на розвиток послуг саме по цих операціях з об’єктами нерухомості.

Отже, з метою удосконалення обліку доходів підприємства з надання ріелторських послуг було обґрунтовано необхідність формування системи аналітичного обліку доходів та надано рекомендації щодо її побудови. Визначено два підходи до класифікації доходів підприємства від надання ріелторських послуг, на основі якої має бути побудований їх аналітичний облік. По-перше, це класифікація за видами діяльності згідно КВЕД. При цьому аналітичний облік може бути побудовано в розрізі видів об’єктів нерухомості (на субрахунках 1-го порядку) та видів операцій з нерухомістю (на субрахунках 2-го порядку), та навпаки. Причому другий варіант, на наш погляд, є більш доцільним. Проте, класифікація за КВЕД носить досить загальний характер та не враховує в повній мірі специфіки типових ріелторських послуг, що надаються.

Відтак було запропоновано побудову аналітичного обліку доходів з урахуванням типових операцій, угод, договорів що здійснюються при наданні ріелторських послуг. На основі їх дослідження була визначена класифікація доходів від надання ріелторських послуг за критеріями: значимість послуг (основні та додаткові), вид операції (послуги, договору), вид об’єкту нерухомості, категорія послуг. На основі визначеної класифікації запропоновано 2 варіанти побудови аналітичного обліку доходів від надання ріелторських послуг. Така орієнтація аналітичного обліку доходів надасть можливість належним чином здійснювати

управлінський облік таких доходів і отримувати відповідну оперативну інформацію для працівників апарату управління з метою прийняття ефективних управлінських рішень.

Література

1. Волощук Л.А. Финансовый анализ : [учебн. пособ.] / Л.А. Волощук, М.А. Юдин; [под ред. С.В. Филипповой]. – К.: Освіта України, 2012. – 328 с. (Гриф МОНМС України, лист № 1/11-11960 від 20.12.2011). Режим доступу: http://economics.opu.ua/naukova-baza/voloschuk_fin_analiz.pdf, <http://dspace.opu.ua/jspui/handle/123456789/6086>
2. Волощук Л.О. Теоретико-методологічні засади безпекоорієнтованого управління інноваційним розвитком промислового підприємства. дис. доктора екон. наук : 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Волощук Лідія Олександрівна. – Одеса, 2016. – 605 с. Режим доступу: http://economics.opu.ua/naukova-baza/voloschuk_dis.pdf
3. Інструкція «Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій» N 291 від 30.11.99 (зі змін. та доп.)

РОЗДІЛ 42

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту та інновацій,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Орлова Н.В.*

*магістр,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Гузь В.В.*

В сучасних умовах традиційні засоби забезпечення конкурентоспроможності підприємства вже не здатні гарантувати довгострокові переваги на ринку. Наприклад, економію на масштабі та вхідні бар'єри до галузей можна подолати за допомогою різних типів партнерства, унікальні продукти та технології з легкістю відтворюються конкурентами. Тому величезне значення для довгострокового збереження конкурентоспроможності підприємства набуває його унікальна система управління. Впровадження управлінських інновацій є, мабуть, єдиним засобом забезпечення неповторності та ефективності системи управління підприємством. Це зумовлено тим, що управлінські інновації носять індивідуальний характер для кожного підприємства.

Одним із стратегічних напрямків, а також чинником ефективного розвитку підприємства є зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД). З розширенням та активізацією ЗЕД особливо актуальною стає проблема побудови ефективної системи управління ЗЕД на підприємстві. Успіх діяльності підприємства все більше і більше залежить від того, наскільки добре організована його ЗЕД [1, с. 195].

Тісний взаємозв'язок конкурентоспроможності різних суб'єктів обумовлює значну залежність конкурентоспроможності підприємства

від конкурентоспроможності галузі та країни базування. Дослідження цього дозволило визначити та систематизувати сили, що впливають на формування конкурентоспроможності кожного з зазначених об'єктів [2, с. 121].

Пітер Друкер наголошує, що інновація – це особливий засіб підприємців, за допомогою якого вони досліджують зміни, що мають місце в економіці та суспільстві, з метою використання їх у бізнесі чи в різних сферах обслуговування. Інновація (новаторство) не стільки технічний, скільки економічний або соціальний термін [3, с. 41].

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [4].

Досвід зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств підтверджує необхідність урахування особливостей зовнішнього ринку. А це передусім урахування перспективної зміни попиту на продукцію та можливість зміни обсягу виробництва, коливання світових цін, зміну витрат на виробництво зі зміною обсягу випуску продукції.

На думку Ковтуна Е.О., основним напрямом підвищення ефективності імпортової діяльності для підприємств може стати визначення важелів впливу на споживчий попит. Із цією метою підприємствам варто проводити детальний аналіз споживчого попиту та уподобань споживачів для визначення ресурсів, необхідних для задоволення споживчого попиту, а також спрямувати інвестиції в різноманітні механізми управлінського обліку та контролю, які мають безпосередній вплив на задоволення споживчого попиту [5, с. 167].

З метою аналізу використання інноваційних підходів в зовнішньоекономічній діяльності підприємства ми обрали одну з провідних аграрних компаній України МПП «Фірма ЕРІДОН».

Перспективи розвитку галузі постачання насіння, мікродобрив та засобів захисту рослин пов'язані з посиленням комплексного розвитку ефективної зовнішньоекономічної діяльності, основними напрямками якого повинні стати структурна перебудова аграрного виробництва, поглиблення спеціалізації аграрних підприємств,

диверсифікація діяльності переробних підприємств, вільного руху ресурсів і товарів, формування ринкової інфраструктури, посилення екологічного спрямування сільськогосподарського виробництва, переходу до європейських стандартів якості та безпеки обробки земель мікродобривами. Зовнішньоекономічна діяльність в агрохімічному секторі може значною мірою сприяти впровадженню ефективних технологій, вирішенню гострої проблеми переоснащення переробної промисловості, нарощуванню потужностей підприємств зі зберігання сільськогосподарської продукції [6, с. 94].

Для визначення основних чинників транспортного обслуговування дистрибуції мікродобрив нами використано SWOT-аналіз, який базується на знаннях про стан та тенденції оточуючого середовища підприємства та про його внутрішні ресурси.

Після ретельного аналізу Підприємства вдалося скласти наступну характеристику:

Сильні Сторони (S)

Кількість працівників, зайнятих на транспортних роботах та обслуговуючого персоналу на один транспортний засіб, їх кваліфікація, організація матеріального та морального стимулювання їх праці.

Налагоджений дистрибуційний ланцюг (Постачальник – Дистрибуційний центр – Клієнт).

Управління узгодженою роботою логістичного комплексу, рухомого складу і вантажно-розвантажувальної техніки на території підприємства.

Просторове розміщення продукції на території складських приміщень.

Більш ніж 50 000 м² складських приміщень по території України.

Велика контактна база перевізників.

Слабкі Сторони (S)

Термін доставки може коливатися через погодні умови чи інші перешкоди.

Неконтрольована зміна цін на міжнародні вантажоперевезення.

Підбір оптимального транспортного парку для складських комплексів за вантажопідйомністю, видами робіт та класом вантажів.

Ймовірність перезавантаженості складських комплексів через надмірне накопичення продукції.

Поповнення складського та міжміського транспортного парку на основі закупівлі нової техніки за рахунок власних(чи залучених) коштів підприємства.

Своєчасність перевезення продукції від Постачальника до кінцевого пункту призначення в потрібному обсязі.

Наявність, розгалуженість, щільність та якість шляхової мережі у регіонах.

Можливості (О)

Мінімізація витрат на транспортне обслуговування.

Зменшення впливу ринку Автомобільних перевізників на вартість поставок.

Оптимізація роботи складських комплексів на прийомку та відвантаження продукції. Пріоритетна основа роботи: Just in time.

Можливість підвищення кваліфікації персоналу, зайнятого на транспортних роботах у навчальних закладах.

Просторова збалансованість між районами виробництва, переробки та споживання продукції.

Можливість поповнення або оновлення транспортного парку на основі закупівлі нової техніки за рахунок комерційних кредитів, фінансового лізингу, державних дотацій.

Своєчасність доставки мікродобрив на господарства та заготівельні пункти.

Загрози (Т)

Недостатньо якісна шляхова мережа на основних маршрутах поза межами господарств.

Зростання цін на сировинні ресурси та енергоресурси.

Залежність від кількості виданих пропусків на рік між країнами-учасницями.

Природне зменшення експорту до країн Бельгії/Голландії. Це призведе до різкого підвищення цін на імпортні поставки та нестачу автотранспорту взагалі.

Введення додаткового контролю митних органів до продукції: мікродобрива. Це негативно вплине на швидкість та вартість проходження митного оформлення.

Детальний опис характеристики транспортних потреб МПП «Фірма ЕРІДОН» чітко відображається у наведеному вище SWOT-аналізу.

Базуючись на цих даних ми розробимо систему підвищення ефективності функціонування даного комплексу на основі SWOT-матриці.

Для виявлення шляхів інноваційного розвитку ЗЕД Підприємства МПП «Фірма ЕРІДОН» ми використали один із інструментів стратегічного аналізу: SWOT-матрицю. Яка, в свою чергу, базується на SWOT-аналізі.

SO-програми (Сильні сторони та можливості)

Завдяки ефекту масштабу, більш ефективно задіяти вже існуючий комплекс складських приміщень (більш ніж 50 000 м² та 45 представництв по території України).

Здешевити витрати на логістику завдяки впровадженню альтернативних(інноваційних) шляхів транспортування вантажу.

Збільшити пропускну здатність дистрибуційного ланцюга, для задоволення попиту на продукцію.

Покращити якість персоналу, задіяного у транспортних та виробничих процесах за рахунок постійного підвищення рівня його кваліфікації.

Впровадити новітні технології у транспортні процеси за рахунок наявних та залучених фінансових ресурсів.

Придбати нову техніку за рахунок комерційних кредитів, фінансового лізингу, державних дотацій.

WO-програми (Слабкі сторони та можливості)

Зробити термін доставки більш контрольованим. А також зменшити кількість чинників, які мають вплив на його зміну.

Запровадити єдину цінову політику на перевезення для більш контрольованого прогнозування кінцевої собівартості продукції.

Розробити систему рівномірного розподілу продукції по всім складським приміщенням компанії.

Оновити транспортний парк з урахуванням властивостей вантажів та видів робіт або приведення наявних транспортних засобів у відповідність вимогам (наприклад, за рахунок нарощування бортів, використання змінних кузовів і т. д.).

Покращити технічний стан та підвищити надійність транспортних засобів за рахунок оновлення парку та покращення системи технічного обслуговування і ремонту, налагодження поставок необхідних запчастин.

Зменшити витрати пально-мастильних матеріалів та збільшити екологічну безпеку за рахунок електрифікації транспортних засобів на складських приміщеннях групи підприємств.

Збільшити своєчасність перевезень та, відповідно, зменшити відсоток відмов від кінцевих клієнтів через невчасне постачання мікро-добрив.

WT-програми (Сильні сторони та загрози)

Спроба фіксації вартості перевезень на довгостроковий період.

Зниження залежності від авто-трафіку експорт-імпорту з/на Бельгію/Голландію.

Мінімізувати швидкість та витрати на митне оформлення за рахунок гуртового розмитнення по єдиній декларації.

Зниження впливу зростання цін на сировинні ресурси та енергоносії за рахунок підвищення продуктивності праці, зменшенню кількості простоїв, непродуктивних витрат пального та часу, порожніх пробігів та використання нових ресурсозберігаючих технологій.

Зниження залежності від природних та погодно-кліматичних умов за рахунок використання нових видів транспорту та технологій.

Покращення якості доріг, зменшення використання транспорту в умовах бездоріжжя.

