НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ “ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА”
Інститут економіки та менеджменту
Кафедра менеджменту організацій

Рада молодих вчених

ГРОМАДСЬКА АКАДЕМІЯ НАУК,
РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА

ЛЬВІВСЬКА ОБЛАСНА РАДА

ЛЬВІВСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ В УКРАЇНІ:
НАЛАГОДЖЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ УЧАСНИКАМИ

MANAGEMENT OF INNOVATION PROCESS IN UKRAINE:
ESTABLISHING INTERACTION BETWEEN PARTICIPANTS

MIPU-2014

до 170-річчя
Національного університету
«Львівська політехніка»
та 70-річчя кафедри менеджменту організацій

22–23 травня 2014 р.

Львів
Видавництво Львівської політехніки
2014

УДК 330.341.1:658.589
ББК 49(4Укр)-55
П 781

П 781 **Тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції «Управління інноваційним процесом в Україні: налагодження взаємодії між учасниками».** – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – Електронне видання на CD-ROM.

ISBN 978-617-607-589-9

У збірнику подано тези доповідей та виступів на V міжнародній науково-практичній конференції. У рамках проведення ювілейної конференції, яка традиційно присвячена проблемам управління інноваційним процесом в Україні, коло тематичних дискусійних напрямів було сформовано навколо комплексного завдання налагодження взаємодії між учасниками інноваційної діяльності. Тематика конференції охоплює дослідження та обґрунтовує напрями розвитку державного механізму стимулювання взаємодії між учасниками інноваційного процесу; вирішення проблем фінансового забезпечення взаємодії між учасниками інноваційного процесу; впровадження маркетингових, логістичних та ІТ-технологій, HR-менеджменту у взаємодії між учасниками інноваційного процесу.

УДК 330.341.1:658.589
ББК 49(4Укр)-55

Матеріали подано в авторській редакції

Відповідальний за випуск: **Н.І. Чухрай**

Видання матеріалів конференції профінансовано в рамках регіональної програми інноваційного розвитку Львівської області на 2013–2015 роки

ISBN 978-617-607-589-9

© Національний університет «Львівська політехніка», 2014

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

ПОЧЕСНІ ГОЛОВИ:

Бобало Ю.Я.
Патора Р.

СПІВГОЛОВИ:

Кузьмін О.Є.
Чухрай Н.І.

ЧЛЕНИ ПРОГРАМНОГО КОМІТЕТУ:

Алексєєв І.В., Загородній А.Г., Захарчин Г.М., Ілляшенко С.М., Козик В.В., Крикавський Є.В., Мельник О.Г., Перерва П.Г., Петрович Й.М., Поплавська Ж.В., Чумаченко І.В., Юринець О.В.

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

ГОЛОВА: Матвій І.Є.

ЧЛЕНИ КОМІТЕТУ:

Грибик І.І., Дубодєлова А.В., Лісовська Л.С., Сорочак О.З., Процак К.В., Чубай В.М., Дзюбіна А.В., Кулиняк І.Я., Мірошник Р.О., Бондаренко Ю.Г., Гвоздь М.Я., Прийма Л.Р., Сирватка П.Б.

Шановні учасники конференції!

Складна політична та соціально-економічна ситуація, у якій сьогодні знаходиться Україна, ставить перед науковою спільнотою нові завдання та виклики. Непрості чинники, які продиктовані як політичними, так і міжнародними відносинами, змушують науковців, економістів, вчених і фахівців різних сфер діяльності шукати нові орієнтири та методи для розвитку інноваційного процесу в Україні. Євроспрямованість політичного курсу зумовлює зміни у макро- і мікроекономічних процесах. Саме зараз важливо побудувати той рівень всебічної співпраці між усіма учасниками інноваційного процесу, який виведе країну на новий європейський рівень.

Як зробити економіку ефективною? Чи може економіка працювати так, щоб вищий рівень життя відчув кожен з нас? Як знайти новий шлях в сучасних умовах розвитку суспільства? Саме Вам, шановні учасники конференції, надається можливість обґрунтовувати та вирішувати наукові завдання у пошуках істини на V Міжнародній науково-практичній конференції з проблем управління інноваційними процесами. Тематика конференції цьогоріч окреслена та скерована на формування ефективного державного механізму стимулювання взаємодії між учасниками інноваційного процесу; вирішення проблем фінансового забезпечення взаємодії між учасниками інноваційного процесу; впровадження маркетингових, логістичних та IT-технологій, HR-менеджменту у взаємодії між учасниками інноваційного процесу.