ST-програми (Слабкі сторони та загрози)

Впровадити інноваційну систему управління ЗЕД на підприємстві.

Мінімізувати вплив зовнішніх факторів на регулярність перевезень.

Підвищити якість транспортних робіт, що зменшить втрати часу та пально-мастильних матеріалів.

Впровадити на підприємствах системи бюджетів для забезпечення виконання запрограмованих заходів

Завдяки комплексному аналізу Підприємства, його сильних та слабких сторін, а також впливу навколишнього середовища, вдалося сформулювати програми розвитку, наведені вище. Більш детально пропонуємо розібрати реструктуризацію системи управління зовнішньо-економічною діяльністю на підприємстві.

Дослідженню реструктуризації систем управління і інноваційної діяльності підприємств присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних авторів, серед яких існує невелика кількість робіт, в яких реструктуризація та управлінські інновації розглядаються як взаємо-

пов'язані поняття. В останніх публікаціях на цю тему підкреслюється, що впровадження нових прогресивних методів та систем управління є невід'ємною складовою реструктуризації підприємств [7, с. 119].

На жаль, майже відсутні спеціальні дослідження з проблеми інтегрування системи управління ЗЕД в загальну систему управління підприємством, хоча система управління ЗЕД сама по собі може виступати як об'єкт управлінських інновацій.

Тому важливою є розробка пропозицій щодо реструктуризації системи управління ЗЕД на підприємстві, інтеграції ЗЕД в загальну систему управління підприємством на основі впровадження управлінських інновацій.

Система управління ЗЕД підприємства – це комплекс взаємопов'язаних та взаємозалежних елементів управління на підприємстві і власне зв'язків, які реалізують цілі підприємства на зовнішніх ринках, а також забезпечують розв'язання його проблем у сфері зовнішніх ринків та пов'язаних з ними.

Істотна відмінність реструктуризації від інших ринкових інструментів підвищення конкурентоспроможності полягає в тому, що реструктуризація – це комплексний і безперервний процес перетворення діяльності підприємства, направлений на формування і підтримку його конкурентних переваг у всіх сферах. Крім того, реструктуризація є високоефективним ринковим інструментом підвищення конкурентоспроможності компанії, оскільки вона дозволяє при мінімальних витратах досягнути істотного підвищення ефективності [8, с. 193].

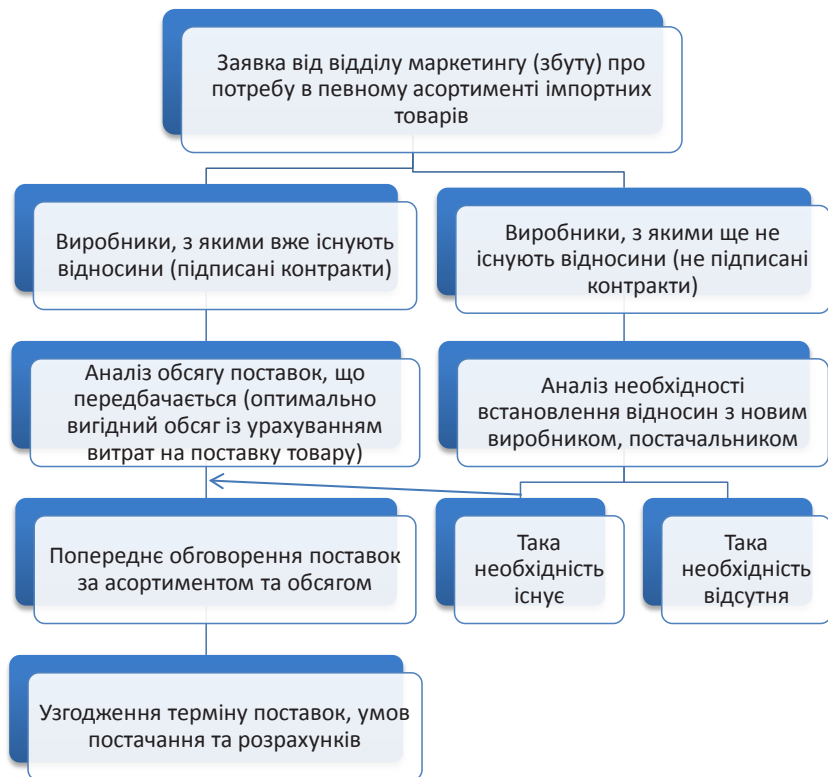
Система управління ЗЕД на обраному Підприємстві цілком залежить та базується на Відділу Логістики та Відділу Закупок. Треба відзначити, що на практиці присутній конфлікт інтересів між даними відділами. Так як менеджер з закупок обраного продукту особисто обумовлює питання його транспортування при підписанні контракту, базуючись на обраних умовах INCOTERMS-2010. В свою чергу, відповідального менеджера з логістики ставлять перед фактом, що потрібно транспортувати та за яких умов. Це обумовлено тим, що менеджер з логістики систематично займається операційною діяльністю, пов'язану з постійним контролем за автоперевезеннями.

Ця схема лишає підприємства без аналітичних здібностей відділу «Логістики». Вони, в свою чергу, могли б порадити найліпшу схему

транспортування продукції, для оптимізації часу на транспортування та витрат на логістику.

Як варіант оптимізації зовнішньоекономічної діяльності, нами запропоновано уніфіковану схему послідовності дій, які необхідні на тому чи іншому етапі її проведення. За структурою схема включає чотири головні етапи, кожний з яких регулює прийняття рішень на конкретних ланцюгах здійснення зовнішньоекономічної діяльності. (Схема 1).

ПЕРШИЙ ЕТАП. Підготовчий. Дії в межах підприємства (організації)



ДРУГИЙ ЕТАП. Узгоджувальний. Дії за межами підприємства (організації)

Узгодження з різними організаціями права й чинності ввезення товарів на територію України

ТРЕТІЙ ЕТАП. Митний. Дії на митниці



ЧЕТВЕРТИЙ ЕТАП. Заключний. Дії за межами підприємства (організації)

Інші дії після розмитнення та отримання дозволу на вільний обіг товарів

Вважається, що найвища позиція в бізнесі досягається не стільки компаніями, що зробили прорив в прикладних дослідженнях, скільки компаніями з високим рівнем професіоналізму і «ноу-хау» в області менеджменту. Не дивлячись на високі ризики проектів в області управлінських інновацій, вони є для компаній набагато дешевшими, ніж технологічні або продуктові інновації. Крім того, ключова роль управлінських інновацій в інноваційному процесі підприємства полягає в тому, що саме вони забезпечують настроювання системи менеджменту компанії на реалізацію нововведень решти всіх типів. Зрештою управлінські інновації з часом трансформують сам спосіб функціонування організації і ведуть до ефективних результатів. Таким чином, з одного боку, управлінські інновації є більш вигідними, ніж технічні та технологічні, тому що вони не потребують багато коштів та інвестицій. З іншого боку, реалізація управлінських інновацій є досить складною, оскільки вона пов'язана із зміною ділової культури, поведінки, звичок і представлень персоналу про управління та господарську діяльність компанії. Ризик від управлінських нововведень набагато більший, ніж від технічних, бо наслідки таких нововведень менш передбачувані, міра ухилень персоналу від нововведень дуже висока, ризик виникнення конфліктів також високий, оскільки нововведення стосуються інтересів персоналу.

Але, незважаючи на всі зазначені недоліки, впровадження управлінських інновацій є об'єктивною необхідністю, тому що саме вони несуть в собі непізнані ресурси та є джерелом так званого «управлінського прибутку» [9, с. 37]

Для впровадження та реалізації більшості вищенаведених SWOT-програм у дію, логістичний партнер обраного підприємства запро-

понував наступну схему логістики Мікродобрив з Бельгії/Голландії на Україну: Мультимодальне контейнерне перевезення, за участі: авто-/жд-транспорту та контейнерного судна.

Розглянемо її більш детально:

Sas van Gent, Netherlands / Moustier, Belgium – Rotterdam.

З Роттердаму подається пряма подача контейнеру до місця загрузки на автотранспорті для подальшого поверненню завантаженого контейнера та здачі в порт Роттердам. Транзитний час: 5-7 днів.

Rotterdam, Netherlands – Klaipeda, Lithuania.

Судоходна лінія організовує морський фрахт контейнера з порту Роттердам до морського терміналу ККТ у Клайпеді. Транзитний час: 1-2 дні.

Klaipeda, Lithuania – Київ-Ліскі, Україна.

Контейнер проходить внутрішньо-портове експедирування спеціалістами компанії Global Ocean Link Lithuania та відвантажується на швидкісному потягу «Вікінг» до терміналу Київ-Ліскі. Транзитний час: 7-10 днів.

Київ-Ліскі, Україна – Вишневе, Україна.

Митне оформлення, термінальна обробка контейнера та подальше його вивезення автотранспортом на склад МПП «Фірми ЕРІДОН» під Києвом. Транзитний час: 3-5 днів.

На перший погляд здається, що дана схема є більш складною та громіздкою ніж діюче перевезення автотранспортом. Однак на практиці дана схема не тільки не уступає автотранспорту у надійності, а й заощаджує понад 15 євро на тонні.

Також треба відзначити, що оптимізацією бізнес-процесів підприємства, пов'язаних з зовнішньоекономічною діяльністю, може займатися не тільки сам суб'єкт господарювання, а й держава. Одним з останніх нововведень було скорочення переліку документів, необхідних для митного оформлення.

Міністерство Фінансів України, у рамках системного реформування митниці, наказом від 16.03.2018 р. №368 оновило перелік документів, які необхідно подавати певному контролюючому органу для завершення відповідного виду державного контролю: санітарно-епідеміологічного, ветеринарно-санітарного, фітосанітарного, екологічного, радіологічного видів державного контролю.

Вагомі нововведення:

- Перелік документів диференційовано за видами товарів та напрямками їх переміщення (ввезення, вивезення, транзит).
- Обґрунтовані підстави для необхідності надання контролюючому органу певного документу (посилання на певний закон, постанову Уряду, наказ відповідного міністерства).
- Скорочено перелік документів, які необхідно подати для завершення екологічного контролю.

Таким чином, новий наказ спрощує ведення зовнішньоекономічної діяльності та прискорює процес взаємодії підприємств і органів державної влади, які здійснюють ті чи інші види державного контролю. «Для прикладу, за товарами, що являють собою небезпечні вантажі – скорочено кількість документів з 10-11 до 2-3, у разі якщо підприємством надана згода на передачу контролюючому органу відомостей, які зазначені в попередній або періодичній митній декларації (крім відомостей про вартість товарів)».

Для більшості підприємств України, включаючи імпоротно-орієнтовані, які намагаються покращити свої позиції в умовах жорсткої конкурентної боротьби на світовому ринку та мінливого бізнес-середовища, застосування оптимізації бізнес-процесів та їх автоматизація є найбільш вигідною. Оптимізація бізнес-процесів є стратегічним завданням підприємства, що забезпечить ефективність діяльності суб'єкта господарювання, сприятиме підвищенню продуктивності, а також зростанню якості продукції та послуг. Для досягнення максимальної якості бізнес-процесів імпоротно-орієнтованих підприємств України необхідно застосовувати такі методи оптимізації, які дозволять збалансувати, з одного боку, задоволеність споживачів та конкуренцію на ринку та, з іншого боку, показниками ефективності та результативності бізнес-процесів.

Література

1. Плешу Г. Управлінські інновації як головний чинник реструктуризації підприємств – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності / Г. Плешу, С.С. Шаповал, Г.С. Фоменко // Труды Одесского политехнического университета. – 2009. – №1 – С. 193-198.

2. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності / О.П. Гребельник, О.О. Романовський. – К.: Деміург, 2003. – 296 с.
3. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі / П. Друкер. – К.:Україна, 1994. – 319 с.
4. Закон України « Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 № 40-IV [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата 05.10.2018). – Назва з екрану.
5. Ковтун Е.О. Особливості використання логістичних рішень в управлінні збутовою діяльністю підприємств / Е.О. Ковтун, С.О. Козоріз, В.П. Собчук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – Вип. 6(1). – С. 166-169.
6. Крикунова В.М. Чинники, динаміка і структура зовнішньоторговельної діяльності підприємств України / В.М. Крикунова, С.В. Фомішин // Економічні інновації. – 2013. – С. 92–101.
7. Вірт-Кушнір, Л.І. Інноваційна складова реструктуризації промислових підприємств / Л.І. Вірт- Кушнір // Наук. пр. ДонНТУ. Серія: економічна. Вип. 80. – Донецьк, 2004. – С. 118-125.
8. Плешу Г. Управлінські інновації як головний чинник реструктуризації підприємств – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності / Г. Плешу, С.С. Шаповал, Г.С. Фоменко // Труды Одесского политехнического университета. – 2009. – №1 – С. 193-198.
9. Дружинин Е.С. Управленческие нововведения: неопознанные / Е.С. Дружинин // Управление персоналом. – 2000. – № 1. – С. 36-41.
10. Мінфін скоротив перелік документів, необхідних для завершення держконтролю на митниці [Електронний ресурс]: Дебет-Кредет. – 2018. – Режим доступу: <https://news.dtkk.ua/state/zed/47648>

РОЗДІЛ 43

ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖЕВОЇ КОНЦЕПЦІЇ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ТЕОРІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ

*д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки та підприємництва,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Горняк О.В.*

*аспірант,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Прокоф'єв О.А.*

Сучасна теорія організації, яка дуже динамічно розвивається, представляє собою сукупність різних концепцій, шкіл, підходів. До них відносяться, перш за все, теорії організаційної поведінки (organizational behavior) і теорії галузевої організації (industrial organization). Дані теорії трактують організацію як цілісну систему. Але цілісність і засоби її досягнення кожна концепція трактує по-своєму.

На нашу думку особливу увагу слід звернути на теорії організаційної поведінки. Поведінка – результат дій та взаємодій членів організацій між собою, а також організації з третіми особами. Серед різноманітних концепцій і підходів особливе значення мають такі як:

Теорія соціальних мереж

Організаційна екологія

Нова індустріальна економічна теорія

Теорія соціальних мереж (social network) – досліджує різні форми взаємодії між суб'єктами (окремими людьми та організаціями), виходячи з типології зв'язків, їх стійкості та впливу на поведінку даних суб'єктів. Дана теорія почала формуватись ще у 50-60 – і роки 20 ст. Її засновниками були соціологи і соціопсихологи, теорії та дослід-

ження яких були зорієнтовані на вивчення ролі людських взаємодій у тих чи інших організаціях та структурах.

Концептуальні засади теорії мереживого аналізу були обґрунтовані Джейкобом Морено, який ще в 1934р. опублікував книгу «Хто виживе? Основи соціометрії, групова терапія і соціодрама». Він запропонував не лише використання мережі в груповій психотерапії, але й ввів в оборот термін «соціограма» і розробив концепцію соціометрії [1]. Соціограма передбачає впорядкованість членів групи у просторі, кожен в ньому займав певну позицію, а вибори дій як позитивні, так і негативні позначалися стрілками. Даний підхід покладений в основу теорії графів при вивченні соціальних мереж.

В подальшому Алекс Бейвлас та Харольд Левітт запропонували трактувати мережу як сукупність позицій, а не індивідів, і їхня модель відносин між позиціями, яку вони отримали в ході експериментів, представляла собою основу або тип структури [2 і 3]. Зв'язки між позиціями – це потоки ресурсів. Сучасна трактовка соціальної мережі запропонована Дж. Мітчеллом [4].

Соціальна мережа – специфічна чисельність зв'язків між агентами всередині певної групи. Вона визначає соціальну поведінку учасників даної групи. Це означає, що вивчення будь-якої соціальної мережі передбачає виявлення її структури і зв'язків між учасниками, які спираються на вироблені ними норми і правила, а також процесів, що відбуваються в межах даної структури. В теорії соціальних мереж взаємодія і поведінка учасників у мережі визначається структурою і зв'язками.

М. Грановеттер визначає соціальну мережу як сукупність трьох складових: сукупність позицій, зв'язки (відносини) та потоки ресурсів. Крім того, важливу роль він відводить соціальному капіталу, який визначає як сукупність відносин і активів, розміщених у даній мережі. Дане визначення знаходиться в руслі теорії П. Будре, який вперше визначив дане поняття і провів його аналіз. Його визначення: соціальний капітал – це агрегація дійсних чи потенційних ресурсів, які включені у постійні мережеві чи більш-менш інституціоналізовані зв'язки взаємних зобов'язань або визнань. Мережі поділяються на міжособові та міжорганізаційні. Перші вивчаються соціологією та психологією, другі – економікою [5].

Врахування характеристик соціальних мереж при вивченні економічної діяльності було підтримано багатьма економістами різних напрямів. Міждисциплінарна теорія соціальних мереж розроблена С. Берновіцев, С. Вассерманом, Л. Фріменом, Д. Ноулом та багатьма іншими дослідниками.

Організаційна екологія (організаційна демографія, популяційна екологія) є теорією, яка також вивчає мережеву взаємодію. Вона виникла в 70-х роках 20 ст. як відповідь на теорію організаційної динаміки, але головну роль у розвитку організацій відводила менеджерам та їх стратегічним рішенням. Більш широку основу екологічного підходу складає еволюційна теорія, яка підкреслює історично зумовлений характер змін та розвитку.

Започаткувала даний напрям досліджень стаття М. Хеннана і Дж. Фрімена «Популяційна екологія організацій» [6], у якій організаційна екологія визначається як наука про динаміку організаційних співтовариств, яка досліджує конкурентне організаційне середовище і процеси, зв'язані з виникненням і ліквідацією фірм, з природним відбором на рівні організацій. Представники даної теорії використовують термінологію біології і проводять аналогію між процесами, що відбуваються в організаціях і в природі. При цьому акцентується увага на тому, що різноманітність організаційних форм, як у природі, так і в процесі ринкової конкуренції.

Однієї оптимальної організаційної форми не може бути, оскільки в різних умовах оптимальними будуть різні форми, тобто оптимізуючою силою є середовище. Пануючим є принцип колективної раціональності, який визначає індивідуальну раціональність. Стратегію фірм визначає не її менеджмент, а зовнішні чинники, швидкість і характер змін.

Даний підхід передбачає перенесення досліджень з рівня окремих організацій на рівень їх сукупності, популяцій. В популяції організації відносно схожі по типу і сприйняттю змін у середовищі, в якому вони функціонують. Розвиток окремої організації є інтерактивним і залежить від того, як пристосовуються до змін інші організації даних суміжних популяцій. Такий підхід вивчає не лише великі організації, але й сукупність малих і середніх підприємств.

Представники організаційної екології провели значні емпіричні дослідження, в результаті яких були вивчені різні форми взаємодії

організацій, в т.ч. і мережеві форми. Організаційна екологія розвивала ідею про те, що кожна популяція фірм на ринку займає свою нішу, яка визначається комбінацією ресурсів різного рівня, в якій та чи інша може відтворюватись завдяки конкурентним перевагам популяцій у порівнянні з іншими популяціями. У зв'язку з цим у сфері досліджень з'являються проблеми конкуренції між популяціями і співтовариствами популяцій (альянс проти альянсу).

Теоретики організаційної екології ввели в науковий оборот поняття структурної інтеграції. Вона притаманна більшості організацій і визначається фіксованим набором дій (по анатомії з генотипом у живій природі) і характеристиками, що вмонтовані в них з моменту історії їх виникнення. Структурна інерція формується під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників. Внутрішні – це інвестиції у специфічні активи та навички, обмежені можливості збору і обробки даних, внутрішньо організаційний розподіл ресурсів, встановлені в організації норми. Зовнішні чинники проявляються в діях адміністративних і фінансових бар'єрів входу на ринок і виходу з нього, тиск з боку інших організацій, що мають схожу структуру, проблеми легітимізації організаційних форм [7].

В сучасній економічній теорії даний підхід можна розглядати як один із проявів залежності від попереднього розвитку, де різноманітність траєкторії розвитку в майбутньому залежить від того стану, в якому знаходиться організація на попередніх, більш ранніх етапах свого розвитку. В даному контексті організаційна екологія тісно переплітається з інституціональним підходом.

Нова інституціональна економічна теорія – напрям економічної теорії, який вивчає вплив інститутів та їх взаємодії на економіку і суспільство в цілому. Початок розвитку даного напрямку було покладено Р. Коузом у статті «Природа фірми» [8]. В ній загальноприйнятий погляд на фірму як неділиму одиницю був відкинутий. Обґрунтовувалось, що фірми (організації) є економічними агентами, що мають складну внутрішню структуру та індивідуальні риси, а не є елементом ринкового механізму, як трактували фірму неокласики. Специфіка внутрішньої побудови та індивідуальність визначають позицію фірми в галузі, наявність конкурентних переваг, в галузі, наявність конкурентних переваг, ринкової влади, мотивів до співробітництва з іншими фірмами.

Р. Коуз вважав, що фірма і ринок – альтернативні механізми управління господарською діяльністю, критерієм відбору між ними є величина трансакційних витрат. В теорії трансакційних витрат фірма забезпечує економію витрат на пошук інформації, специфікацію прав власності, укладання контрактів та контролю за їх виконанням.

В подальшому роботи О.Е. Вільямсона відіграли визначальну роль у розвитку даної теорії. Спираючись на ідею обмеженої раціональності, обґрунтовану Г. Саймоном, О.Е. Вільямсон висунув сукупність передумов, таких як специфічність активів, опортуністична поведінка, наявність «провалів» ринку, які викликані опортунізмом економічних агентів, що переслідують свої власні інтереси. Це дозволило провести порівняльний аналіз економічної ефективності різних організаційних форм [9].

Представники нової інституційної економічної теорії, таким чином, зосередили свої дослідження на аналізі фірм як суб'єктів економічної активності, на визначенні чинників, які забезпечують переваги організації господарської діяльності шляхом внутрішньо фірмових операцій порівняно з їх організацією через ринкові угоди. Але досить швидко виявилось, що в дихотомію «фірма-ринок» вписуються не всі явища сучасної реальної економіки. Виявлену проблему першими почали вирішувати в межах інституціонального підходу А. Алґіан, Х. Демсець, О.Е. Вільямсон, які акцентували увагу на аналізі контрактних взаємодій, на їх структуризації як всередині фірми, так і між фірмами. Залежно від тривалості координації дій економічних агентів укладаються різні типи контрактів – класичний, неокласичний та відносницький.

Використання контрактного підходу як методологічного принципу аналізу економічної організації є важливим кроком для аналізу як фірми, так і інших форм організації господарської діяльності, в тому числі і стійких форм кооперації економічних агентів, яка не завжди передбачає використання грошових зобов'язань, а використовує такі механізми як розкриття інформації, відкрите обговорення проблем, приватний порядок вирішення конфліктних ситуацій. Таким чином, контрактні відносини – більш широке поняття, ніж сукупність укладених угод в межах ринку чи фірми. У зв'язку з цим О.Е. Вільямсон ввів поняття координуючих структур і визначив їх як інституціональні

способи організацій трансакцій, виділивши ринковий, ієрархічний і проміжний способи організацій. Кожну трансакцію характеризують три виміри – невизначеність, частота здійснення і ступінь специфічності інвестицій і активів, які впливають на вибір адекватного типу контракту класичного, неокласичного чи відносницькою. Залежно від їх співвідношення координуючі структури поділяються на три класи (групи):

Ринкова координація здійснення класичних контрактів

Трьохстороння координація неокласичних контрактів

Відносницька контракція, яка представлена двох-сторонньою координацією через обов'язкові контракти, тобто перехід до координації трансакцій всередині організації.