Завданням даної конференції є залучення до активної співпраці та наукової дискусії як науковців, так і представників органів державного управління та вітчизняного підприємництва, економістів, студентів, потенційних інвесторів, банкірів, юристів та міжнародних експертів. Лише у тісній взаємодії і кооперації всіх сфер інноваційного середовища можна сформувати ефективні та дієві інструменти для економічного зростання країни.

Запрошуємо і будемо раді активній та плідній дискусії заради майбутнього нашої держави.

Почесний голова Програмного комітету,
Ректор Національного університету
«Львівська політехніка»,
д.т.н., професор ***Ю.Я.Бобало***

ЗМІСТ

Секція 1.
Державний механізм стимулювання взаємодії між учасниками інноваційного процесу

Болюх М.Я., Прийма Л.Р. Проблеми і перспективи розвитку малого підприємництва в Україні 9
Бондаренко Ю.Г., Багрій З.Р. Інноваційний тип розвитку економіки як умова її ефективного функціонування 11
Войцеховська Ю.В., Копець Г.Р., Сирватка П.Б. Інноваційні підходи у регулюванні процесу оновлення технологій.13
Воронкова А.Е., Шматкова А.В. Чинники впливу на інноваційну активність підприємства.....14
Галазюк Н.М. Інноваційна діяльність в україні: проблеми та шляхи її активізації.....16
Данилович-Кропивницька М.Л. Моделі інноваційного розвитку країн на основі кластерної структуризації економіки 18
Завербний А.С. Проблеми низького рівня енергоефективності та імпортозалежності енергетики України: Інноваційні шляхи розв'язання.....20
Зелінська О.М. Необхідність державного сприяння взаємодії між учасниками інноваційного процесу.....21
Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Методологічні засади розроблення механізму формування інноваційно-сприятливого середовища на підприємстві 23
Козик В.В. Вищі навчальні заклади у національній інноваційній системі 25
Копець Г.Р., Рачинська Г.В., Мавріна А.О. Механізм взаємодії учасників інноваційних процесів у сфері енергоменеджменту.....27
Корнух О.В. Концептуальний підхід до формування системи відношень між науковими установами та суб'єктами господарювання щодо інноваційного розвитку.....28
Крет І.З. Становлення найважливіших відкриттів людства та їх вплив на стимулювання взаємодії між учасниками інноваційного процесу 30
Кузьмін О.Є., Жежуха В.Й. Вітчизняний та іноземний досвід інжинірингової діяльності як передумови інноваційних перетворень 32
Кулініч Т.В., Фатерига О.В. Систематизація чинників інноваційної діяльності вітчизняних підприємств туристичної галузі.....34
Мавріна А.О., Ляля О.В. Державне регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні.....36
Михальчишин Н.Л., Демків О.-І.М. Використання альтернативних джерел енергії як спосіб подолання проявів неефективності природних монополій у сфері теплопостачання.....37
Музиченко-Козловська О.В. Формування національної системи туристично-інформаційних центрів.....39
Овчарук В.В. Роль кластеризації національної економіки у підвищенні конкурентоспроможності регіону: інноваційний аспект 41
Одрехівський М.В. Управління інноваційними процесами регіональної агломерації «Дрогобиччина» 42
Окань Л.Ю., Дзюбіна К.О. Нормативно-правове регулювання міжнародних виставок і ярмарків.....44
Пирог О.В. Принципові засади державного управління інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні 47
Подольчак Н.Ю., Тодощук А.В. Зниження рівня митних ризиків шляхом розвитку співпраці митних підрозділів та машинобудівних підприємств.....49
Посилкіна О.В., Літвінова О.В. Актуальність переходу фармацевтичної галузі України на інноваційну модель розвитку.....51
Савіцька О.П., Савіцька Н.В. Розвиток інноваційної діяльності в Україні.....53
Ситар Л.Й., Грибик І.І. Вплив євроінтеграції на інвестиційну співпрацю у прикордонних регіонах україни в умовах (на прикладі Львівської області) 55
Топоровський В.Я., Гнилянська Л.Й. Стимулювання інноваційної діяльності підприємств як інструмент підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки.....57
Фещур Р.В., Тимощук М.Р. Планування інноваційно спрямованого розвитку україни 58
Фокіна І.В. Визначення інструментів державної інноваційної політики у вугільній промисловості України 60
Цогла О.О. Інноваційні аспекти безпечних умов праці на виробництві 62
Шабайкович В.А. Занепад інноваційної діяльності у вітчизняному виробництві 63
Юринець О.В., Малиш Я.В. Перспективи та перешкоди інноваційного розвитку Львівщини у 2013-2015 роках.....64