Такий поділ можна покласти в основу розуміння мережі як механізму координації. При цьому є два підходи в розумінні координуючих структур. Перший представлений в роботах О.Е. Вільямсона, який вважає, що ринок та ієрархія – це дві головні альтернативні координуючі структури, а інші – це гібрид ринку та ієрархії, змішані форми, що визначаються деякою проміжною ступінню взаємозалежності їх учасників. Змішана модель розглядається на прикладі парних відносин франчайзингу і спільних підприємств. Другий підхід розробляється В. Тамбовцевим та іншими вченими, які вважають, що існують такі самостійні механізми координації як ринок, ієрархія і мережа, кожен з яких однозначно характеризується набором критеріїв – тип базового контракту, характеристики предметів обміну, тип механізму спонукання до виконання контрактів, доступність контрактацій, рівень захищеності прав власності на предмети обміну, спосіб координації дій по розподілу і визначенню напрямків використання ресурсів, стимули до ефективного використання ресурсів, інтенсивність регулювання взаємодій.

О.Е. Вільямсон вважає, що альтернативні структури управління відрізняються використанням інструментів стимулювання і контролю, а також здатністю до адаптації. В 30-х роках 20 ст. Ч. Бернارد писав про проблему адаптації як про головну, центральну проблему економічної організації. Він трактував її як кооперативну адаптацію свідомого цілеспрямованого типу, що стало поворотним пунктом в розвитку теорії організацій. Ф. Хайєр віддавав перевагу спонтанній адаптації через ринкові механізми.

Г. Річардсон розробив ресурсний підхід [10] до аналізу фірми і вважав, що при виборі між ринком і фірмою вирішальним є потенційні здібності здійснювати ті чи інші види діяльності з максимальним прибутком. Він виділяє два стандартні способи координації господарської діяльності – ієрархічний та стихійний – і доповнює їх третім, який заснований на кооперативних взаємодіях фірм. На відміну від О.Е. Вільямсона, який трактує спосіб координації як змішану, гібридну структуру, Г. Річардсон виділяє її як особливий, окремий механізм координації.

Теорія мереж бере свої витoki з теорії соціальних мереж, теорії органічної екології та нової інституціональної економічної теорії. Існує ще один блок теорій, які необхідно враховувати при вивченні міжорганізаційних мереж. Це – теорії стратегічного управління, які представляють собою сукупність різних концепцій і шкіл, які досліджують природу і механізми формування конкурентних переваг організацій, що забезпечують їм привласнення економічних вигод, до яких не мають доступу конкуренти. Міжорганізаційні мережі також створюють такі конкурентні переваги за рахунок механізмів координації. За останні десятиліття сформувалася мережева концепція стратегічного управління, яку поруч з концепціями стратегії як революції Г. Хамела та К. Прахалада [11], «підривних технологій» К. Крістенсена [12] і динамічних здібностей Д. Тіса, Г. Пізано та Е. Шусна [13], слід визнати одним із головних напрямків сучасної парадигми теорії стратегічного менеджменту.

Названі концепції базуються на концепціях та методології, закладених на початку 60-х років 20 ст. А. Чандлером, К. Ендрюсом та І. Ансоффом [14; 15; 16]. А. Чандлер обґрунтував стратегію як встановлення головних довгострокових цілей і задач підприємства, розробку програми дій і розподілу ресурсів для їх досягнення, К. Ендрюс висунув ідею про те, що економічна стратегія – це встановлення відповідності між характеристиками фірми (її сильними і слабкими сторонами) та ринковими можливостями, завдяки чому вона успішно адаптується до зовнішнього середовища І. Ансофф створив школу планування, яка хоч і не витримала перевірку часом, але теоретичні постулати якої стали фундаментом сучасної теорії стратегії фірми.

В контексті даної навчальної дисципліни слід розглядати сучасний етап розвитку теорії стратегічного управління і мережеву концепцію стратегічного управління. Мережі підприємств не є новим феноменом. Економічна історія вивчає такі явища 18 ст. як купець-координатор і навіть більш раннього періоду – Ганзейський союз міст тощо. Важливе значення має також аналіз внутрішньо-фірмових мережевих структур, які свідчать про децентралізацію великих компаній. Формами цих структур є створення центрів прибутку в багатонаціональних та транснаціональних компаніях, використання матричних структур, у яких організація робіт підрозділів будується по проектному принципу.

Починаючи з 70-х років 20 ст., розвиток мережевих структур визначається загостренням конкуренції на галузевих ринках і її переміщення на глобальний рівень, ускладнення виробничої та комерційний рівень, ускладнення виробничої та комерційної діяльності компаній, високий рівень невизначеності їх зовнішнього середовища, зростання ролі інформації як важливого ресурсу, підвищення значення фактору часу, зростання кількості товару і послуг при одночасному скороченні їх життєвих циклів і зростанні темпів інновацій. Разом з технологічними змінами це суттєво вплинуло на співвідношення рівнів трансакційних витрат, які формуються в процесі реалізації різних форм координації, і відродило мережевий спосіб взаємодії економічних агентів. Його обґрунтування в нових умовах було здійснено в багатьох працях таких відомих економістів як К. Імаї, Х. Ітамі, Р. Майлз, Г. Тореллі, Ч. Сноу, які розкрили закономірності розвитку і основні характеристики мережевих міжфірмових структур у контексті бізнес-стратегій. У березні 1986р. журнал «BusinessWeek» був присвячений «пустотілій кооперації» (hollowcorporation) [17].

В результаті інтерес до проблематики мереж різко зростає. Відтоді кількість робіт по мережах різко зросла, тематики і підходи дуже різноманітні, тому Р. Осборн і Дж. Хачедорн запропонували згрупувати їх по групах: роботи з економічної теорії, роботи з корпоративних стратегій і роботи з міжорганізаційних відносин. У сучасних умовах така класифікація є дещо застарілою, оскільки названі напрями вже тісно переплетені між собою, тому більш актуальною є класифікація В. Катънало, який усю наукову літературу з проблем мереж пропонує

поділити на такі напрями: неекономічні трактовки мереж, мережева структура як нова організаційна форма і мережевий підхід у маркетингу. Неекономічні трактовки мереж були розглянуті в першому питанні лекції (соціологія, антропологія, психологія про мереживі взаємодії). Розглянемо два останніх підходи.

Мережева структура як нова організаційна форма

Даний підхід започаткували Р. Майлз та Ч. Сноу [18], які трактували мережеві структури на початку 90-х років 20ст. як стратегічне організаційне рішення. Міжфірмові мережі вони вважали новим етапом у розвитку організаційних структур управління, які починалися з лінійної, функціональної, лінійно-функціональної, а потім продовжили свій розвиток у дивізійній та матричній і завершуються новим етапом і новою організаційною структурою – мережевою. Її головною особливістю, на думку Р. Майлза та Ч. Сноу, є те, що місце їх виникнення – глобальні турбулентні ринки, а механізм функціонування – агрегування фірмою – брокером тимчасових структур, які передбачають обмін інформацією між учасниками на основі довіри та координації. Важливою відмінністю мережевих структур є також використання колективних активів економічних агентів, які розташовані на різних стадіях ланцюжка створення цінності, в той час як в традиційній схемі всі активи зосереджуються в межах однієї організації або ексклюзивного контракту.

Мережевий підхід у маркетингу почала розвивати в 70-х роках 20 ст. група вчених Європи, які заснували міжнародне товариство IMP Group (IndustriasMarketingandPurchasingGroup), що до тепер продовжує відігравати провідну роль у дослідженні мережевих взаємодій. IMP розвиває ідею про роль взаємовідносин у поясненні поведінки організацій. Першим їх дослідженням було дослідження взаємовідносин у промислових ланцюжках поставок у Європі. В подальшому були досліджені природа міжфірмових відносин і відносин у мережах компаній. Дослідники IMP головну увагу зосередили не на операційних складових маркетингу, а на побудові клієнтоорієнтованої управлінської моделі, що започаткувало нову дослідницьку платформу – маркетинг взаємовідносин. Дана концепція передбачає вивчення і обґрунтування стратегій управління постачальниками внутрішньофірмового маркетингу; різноманітних відносин у каналах дистрибуції, безпосередніх

форм і методів комунікацій з кінцевим споживачем на всіх ринках, а не лише споживацьких.

Слід мати на увазі, що, не дивлячись на відмінності підходів до дослідження мереж, вони не протистоять один одному, а взаємно доповнюють один одного і взаємопроникають і збагачують. Вивчення мережевої взаємодії компаній – це сфера міждисциплінарного характеру досліджень, який передбачає обмін ідеями та взаємне збагачення різних дослідницьких програм і платформ.

Література

1. Moreno G.L. Sociometry, Experimental Method and Science of Society. N.Y.: Beacon Science, 1951.
2. Bavelas A. A Mathematical Model for Group Structures // Applied Anthropology. 1948. No. 7(3).
3. Leavitt H.J. Some Effects of Certain Communication Patterns on Group Performance // Journal of Abnormal and Social Psychology. 1951. Vol. 46. No. 1.
4. Mitchell J.C. The Concept and Use of Social Networks // Social Networks in Urban Situation / ed. by Bisevain and Mitchell, 1949.
5. Granovetter M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness // American Journal of Sociology. 1985. Vol. 91. No. 3.
6. Hannan M., Freeman J. The Population Ecology of Organizations // American Journal of Sociology. 1977. Vol. 82. No. 5.
7. Stinchcombe A.L. Social Structure and Organizations / (ed.) J. March. Handbook of Organizations: Chicago, IL: Rand McNally, 1965. P. 142-193.
8. Коу Р. Природа фирмы. Вехи экономической мысли, Т. 2. Теория фирмы. Санкт-Петербург. Экономическая школа. 1999. – С. 11-32.
9. Вілямсон О.Е. Економічні інституції капіталізму, фірми, маркетинг, укладання контрактів. Київ. АртЕк. 2001.
10. Richardson G.B. The Organization of Industry // Economic Journal. 1972. Vol. 82. September.
11. Hamel G. Strategy as Revolution. Harvard Business Review, 74 (4): 69-82; Hamel G. Leading the Revolution. Plume: N.Y., 2002; Хамел Г., Прахлад К.К. Конкурируя за будущее. М.: Олимп-Бизнес, 2002.
12. Кристенсен К.М. Динамика инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.

13. Teece D.J., Pisano G. Shuen A. Dynamic Capabilities and Strategic Management // Strategic Management Journal. 1997. Vol. 18. No. 7. P. 509-533.
14. Chandler A.D. Strategy and Structure. Cambridge, MA, 1962.
15. Andrews K.R. The Concept of Corporate Strategy. Homewood, IL, 1972.
16. Ansoff I. Corporate Strategy: An Analytical Approach to Business Policy for Growth and Expansion. N.Y., 1965.
17. Шерешева М.Ю. Формы организации сетевого взаимодействия компаний. Москва. Издат. дом Госуд. ун-та ВШЭ. 2010.
18. Miles R.F., Snow C.C., Network Organizations: New Concepts for New Forms // California Management Review. 1986. Vol. 28. No. 3.

РОЗДІЛ 44

ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПЕРСОНАЛУ З УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

*д.е.н., професор,
директор Інституту бізнесу, економіки
та інформаційних технологій
Одеський національний політехнічний університет
Філіппова С.В.*

*к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту
Одеський національний політехнічний університет
Черкасова С.О.*

В сучасних умовах інноваційної економіки постають якісно нові вимоги до управлінського персоналу, актуалізуючи необхідність у більш високій якості їхньої праці, у володінні комплексом відповідних управлінських компетенцій і професійно значущих психологічних якостей та здатностей. На сьогоднішній день в умовах сучасного ринку праці потрібен компетентний фахівець з управління, готовий до системної самоосвіти, здатний до активних управлінських дій щодо самостійного прийняття управлінських рішень, аналізу та проектування професійної управлінської діяльності.

Виходячи з того, що сучасне управління персоналом являється одним із стрижневих бізнес-процесів підприємств, загальний успіх їхньої діяльності багато в чому визначається ефективністю вирішення цілого комплексу проблем, пов'язаних з пошуком, відбором, наймом, навчанням, оцінкою та стимулюванням працівників, зокрема задіяних

в системі управління підприємств. Отже, роль компетентності управлінських кадрів постійно зростає, набуваючи стратегічного значення, оскільки вона стає вирішальною у підвищенні ефективності господарської діяльності підприємств, а для працівників – основним чинником конкурентоспроможності на ринку праці.

Отже, якісне управління системою фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання вимагає певного рівня професійної компетентності персоналу щодо протидії та ймовірності загроз і ризиків, підтримки достатнього рівня фінансово-економічної безпеки, ресурсного забезпечення та відповідальності за виконання відповідних заходів. При цьому компетентність як характеристика фахівців, їх здатностей до ефективної професійної діяльності закладено в основу компетентнісно-орієнтованого підходу в управлінні, теоретико-методологічні засади якого дуже активно досліджуються зарубіжними та вітчизняними науковцями різних галузей суспільних наук.

Дослідженню різних аспектів використання компетентнісно-орієнтованого підходу в управлінні та освіті наукові праці присвятили такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Д. Бертрам, Д. Кембелл, Г. Хамел, К. Прохалад, Р. Уайт, І. Андреева, В. Байденко, Н. Бібік, А. Бермус, Р. Гуревич, Л. Довгань, І. Зимня, С. Калашнікова, Н. Кузьміна, Н. Нагорна, О. Овчарук, А. Хуторський.

Разом з тим, серед науковців досі триває дискусія щодо визначення змісту й суті понять “компетенція” та “компетентність”, встановлення їх складових елементів та співвідношення. Це вимагає проведення подальших наукових досліджень з питань термінології, вивчення зарубіжного досвіду використання компетентнісно-орієнтованого підходу в управлінні та освіті, впровадження цього підходу в сфері управління системою фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання, що робить обраний напрям наукового дослідження актуальним й перспективним.

Отже, ключовими складовими поняттями в компетентнісно-орієнтованому підході виступають поняття “компетенція” та “компетентність”.

Компетенція – це особиста характеристика людини, що визначає її поведінку й впливає на рівень виконання певної, у тому числі професійної діяльності [6]. При цьому сутність визначення компетенції роз-

кривається через поняття “знання”, “уміння”, “навички”, “отриманий досвід” і здібності, які надбано і розвинуто завдяки навчанню. Також вона ототожнюється з колом питань, в яких людина добре обізнана [7].

Компетентність – це здатність людини ефективно виконувати певну, у тому числі професійну діяльність. Вона являється результатом набуття компетенцій. Компетентність має складовий елемент готовності до виконання поставленої задачі, а також включає в своє поняття елементи особистісних характеристик людини (мобільності, ініціативності й тощо) [8].

При цьому основне завдання компетентнісно-орієнтованого підходу в управлінні полягає в тому, щоб навчити працівника управляти власними знаннями, навичками і вміннями, тобто вміти самонавчатися і само розвиватися. Ще однією його відмінною особливістю являється те, що для опису компетенцій використовуються різні характеристики, тобто прояв в поведінці знань, навичок і якостей, за якими можна визначити наявність компетенції працівника. Одночасно вони описують конкретні прояви професіоналізму співробітника при виконанні робочих завдань [12].

Побудова функцій управління персоналом на основі компетентнісно-орієнтованого підходу в управлінні сприяє не тільки реалізації бізнес-стратегії розвитку підприємства, а також активізує саморозвиток і самоорганізацію персоналу, оскільки саме активна участь в процесах поліпшення діяльності підприємства неможлива без залучення працівників до самостійного пошуку, розвитку знань та індивідуальних здібностей [13].

Компетентнісно-орієнтований підхід до навчання ґрунтується на уявленнях про компетентність як загальну здатність особистості, надпредметне утворення, як інтегрований результат навчання, пов’язаний з умінням використовувати знання та власний досвід у конкретних життєвих ситуаціях [2].

Компетентнісно-орієнтований підхід в освіті ґрунтується на міждисциплінарних, інтегрованих вимогах до результату освітнього процесу [1].

Він характеризує спрямованість освітнього процесу на формування та розвиток ключових (соціальних і особистісних) і професійних компетенцій особистості. При цьому компетенція включає в себе знання

й розуміння (теоретичне знання академічної області, здатність знати й розуміти), знання як діяти (практичне й оперативне застосування знань до конкретних ситуацій), знання як бути (цінності як невід’ємна частина способу сприйняття й життя з іншими в соціальному контексті) [5].

Таким чином, в умовах інноваційної економіки, коли здійснюється кардинальна зміна економічного та технологічного укладів під впливом прискореного розвитку технологій і супутніх соціальних змін, життєвий цикл професій скорочується. У цій ситуації більш осмисленим представляється не прогнозування конкретних професій кадрів, зокрема в сфері управління, а формування набору навиків, з отриманням яких робітники зможуть закріпитися в тій чи іншій сфері діяльності в майбутньому, набуваючи готовність до подальшого перенавчання за рахунок розвитку існуючих знань і використання індивідуальних здібностей [14].

Зокрема, засновник і президент Всесвітнього економічного форуму Клаус Мартін Шваб у своїй доповіді 20 січня 2016 року у Давосі детально зупинився на ідеї четвертої промислової революції. На його думку, в найближчому майбутньому очікуються наймасштабні та найскладніші зміни на ринку світової праці, оскільки у довгостроковій перспективі очікується революційний прорив в ефективності та продуктивності праці й зростання мирової економіки, але вже в короткостроковій – ці ж саме чинники зростання можуть стати основною причиною істотного дисбалансу в світовій економіці, поглиблюючи нерівність і провокуючи ризик глобального структурного безробіття.

Відповідно, вже в найближчим часом прогнозується поява нових категорій професій, які змінять старі. Але, найголовнішою подією стане відповідна зміна переліку навичок, потрібних, як в нових, так і старих професіях. Це пояснюється тим, що саме навички, а не просто ключові професійні компетенції (шаблони), почнуть отримувати ключову роль в питанні впливу на усі сфери економіки. У списку перших місць інструментів виживання отримують навіть не чинники нових професій в сфері глобальної цифрової економіки, а саме чинник спеціальних навичок (див. табл. 1).

Отже, наведені в табл. 1 навички, які будуть актуальні для реалізації успішної кар’єри в 2020 році визначають ключові компетенції, які набувають статусу найважливіших для досягнення успіху в бізнесу

в найближчому майбутньому. Зміни в списку пріоритетів обумовлені результатами розуміння напряму майбутніх змін в бізнес-середовищі, оскільки в майбутньому конкурентні переваги та лідерство організаціям забезпечать саме когнітивні (ментальні) компетенції їх персоналу, а саме навички їх мислення та творчі здібності, від яких залежить можливість ефективно адаптуватися до змін.

Усі ці зміни в списку пріоритетів формують виникнення нової моделі навиків персоналу, задіяного в різних сферах бізнес-середовища, що забезпечують конкурентні переваги та лідерство. У сучасній управлінській теорії навички персоналу прийнято умовно розділяти на “м’які” і “жорсткі” (hard skills, soft skills) [11].

Таблиця 1. Навички, які були актуальні для успішної кар’єри в 2015 році та які будуть важливі в 2020 році [9]

Навички, які актуальні для реалізації успішної кар’єри	
2015 рік	2020 рік
1. Комплексне рішення проблем	1. Комплексне рішення проблем
2. Координація дій з іншими	2. Критичне мислення
3. Управління людьми	3. Креативність
4. Критичне мислення	4. Управління людьми
5. Взаємодія, ведення переговорів	5. Координація дій з іншими
6. Контроль якості	6. Емоційний інтелект
7. Сервіс-орієнтація (клієнтоорієнтованість)	7. Складання суджень (експертна оцінка) і ухвалення рішень
8. Складання суджень (експертна оцінка) і ухвалення рішень	8. Сервіс-орієнтація (клієнтоорієнтованість)
9. Активне слухання	9. Взаємодія, ведення переговорів
10. Креативність	10. Когнітивна гнучкість

Під жорсткими навичками розуміють здатність працювати з технікою і виконувати конкретну роботу, результат якої перевіряється та вимірюється. До м’яких навичок відносяться навички, прояв яких складно відстежити, перевірити і наочно продемонструвати, наприклад, управління часом і здатність ефективно взаємодіяти з людьми. На відміну від жорстких навичок з їх вузькою сферою застосування м’які навички застосовуються в широких контекстах і не обмежуються професійною діяльністю [3].

Більшість існуючих моделей опису професійних компетенцій можна представити у вигляді двошарової матрьошки. Усередині (чи в основі компетенції) знаходяться “жорсткі” навички, а зовні, в якості доповнюючих, модифікуючих та посилюючих основні навички знаходяться “м’які” навички. Передбачається, що множина жорстких навичок – це власне професійна діяльність людини, а м’які навички як би обрамляють цю діяльність, надаючи їй додаткові якості [9].

При цьому здатність досягати успіху в різних контекстах залежить не лише від “м’яких” і “жорстких” навичок, але і в першу чергу від фундаментальних аспектів людської особистості, які визначають, її як людину, що живе і діє [10]. Ці властивості, зазвичай вважаються природженими або сформованими в дуже ранньому віці; проте досягнення сучасної психотерапії і практик (класичний психоаналіз, екзистенційна психотерапія, роджеріанська психотерапія, гештальт-терапія, когнітивна терапія, реалістична терапія), що пов’язані з розвитком людського потенціалу, вказують на те, що деякі навіть фундаментальні властивості (наприклад, установка на розвиток або оптимізм) можуть бути придбані або змінені у будь-якому віці.

Таким чином, розподіл навичок на “м’які” і “жорсткі” являється досить умовним, а поняття “м’які” навички виникли у зв’язку з необхідністю відмітити навички особливої якості, що відрізняються від навичок з жорстко заданою послідовністю дій і вимірюваним результатом, у тому числі професійних навичок роботи з технічним устаткуванням. Це важливий крок, який дозволив звернути увагу на соціальну і емоційну частину освітнього процесу, та дозволяє повною мірою розкрити індивідуальний потенціал кожної людини і колективний потенціал людства (див. табл. 2).

Таким чином, визначені базові ключові компетенції (навички успіху в майбутньому) персоналу в умовах інноваційної економіки можна класифікувати на чотири групи:

1. Контекстні або вузькоспеціальні навички (“жорсткі” навички) – це навички, які розвиваються та застосовуються в конкретному контексті. Це можуть бути професійні навички, фізичні навички або соціальні навички.

2. Кросконтекстні навички – навички, які можуть бути застосовні в сферах соціальної або особистої діяльності, наприклад навички читання, тайм-менеджменту, навички роботи в команді й тощо.