Секція 2.
Фінансове забезпечення взаємодії між учасниками інноваційного процесу

Strychalska-Rudzewicz Anna Investigation of organizational culture's influence on innovation activitiy of production companies in Poland....65
Алькема В.Г., Коробенко О.В. Науково-практичні аспекти фінансового менеджменту інновацій....67
Барабаш О.М., Прийма Л.Р. Проблеми фінансового забезпечення інноваційного розвитку....69
Бортнікова М.Г., Стасюк Н.Р. Фінансова діагностика консалтингових та інвестиційних проектів....71
Василишина О.В., Процак К.В. Роль інвестицій в інноваційних процесах....72
Гавран В.Я., Грицай О.І. Удосконалення управління витратами на інноваційні процеси промислового підприємства....73
Зарицька О.Л. Способи оцінювання ефективності інноваційних проектів та чинники, які впливають на його результати....75
Кандєєва В.В. Фактори впливу на інноваційно-інвестиційну діяльність промислового підприємства....77
Катан Л.І. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності аграрної сфери України в контексті моделі сталого розвитку....80
Кльоба Л.Г. Напрями активізації кредитування інноваційної діяльності в Україні....82
Кравчук І.С. Фінансування інновацій через механізм фондової біржі....83
Кривоногова І.Г. Обґрунтування етапів реалізації проектів розвитку в інноваційно-інвестиційній діяльності....85
Кулиняк І.Я., Дубодєлова А.В., Глянцева О.І. Оцінювання інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємств легкої промисловості Львівщини....87
Мірошник Р.О., Коник О.А. Проблеми фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємства....89
Мних О.Б., Гілета Ю.І., Гречин Б.Д. Пошук нових точок економічного зростання і пожвавлення інноваційної діяльності в умовах фінансово-політичної кризи в Україні....91
Олексів І.Б., Шпакович І.Р. Метод планування діяльності венчурних інститутів спільного інвестування....93
Партин Г.О., Євтух Л.Б. Напрями інноваційного розвитку підприємств та їх фінансування....94
Просович О.П., Бобрик А.В. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності малих і середніх підприємств....96
Псюк Р.М. Детермінанти ефективності зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств....98
Склярук Т.В. Роль трансакційних витрат у фінансовій взаємодії між учасниками інноваційного процесу....100
Чухрай Н.І., Матвій С.І. Інвестиційне забезпечення інноваційної діяльності в Україні....101
Ясинська Н.А. Фінансування інновацій: синтез державного та приватного фінансування в Україні....103

Секція 3.
ІТ-технології у взаємодії між учасниками інноваційного процесу

Janczewska Danuta New management methods in the modernization process of micro enterprises sector....105
Андрушкевич З.М. Інтернет-реклама як інноваційний інструмент розвитку туристичних операторів....106
Галаз Л.В., Копець Г.Р., Дзюбіна А.В. Інформаційне забезпечення взаємодії між учасниками інноваційного процесу оновлення технічної бази підприємств....108
Григор'єва Н.С., Сорочак О.З. Інноваційний підхід до розробки модульних процесів і обладнанняв складальному виробництві....109
Захарченко В.І., Захарченко Н.В. Розвиток процесу автоматизації управлінської діяльності на підприємстві....110
Кирий В.В., Тимофеев В.А., Чеченец Д.А. Проблема «последней мили» в газотранспортных предприятиях Украины....113
Косар Н.С., Кузьо Н.Є. Напрями інновацій банківських установ в Україні....114
Масюк В.М. Використання нечітких множин для оцінювання ризиків і загроз антикризового управління підприємством на основі інновацій....116
Матвій І.Є., Мащакевич М.В. ІТ-технології в інноваційному процесі....118
Новаківський І.І. Формування ефективних інноваційних адаптивних структур структур управління в умовах інформаційного суспільства....119
Пецкович М.Д. Значення інформаційного забезпечення при здійсненні поточного контролювання....121
Сумець О.М., Панченко В.Р. Структура автоматизованої системи управління інформацією про відходи олійно-екстракційного заводу....122
Фещур Р.В., Шишковський С.В. Управління інноваційним розвитком підприємств на проектних засадах....123
Цимбаліста Н.А., Бондаренко Ю.Г. Активізація розвитку медичного туризму на сільських територіях львівщини на основі впровадження системи електронного урядування....124