Таблиця 2. Трансформація ключових компетенцій (базових навичок успіху) персоналу в умовах інноваційної економіки (систематизовано на підставі [3, 4, 9, 14, 16])

Навички	Зміст	Основні чинники, що обумовлюють необхідність навичку
1. Концентрація й управління увагою	Ці навички необхідні, щоб справлятися з інформаційним перевантаженням, управляти складною технікою	1. Глобалізація; 2. Екологізація; 3. Демографічні зміни; 4. Мережеве суспільство; 5. Цифровізація економіки; 6. Автоматизація та роботизація; 7. Прискорення швидкості змін
2. Емоційна грамотність (емоційний інтелект)	Розуміння власних емоцій, емпатія, співчуття допоможуть зберегти себе і взаємодіяти з іншими	1. Глобалізація; 2. Екологізація; 3. Демографічні зміни; 4. Прискорення швидкості змін
3. Цифрова грамотність (медіаграмотність, інформаційна гігієна)	Здатність працювати в цифровому середовищі	1. Мережеве суспільство; 2. Цифровізація економіки; 3. Автоматизація та роботизація; 4. Прискорення швидкості змін
4. Креативність, творчість, вміння приймати нестандартні рішення	При автоматизації рутинної діяльності виникає необхідність мислити нестандартно та створювати нові способи та форми	1. Глобалізація; 2. Екологізація; 3. Демографічні зміни; 4. Мережеве суспільство; 5. Цифровізація економіки; 6. Автоматизація та роботизація; 7. Прискорення швидкості змін
5. Екологічне мислення	Розуміти взаємозв'язки в світу, усвідомлювати свою діяльність в контексті усієї екосистеми, підтримувати еволюційні процеси	1. Глобалізація; 2. Екологізація; 3. Демографічні зміни; 4. Прискорення швидкості змін
6. Кроскультурність	Усвідомлювати відмінності різних (суб) культур за рахунок розриву поколінь	1. Демографічні зміни; 2. Прискорення швидкості змін

Навички	Зміст	Основні чинники, що обумовлюють необхідність навичку
7. Здатність до (само) навчання	У світі, що швидко змінюється, персоналу доведеться продовжувати навчання впродовж усього життя, іноді самостійно освоюючи нові навички	<ol style="list-style-type: none"> 1. Глобалізація; 2. Екологізація; 3. Демографічні зміни; 4. Мережеве суспільство; 5. Цифровізація економіки; 6. Автоматизація та роботизація; 7. Прискорення швидкості змін
8. Кооперативність	Уміння вирішувати нестандартні завдання в кооперації	<ol style="list-style-type: none"> 1. Глобалізація; 2. Екологізація; 3. Демографічні зміни; 4. Мережеве суспільство; 5. Цифровізація економіки; 6. Автоматизація та роботизація; 7. Прискорення швидкості змін
9. Критичне мислення	Складний ментальний процес, який починається із залучення інформації і закінчується прийняттям рішення в рамках способу мислення, при якому людина ставить під сумнів інформацію, що надходить і навіть власні переконання	<ol style="list-style-type: none"> 1. Глобалізація; 2. Екологізація; 3. Демографічні зміни; 4. Мережеве суспільство; 5. Цифровізація економіки; 6. Автоматизація та роботизація; 7. Прискорення швидкості змін
10. Когнітивна гнучкість (гнучкість розуму)	Здатність розуму швидко перемикатися з однієї думки на іншу, а також обмірковувати декілька речей одночасно	<ol style="list-style-type: none"> 1. Глобалізація; 2. Екологізація; 3. Демографічні зміни; 4. Мережеве суспільство; 5. Цифровізація економіки; 6. Автоматизація та роботизація; 7. Прискорення швидкості змін

3. Метанавички – це навички, які надають змогу управляти базовими навичками в умовах непередбачуваних обставин та підтримують професійну ідентичність.

4. Екзистенціальні навички – це навички, які можуть бути універсально застосовні упродовж усього життя і в різних життєвих контекстах. Вони включають вміння формулювати цілі та досягати їх (сила волі), самосвідомість/здатність до саморефлексії (усвідомленість, метапізнання), здатність навчатися /перенавчатися (саморозвиток).

Отже, в сучасних умовах інноваційної економіки та поточних умовах ринку праці необхідні компетентні фахівці, здатні до системної самоосвіти, активних дій щодо самостійного прийняття управлінських рішень, аналізу та проектування професійної діяльності. Суттєвим чином це стосується персоналу, що задіяний в управлінні процесом забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств. Компетентність як характеристика фахівців, їх здатності до ефективної професійної діяльності набула статусу основи компетентнісно-орієнтованого підходу в управлінні та освіті. Основний аспект розвитку цього поняття пов'язаний і з розширенням спектру складників компетентності за рахунок введення додаткових компетенцій у структуру професійних складників, важливих для системи управління, а сама компетентність розглядається як цілісне особистісне утворення, що характеризується низкою професійних ознак.

У процесі формування професійної компетентності персоналу, що задіяний в управлінні процесом забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств необхідно враховувати комплекс ключових компетенцій щодо здійснення відповідних професійних завдань з виконання специфічних функцій управління (обліково-аналітичної, проектної, організаційної, контрольної, експлуатаційно-технологічної, інформаційної, планової та прогностичної функцій), а також враховувати трансформацію цих ключових управлінських компетенцій в умовах майбутніх інноваційних змін [16].

При цьому ключові управлінські компетенції надають можливість одержання в конкурентній боротьбі якісних та кількісних переваг з метою підвищення ефективності потенційних можливостей (внутрішніх здатностей і ресурсів). Саме цей вплив підпадає під управлінський моніторинг фінансово-економічної безпеки підприємства, основною метою якого є моніторинг і подальше оцінювання компетентності

управлінського персоналу, що задіяний в управлінні процесом забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств. При цьому управлінські компетенції відповідного персоналу слід визначити як чинник формування конкурентної стратегії забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств в рамках зміцнення їх конкурентної позиції на ринку, виконання дій якої обумовлює розвиток (підтримку) стійких конкурентних переваг, а також дозволяє оцінити внутрішні можливості підприємств і їхньої здатності до подальшого розвитку [15].

Таким чином, процес формування ключових компетенцій (базових навичок успіху) персоналу, що задіяний в управлінні процесом забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств в умовах інноваційної економіки має відбуватися на основі компетентнісно-орієнтованого підходу в управлінні та освіті з дотриманням принципів, які сприятимуть формуванню критичного мислення та здатності до аналітичної діяльності, самостійного розв'язання реальних професійних ситуацій і проблем, а саме: принципів гуманізму, суб'єктності й толерантності, доступності, практичної спрямованості, професійної співпраці, прогностичності, інноваційності, орієнтації підготовки на індивідуальність, пізнавальні, професійні інтереси та творчий потенціал персоналу.

Саме критичне мислення та здатність до аналітичної діяльності набувають особливого значення в переліку ключових компетенцій (базових навичок успіху) персоналу, що задіяний в управлінні процесом забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств в умовах інноваційної економіки.

Критичне мислення (рефлексивне мислення) являє собою систему суджень, яка використовується для аналізу події і формулювання обґрунтованих висновків. Критичне мислення дозволяє виносити об'єктивну оцінку, надавати правильні інтерпретації, а також коректним чином застосовувати отримані результати до аналізу проблем і поточної ситуації [3].

Прийнято виділяти наступні ознаки (поведінкові індикатори) критичного мислення:

- а) правильно організована пам'ять (збереження і відтворення інформації);
- б) володіння мовою як інструментом мислення;
- в) навички отримання сенсу з інформації;

- г) уміння робити логічним чином правильні судження;
- д) уміння аналізувати й оцінювати аргументи;
- е) уміння формувати та перевіряти гіпотези;
- ж) уміння формувати судження про невизначеність і вірогідність;
- з) дотримуватися дисципліни в прийнятті рішень;
- и) навички вирішення чітко і нечітко поставлених завдань.

Управлінському персоналу, задіяному в процесі забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств в умовах інноваційної економіки критичне мислення надасть можливість визначати ключові виклики, що стоять перед системою управління, об'єктивно та комплексно аналізувати проблеми, формувати оптимальні стратегії реагування. Крім того, критичне мислення пов'язано з рефлексією, що являє собою спосіб зрозуміти, що завжди є не одне, а декілька пояснень певного факту.

Слід також зауважити, що без навичок критичного мислення неможливо уявити собі сучасного лідера. Здатність критично сприймати та самостійно оцінювати інформацію лежить в основі правильного прийняття рішень та формування ефективних стратегій розвитку на всіх рівнях – від особистого до загальнодержавного та глобального. Критичне мислення є найважливішим вмінням лідерів, воно являє собою здатність:

- а) чітко та раціонально мислити;
- б) знати, що робити, і у що вірити;
- в) розуміти логічні зв'язки між ідеями;
- г) ідентифікувати, будувати та оцінювати аргументи;
- д) виявляти невідповідності та загальні помилки в міркуваннях;
- е) систематично вирішувати проблеми;
- ж) визначати актуальність та важливість ідей;
- з) обґрунтовувати власні вірування й цінності [4].

Здатність до аналітичної діяльності персоналу, що задіяний в управлінні процесом забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств в умовах інноваційної економіки визначається обґрунтуванням:

- а) необхідності та ефективності управлінських рішень та їх відбору;
- б) інтелектуального забезпечення оцінювання, без якого неможлива не тільки управлінська, але й будь-яка інша діяльність в рамках забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств;
- в) необхідності підвищення ефективності управління за рахунок експертизи не тільки управлінських рішень, але й законодавчих і

нормативно-правових актів, концепцій реформ, проектів, пропозицій і рекомендацій. Завдання аналітичної діяльності тут полягає у з'ясуванні обґрунтованості, відповідності нормам запропонованого для експертизи матеріалу, осмислення позитивних і негативних наслідків їх практичної реалізації [16].

Таким чином, на основі аналізу особливостей формування компетентності персоналу, що задіяний в управлінні процесом забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств в умовах інноваційної економіки виокремлено їхні професійні функції (фінансово-економічну, інформаційно-аналітичну, дослідницьку й організаційно-управлінську). Професійна діяльність цього персоналу пов'язана з виконанням функціональних завдань, що стосуються аналізу та прогнозування можливих загроз фінансово-економічної безпеки підприємств, вивчення ризиків і результатів фінансово-економічної діяльності, фінансових та інформаційних потоків, ситуацій на ринку конкурентів, їхньої організаційно-економічної й інтелектуально-кадрової політики.

Визначено, що в умовах інноваційної економіки, кардинальних змін економічного та технологічного укладів під впливом прискороного розвитку технологій і супутніх соціальних змін, життєвий цикл професій скорочується та змінюються пріоритети формування ключових компетенцій (базових навичок успіху) персоналу, задіяного в різних сферах управління, зокрема в сфері управління процесом забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств, що забезпечують його конкурентні переваги та лідерство.

При цьому зазначено, що процес формування ключових компетенцій (базових навичок успіху) персоналу, що задіяний в управлінні процесом забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств в умовах інноваційної економіки має відбуватися на основі компетентнісно-орієнтованого підходу в управлінні та освіті з дотриманням принципів, які сприятимуть формуванню критичного мислення та здатності до аналітичної діяльності, самостійного розв'язання реальних професійних ситуацій і проблем, а саме: принципів гуманізму, суб'єктності й толерантності, доступності, практичної спрямованості, професійної співпраці, прогностичності, інноваційності, орієнтації підготовки на індивідуальність, пізнавальні, професійні інтереси та

творчий потенціал персоналу. Саме критичне мислення та здатність до аналітичної діяльності набувають особливого значення в переліку ключових компетенцій (базових навичок успіху) персоналу в майбутньому, а розглядання проблемних аспектів щодо визначення їх змісту, взаємозв'язку та ролі в процесі рефлексивного управління й феномену лідерства можна визначити в якості перспектив подальших досліджень з визначеної наукової тематики.

Література

1. Бібік Н.М. Компетентнісний підхід: рефлексивний аналіз застосування / Н.М. Бібік // Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи. – К. : “К.І.С.”, 2004. – С. 47-52.
2. Головань М. С. Компетенція і компетентність: досвід теорії, теорія досвіду / М. С. Головань // Вища освіта України. – 2008. – № 3. – С. 23-30.
3. Грищенко І.М. Впровадження лідерства в систему місцевого самоврядування України / І.М. Грищенко // Науковий вісник АМУ: зб. наук. пр. – К.: [б.в.], 2014. – Вип. 2/2014. – С. 275-278.
4. Данілова Т.В. Світоглядні аспекти феномену лідерства: до постановки проблеми/ Т.В. Данілова, Г.О. Салата // *Trajectoriâ Nauki = Path of Science*. – 2017. – Vol. 3, № 11. – С. 3001-3004.
5. Калашнікова С.А. Запровадження інноваційних підходів до підвищення кваліфікації керівників навчальних закладів: досвід Київського міського педагогічного університету імені Б. Д. Грінченка / С. А. Калашнікова, І.О.Линьова // Педагогічна освіта: теорія і практика. Педагогіка. Психологія: [зб. наук. пр.] – К. : КМПУ, 2009. – № 12(2). – С. 32-40.
6. Кожушко С.П. Сутність та структура феномену “компетентність майбутнього фахівця у здійсненні професійної взаємодії” / С.П. Кожушко // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Педагогіка, психологія, філософія. – 2014. – Вип. 199(2). – С. 150-157. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnauc_ped_2014_199%282%29_25
7. Лейко С.В. Поняття “компетенція” та “компетентність”: теоретичний аналіз / С. В. Лейко // Педагогічний процес: теорія і практика. – 2013. – Вип. 4. – С. 128-135.
8. Леонтян М. А. Поняття “компетенція” і “компетентність” у теорії освіти / М. А. Леонтян // Наукові праці [Чорноморського державного

- університету імені Петра Могили комплексу “Кієво-Могилянська академія”]. Сер. : Педагогіка. – 2012. – Т. 188, Вип. 176. – С. 73-75. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchduped_2012_188_176_18
9. Навьки будущего. Что нужно знать и уметь в новом сложном мире. // Доклад экспертов Global Education Futures и WorldSkills Russia о навыках, которые понадобятся человеку в будущем [Е. Лошкарева, П. Лукша, И.Ниненко, И. Смагин, Д. Судаков]. – Режим доступу: http://futuref.org/futureskills_ru
 10. Овчарук О. В. Компетентності як ключ до оновлення змісту освіти / О. В. Овчарук // Стратегія реформування освіти в Україні: Рекомендації з освітньої політики. – К. : К.І.С., 2003. – 296 с.
 11. Приймак В. І. Модель професійних компетенцій сучасного менеджера / В. І. Приймак // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2012. – Вип. 137. – С. 49-52. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2012_137_14
 12. Синиченко А.В. Компетентнісний підхід як сучасна парадигма управління персоналом / А.В. Синиченко // Финансы, учет, банки. – 2016. – Вып. 1. – С. 288-294. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fub_2016_1_32
 13. Ситник Н.І. Компетентнісний підхід в управлінні людськими ресурсами / Н.І.Ситник // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – Менеджмент організацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economy.kpi.ua/ru/taxonomy/term/700>.
 14. Смарт-промисловість в епоху цифрової економіки: перспективи, напрями і механізми розвитку : монографія / [В.П. Вишневський, О.В. Вієцька, О.М. Гаркушенко, С.І. Князєв, О.В. Лях, В.Д. Чекіна, Д.Ю. Череватський]; за ред. акад. НАН України В.П. Вишневського; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Київ, 2018. – 192 с.
 15. Черкасова С.О. Проблемні аспекти оцінювання компетентності персоналу, що задіяний в процесі забезпечення економічної безпеки промислових підприємств / С.О. Черкасова // Економіка: реалії часу і перспективи : матеріали II Міжнарод. наук.-практ. конф., 7-11 верес. 2015 р. – Одеса, 2015. – С. 240-241.
 16. Яцик М. Р. Формування професійної компетентності майбутніх магістрів з менеджменту економічної безпеки у процесі фахової підготовки / Дисертація на здобуття наук. ступ. к.пед.н. 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти. – Хмельницький, 2016. – 298 с.

РОЗДІЛ 45

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРИ ФОРМУВАННІ СТРУКТУРИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ДЛЯ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*к.е.н., доцент,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Гоголь М.М.*

Розробка системи управлінського обліку підприємства безпосередньо залежить від його організаційної структури. Враховуючи специфіку діяльності сучасних підприємств, а також їх ієрархічну розгалуженість доцільним для них є розробка системи управлінського обліку, що є поєднанням маркетингових, комерційних, трансакційних і інших витрат в єдиній обліковій базі при формуванні звітності вищому керівництву чи керівникам підрозділів. Тобто сучасна система обліку поєднує в собі усі види обліку підприємства, а до її переваг можемо віднести:

- відсутність повторювання даних за господарськими операціями в різних системах обліку, що запобігає різній результативності однакових розрахункових показників;
- завдяки єдиній інформаційній базі облікової системи формується систематичність, достовірність, відповідність і порівнянність даних обліку;
- економія ресурсів на додаткових фахівцях з ведення однакових видів обліку по різних підрозділах ієрархії структури.
- оптимізація документообігу, формування єдиної за вимогами управлінської звітності.

Розглядаючи розробку проектної структури управлінського обліку необхідно звернути увагу на найпоширеніші підходи управління проєктами, що дозволить обрати вірний напрямок подальшої методології

управління при формуванні умов управлінського обліку на сучасних підприємствах.

У світі існує немало підходів до управління проектами, деякі з них користуються попитом, а деякі навпаки зникають, так і не довівши свою ефективність. Розглянемо найпоширеніші з них:

1. На сьогодні є недостатньо відомим логіко-структурний підхід в управлінні проектами. Засновником даного підходу, наприкінці 60-х років, виступає Агентство Міжнародного розвитку США. Логіко-структурний підхід (ЛСП) є досить ефективним при плануванні проектів та управлінні ними, це є цілісна методологія, що включає сучасні методи та постійно їх коригує відповідно змін розвитку проекту. ЛСП виконується поетапно і включає такі етапів:

- аналіз зацікавлених сторін (ідентифікація фізичних осіб та організацій інтереси яких проект може зачепити);
- аналіз проблем (визначення причин виникнення, побудова дерева проблем);
- аналіз цілей (поєднання цілей в групі та визначення стратегії проекту);
- формування припущень і факторів ризику (визначення умов, що можуть впливати на реалізацію проекту, а контролю менеджменту проекту не піддаються);
- створення логіко-структурної схеми проекту (встановлення поступовості та взаємозв'язків між усіма етапами проекту, зазначення їх прогнозного часу виконання, розподіл обов'язків);
- вдосконалення розробки проекту (на основі логіко-структурної схеми можна проектувати подальшу вдосконалену структуру проекту);
- створення системи управління проектом (формується лише на початкових стадіях життєвого циклу проекту);
- план розрахункових витрат на реалізацію проекту (зазначення необхідних ресурсів, підготовка деталізованої структури витрат).

Логіко-структурний підхід широко використовується в розвинутих країнах світу.

2. Enterprise Project Structure (EPS) або як його інакше називають структурований перелік проектів, або проектна структура управління підприємством показує співвідношення та склад зв'язків проектів, що існують та діють на підприємстві.

Тобто будь-який проект вищого рівня певним чином реалізує проект нижчого рівня і навпаки, кожен проект нижчого рівня безпосередньо пов'язаний відносинами з проектами вищого рівня.

3. Процесо-орієнтований підхід розглядає розвиток и реалізацію проекту як одно форматного процесу (спланованого ланцюга дій). Сконцентрована увага на процесі дозволяє визначити необхідні ресурси для його реалізації, сформулювати напрямлення вдосконалення проекту, визначити необхідні для цього методи і підходи, скласти план перебудови проекту та впровадити його в життя.

4. Системний підхід, особливістю даного підходу є те, що після побудови структурної моделі проекту можна побудувати системну модель проекту. Такий підхід дозволяє формувати задачу управління декількома проектами одночасно в рамках однієї організації, не залежно від того на якій стадії буде знаходитись кожен з проектів.

Отже, розглянувши використання методології управління проектами потрібно відмітити, що її проявом в організації бізнесу стає процесний підхід. Процесний підхід в управлінні – це методологія управління заснована на логічній організації цілісної сукупності управлінських дій без будь-яких структурних та субординаційних обмежень. Основними положеннями процесного підходу можна вважати:

- відмова від пріоритету структури в організації господарської діяльності;
- систематична ідентифікація та управління використовуваними організацією процесами і перш за все, забезпечення їх взаємодії;
- облік тенденцій самоорганізації.

Методологія проектного менеджменту передбачає процесний підхід. Процесний підхід в управлінні заснований на концепції, згідно якої управління це безперервна серія взаємопов'язаних дій чи функцій, що не спираються на організаційну структуру.

Ми можемо, розглядати сучасні підприємства, як сукупність різних потоків робіт (виробництво, надання послуг, управління, реалізація продукції і ін.) – бізнес-процесів і в цьому випадку вона буде представлена динамічною системою з своїми входами й виходами. Зовнішні входи та виходи, забезпечуючи зв'язок з зовнішнім середовищем, визначають межі основних бізнес-процесів (бізнес процеси першого порядку). Разом з цим всередині організації повинні існувати

потоки робіт, що забезпечують основні бізнес процеси (бізнес-процеси другого, третього і т.д. порядку). Вони також мають свої межі, входи та виходи, а сама організація перетворюється в систему прийняття рішень. Функціонування кожного елементу бізнес-поточку забезпечується групою спеціалістів, розуміючих значення своєї роботи для організації в цілому. При цьому посада керівника не є обов'язковим атрибутом управління в групі.

В термінології процесного підходу виробничий процес представляє собою цілісну сукупність основних, допоміжних та обслуговуючих процесів праці та природних процесів, котрі взаємопов'язані між собою і в результаті яких вихідні матеріали перетворюються в готові вироби. Основним вихідним матеріалом є природні ресурси (відтворювані чи не відтворювані). Відповідний продукт, отриманий в процесі такого виробництва, є матеріальним. Але на вхід виробничої системи поступає не лише речовина, а також енергія та інформація. На її виході – перетворена речовина (продукція та відходи), перетворена енергія (наприклад, електрична перетворюється в теплову) і перетворюється інформація.

Виходячи з вище зазначеного можна відмітити, що інформація також представляє собою виробничий ресурс, значення якого підвищується на якісно новий рівень, перш за все в тому випадку, коли метою виробничої системи стає виробництво інформаційного продукту, як наприклад, в системі управлінського обліку – управлінська звітність. В цьому випадку інформаційний ресурс є унікальним видом ресурсів (поруч з матеріальними, енергетичними, трудовими), котрий тим швидше росте, чим більше його використовують.

Основною передумовою впровадження системи управлінського обліку є облік витрат чи калькулювання собівартості продукції. Процес калькулювання безпосередньо залежить від групування витрат, що і впливає на величину собівартості і розподіл витрат. При цьому, витрати звичайної діяльності виникають у зв'язку із здійсненням операційної, фінансової та інвестиційної діяльності.

Формування витрат за місцями виникнення набуло розвитку в двадцятому столітті з метою калькулювання. Місцями виникнення витрат на сучасних підприємствах можна назвати підрозділи (цехи, ділянки, тощо) у яких проходять процеси планування, обліку, контролю та управління виробничими витратами.

Вважаємо за доцільне зазначити, що на виробничих та переробних підприємствах місце виникнення затрат – це сфера відповідальності пов'язана саме при створенні продукції, обслуговуванні виробництва і його управління. Тобто, в сучасних підприємствах до них можна віднести окремі види виробництв: основне, допоміжне, підсобне і ін., а також структурні підрозділи: цехи, дільниці, майстерні. Розглянемо виникнення витрат у сучасному підприємстві на рис. 1.