Чумаченко И.В., Кадыкова И.Н. Оценка перспектив использования продукта проекта внедрения іт-технологии управления в ВНЗ 126
Чухрай А.І. Антисипативне управління бізнес-моделями машинобудівних підприємств в умовах динамічних змін 128

Секція 4.

HR-менеджмент у взаємодії між учасниками інноваційного процесу

Адамів М.Є., Луцик Є.О. Проблеми ресурсного забезпечення інноваційного антисипативного менеджменту на вітчизняних підприємствах 130
Адамів М.Є., Яскевич В.І. Ключові проблеми формування та функціонування креативних колективів на підприємствах 131
Алєксєєв І.В., Костюк М.В., Мороз А.С. Проблеми інженерно-економічної і фінансової підготовки фахівців 133
Васьків Р.І. Глобальні тенденції, що вплинули на ринок праці та інновації у кадровій сфері 135
Гвоздь М.Я. Пріоритети процесного підходу в системі управління машинобудівними підприємствами 137
Герасимчук В.Г. "ПІДКОВА" як дидактичний прийом до розгляду проблем управління інноваційним процесом в Україні і світі 138
Горячка О.О. Типологізація способів стимулювання персоналу інноваційних креативних колективів 141
Дзюбіна А.В., Стасюк Н.Р., Чапран С.П. Переваги застосування проектного підходу до управління інноваційною діяльністю підприємств 142
Дорошкевич К.О., Вороновська М.М. Моделі мотивування інноваційної діяльності працівників машинобудівних підприємств 143
Дубодєлова А.В., Кулиняк І.Я., Глянцева О.І. Сучасні евристичні методи генерування креативних ідей 145
Захарчин Г.М. Розвиток категорії часу в організаційній культурі:інноваційний підхід 146
Іваницька Н.Б. Соціальна відповідальність машинобудівних підприємств у кризових умовах 148
Карковська В.Я. Забезпечення ефективності функціонування системи безпеки персоналу підприємства 149
Ковальчук Г.Р. Види управлінських конфліктів за рівнем їхнього виникнення у діяльності машинобудівних підприємств 150
Ковальчук О.І., Передало Х.С. Проблеми формування та використання креативного потенціалу працівників сфери інновацій 152
Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Розвиток систем діагностики менеджменту підприємств 154
Литвин І.В. Управлінські інновації у венчурному бізнесі 155
Лущак Н.С. Створення організації, яка самонавчається як стратегія ефективного управління інтелектуальним капіталом під час процесу модернізації 156
Макарчук О.О., Передало Х.С. Успішні переговори як запорука ефективно розроблених ділових інноваційних стратегій 158
Малиновський Ю.В., Молочник Ю.Б., Холява І.П. Управління кадровим ресурсом автоматизованої та неавтоматизованої підсистем комунікаційної системи як складової HR-менеджменту підприємства 160
Мороз Л.І. Проблеми та заходи кадрового менеджменту підприємства в умовах інноваційної діяльності 162
Петришин Н.Я., Адамів М.Є. Антисипативний менеджмент в умовах інноваційного розвитку підприємств 164
Петрович Й.М. Модернізація промислових підприємств та її кадрове забезпечення 166
Романишин А.О., Прийма Л.Р. Удосконалення технології управління персоналом, як забезпечення надійності працівників 167
Селюченко Н.Є., Масюк В.М., Гандзюк Ю.О. Організаційні інновації як ефективний механізм антикризового управління підприємством 168
Теребух А.А. Будова системи господарських відносин 170
Українець А.І. Цільове управління як спосіб інтеграції учасників інноваційного процесу підприємства 171
Федулова Л.І. Інтегруюча роль вищої освіти у формуванні інноваційної мережі 173
Чепіль Б.А. Регулювання управлінських витрат на засадах підвищення лояльності персоналу 175
Чернобай Л.І., Шквірко М. Розвиток персоналу як ключовий бізнес-процес у транснаціональних корпораціях 176