Отже, групування витрат за виробничими підрозділами надає можливість запобігти неконтрольованому використанню витрат, а відповідальність за їх використання та кількість закріпити за конкретними керівниками.

У міру стабілізації розвитку економіки України в цілому і її аграрного сектора зокрема особливої значущості набувають проблеми, пов'язані з обґрунтуванням оптимальних параметрів розвитку виробництва, що забезпечують стійке економічне зростання на регіональному рівні.

У нинішньому стані української економіки забезпечити економічну ефективність сучасного підприємства можливо лише за умови його стійкості до впливу внутрішніх і зовнішніх факторів.

Тому впровадження системи управлінського обліку необхідно також враховувати позиції регулювання стійкості підприємства, що можливо відтворити за допомогою розвитку процесу самоорганізації

Рациональний масштаб виробництва визначається фізичними обмеженнями ресурсів і можливостями підприємства по їх поповненню і відтворенню.

Оптимальна пропорція чинників виробництва можлива завжди, оскільки чинники доступні тільки в дискретних «порціях», але вона може бути досягнута тільки в тому випадку, якщо сумарна кількість використовуваних ресурсів достатньо велика.

Неефективність маломасштабного виробництва витікає з неможливості отримання ефективних кількостей недостатньо ділимого чинника. При абсолютній подільності чинників їх оптимальна комбінація може бути знайдена для будь-якого масштабу виробництва.

Отже, економія в результаті ефекту масштабу відбувається із-за явищ неподільності, аналогічно перевитрата, пов'язана з ефектом

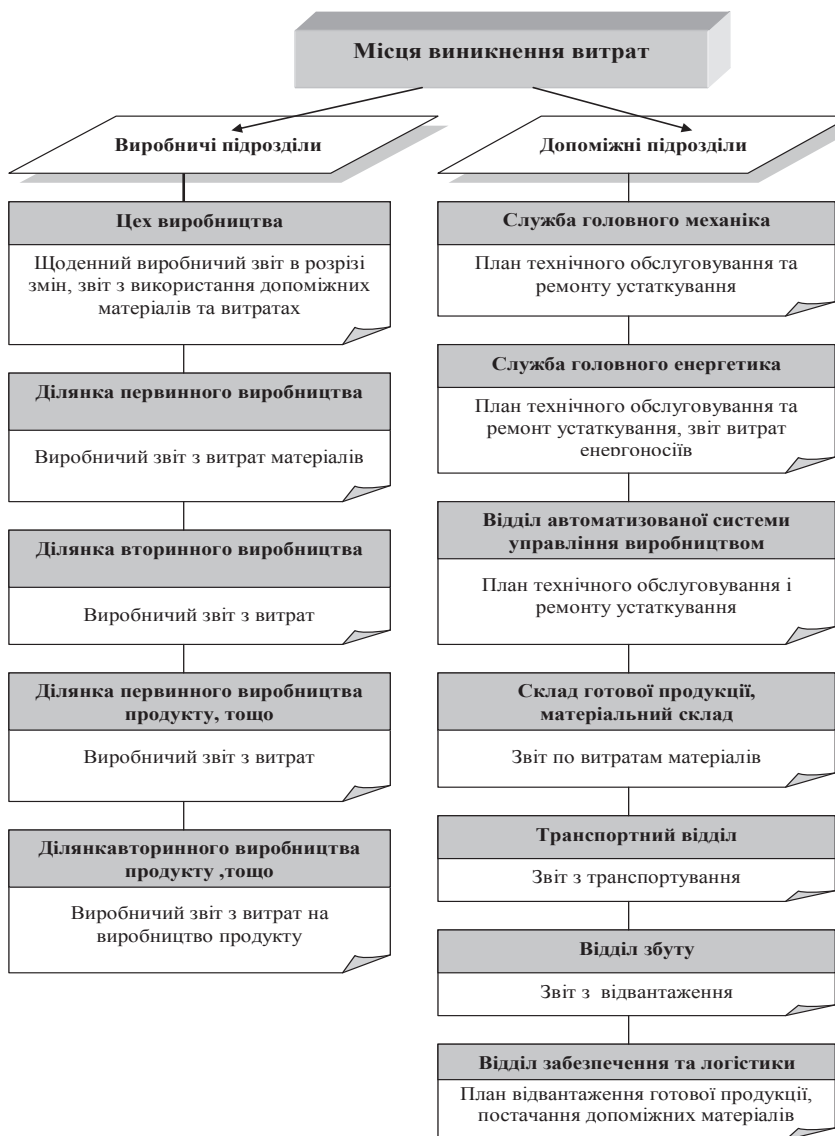


Рис. 1. Схема технологічних, обслуговуючих і умовних місць виникнення витрат при виробництві продукції

масштабу і пояснюється існуванням такого неподільного чинника, як управлінська координація.

Між підрозділами в межах одного сучасного підприємства здійснюється обмін продукцією (сировиною, матеріалами особливо коли відбувається виробництво продукції, і кожен центр вносить свою частину завершеності її до готової продукції. Такий процес потребує єдиної ціни на продукцію, що переміщується за підрозділами. У 80-х роках більшість підприємств використовували так звані внутрішньогосподарські ціни. Уся вище згадана інформація дає можливість зробити висновок, що на сучасних підприємствах дійсно є необхідність встановлення трансфертних цін на основі ціни ринкової.

Можна їх визначати на основі витрат:

– щоб оцінити супутню та побічну продукцію, що використовується для подальшого здійснення процесу виробництва;

На основі ринкової ціни:

– оцінює готовий товар, який виділяється для внутрішніх потреб при здійсненні виробничої діяльності

Використання трансфертних цін на сучасних підприємствах дасть змогу:

- 1) встановлювати дійсну собівартість продукції;
- 2) здійснювати контроль змінних витрат за технологією виробництва продукції;
- 3) швидко реагувати при прийнятті рішень маючи достатню інформованість трансфертних цін.

Визначення трансфертної ціни доцільно здійснювати у відділах управлінського обліку, комерції, маркетингу підприємств. На рис. 2 проілюстровано взаємодію структурних підрозділів сучасного підприємства. На сьогодні для вирішення такої проблеми необхідно при бюджетуванні використовувати комп'ютерні програми, що ґрунтуються на планово-бухгалтерських налаштуваннях.

Величина поточних витрат сучасного підприємства буде визначатись постатейно. Витрати на обслуговування ресурсів, повернутих для інвестування в оборотні кошти, включаються в обмеження за поточними витратами у вигляді відсотків за банківський кредит. Погашення відсотків за використання інвестиційних ресурсів, направлених на придбання основних засобів, здійснюється за рахунок

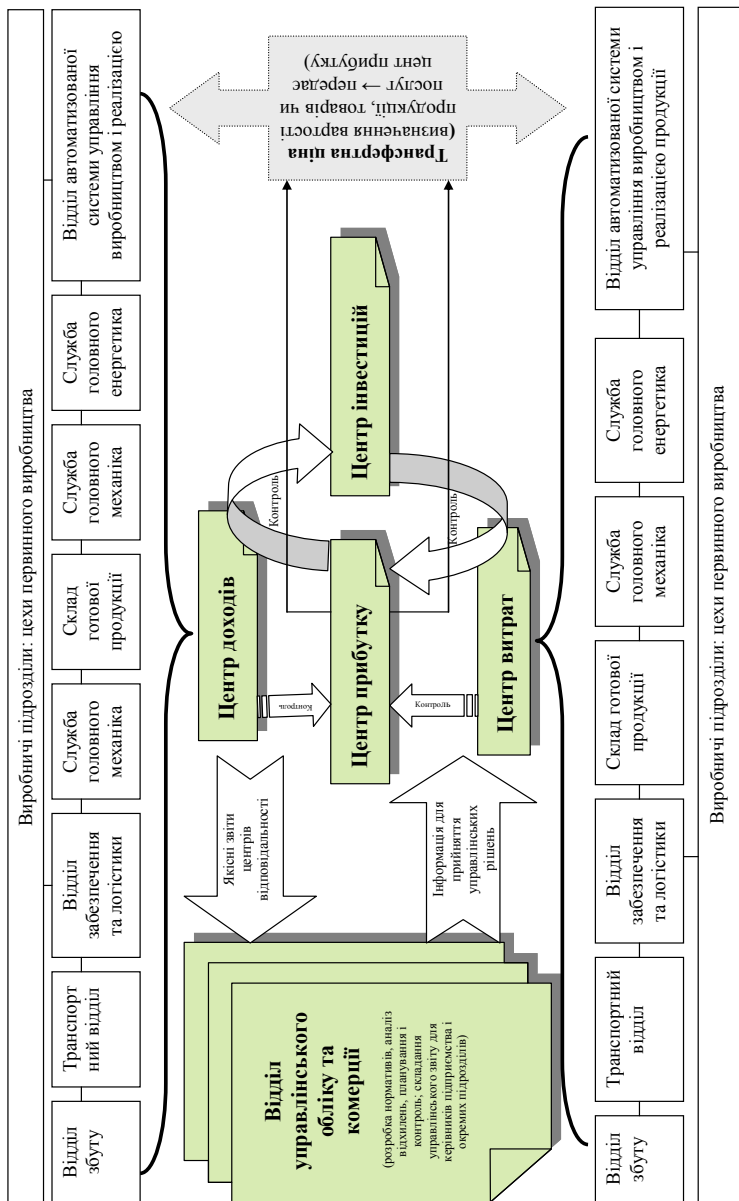


Рис. 2. Рекомендована схема взаємозв'язку центрів відповідальності та управлінського відділу на сучасних підприємствах

прибутку даної компанії. Передбачається, що система стратегічного управління витратами є результатом злиття трьох концепцій і має на увазі ланцюжок цінностей:

- аналіз стратегічного позиціонування;
- аналіз витратообразуючих чинників.

Цей підхід гармонізується з концепцією створення можливих регіональних кластерів, оскільки в умовах глобалізації економіки головним суб'єктом стають мезоекономічні структури.

Розглянемо стратегічне управління витратами з урахуванням кластерної природи конкурентоздатних виробництв. Прозорість і безперервний характер взаємодій при отриманні ресурсів виробництва на сучасних підприємствах може привести до нижчої вартості операцій.

В даний час знос основних виробничих засобів на невеликих підприємствах досягає до 70% і більш, тому необхідні серйозні реальні програми технологічної модернізації виробництва. Вони повинні розглядатися підприємствами, як найбільш важливий внутрішній чинник довгострокового розвитку, тому підхід до розуміння мікро- і мезоекономічних процесів може стати аналітичним інструментом для побудови інноваційної системи організації, управління сучасним підприємством. Проблема зростання витрат на відтворення потужностей має об'єктивну основу, але від стану ресурсної бази виробників залежить випуск продукції.

Розвиваючи стратегічний облік потрібно рекомендувати сучасним підприємствам створювати ефективну систему мотивації персоналу, що пов'язує особисті інтереси співробітників з інтересами підприємства, це безумовно позитивно позначиться на економічних результатах підприємства.

ДЛЯ НОТАТОК

Наукове видання

**ІННОВАЦІЙНА ЕКОНОМІКА:
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ**

Міжуніверситетська колективна монографія

Випуск 3

**Технічний редактор
к.е.н., доц. Мазур О.Є.**

Верстка – Н.М. Ковальчук

Підписано до друку 30.11.2018 р. Формат 60х84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.
Умовно-друк. арк. 36,04. Тираж 300. Замовлення № 2712м-41.
Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавництво та друк: «ОЛДІ-ПЛЮС»
73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а
E-mail: office@oldiplus.com
Свід. ХС No 2 від 16.08.2000 р.