Секція 5.
Маркетингові та логістичні технології у взаємодії між учасниками інноваційного процесу

Chmielecki Michał Usagяe of social media for sme's marketing purposes on example of Poland 178
Yastrubskyy M.Ya., Sydorchuk K.A. Priority of ecological innovations in Ukraine 179
Баришнікова В.В. Перспективи розвитку прибережних перевезень в приморських регіонах Україні 181
Беспалюк Х.М. Краудсорсинг як сучасна технологія маркетингу 183
Васелевський М. Ланцюги поставок як інноваційний тренд 185
Вербицька Г.Л. Формування інноваційної стратегії підприємства 186
Дембицький М.І. Перспективи збалансованованого розвитку житлово-комунального господарства в умовах диверсифікації джерел постачання паливо-енергетичних ресурсів на інноваційних основах 187
Демків Я.В., Юрків А.Р. Трансформація сутності та процесу розроблення маркетингової стратегії у сучасних ринкових умовах 189
Дзюбіна К.О., Льовкін Г.Г. Зворотні матеріальні потоки як результат розвитку культури одноразового використання 191
Ільчук П.Г., Мужеляк М.М., Коць О.О. Інструменти корпоративної соціальної відповідальності та їхнє місце у маркетинговій стратегії інтернаціоналізації підприємства 194
Качуровський С.В. Логістична система як інтегрована ланка агробізнесу 196
Ковальчук С.В. Адаптування бенчмаркінгу до визначення стану інноваційного розвитку підприємств 197
Козик В.В., Мирощенко Н.Ю. Світовий досвід комерціалізації високотехнологічної продукції 199
Крикавський Є.В., Похильченко О.А. Ідентифікація процесів в ланцюгу поставок як основа синергії інноваційних рішень 201
Левкин Г.Г., Дзюбина К.О. Идентификация сфер действия обратной и возвратной логистики 204
Лісовська Л.С., Здоровега М.В. Критерії налагодження взаємодії між учасниками інноваційного ланцюга 206
Лорві І.Ф. Інноваційний підхід у формуванні стратегії збутової діяльності 207
Маслак О.О., Дорошкевич К.О. Кластеризація національної економіки: управління інноваціями та розвиток взаємодії між учасниками 208
Мірошник Р.О., Годій О.Я. Особливості маркетинового забезпечення в інноваційній діяльності підприємства 209
Мірошник Р.О., Мухар М.В. Підходи до оцінювання інноваційної діяльності підприємства 211
Окландер М.А. Специфічні відмінності цифрового маркетингу 213
Петецький І. Інноваційні рішення в логістиці постачання 214
Посилкіна О.В., Хромих А.Г. Інноваційна парадигма розвитку логістичної діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку 215
Постан М.Я. Метод совместной оптимизации производственного плана предприятия и доставки готовой продукции с учетом его инновационной деятельности 217
Потапова Н.А. Адміністрування логістичних систем аграрного сектору 219
Процик І. С., Вишневська О.В. Проблеми інноваційного розвитку автомобільних вантажоперевезень 220
Рачинська Г.В., Стецик Г.Ю. Стратегічний інноваційний маркетинг як спосіб забезпечення конкурентоспроможності підприємства 222
Рогоза М.Є., Кузьменко О.К. Модель транспортної мережі системи споживчої кооперації 224
Савіна Н.Б. Квантифікація факторів збурень між учасниками інноваційного процесу в логістичній системі 226
Семін І.Є., Телішевська Х.О. Інноваційна стратегія підприємства в сучасних ринкових умовах 228
Сергатюк А.А. Особливості оновлення парку устаткування в сучасних умовах 229
Сиротинська Н.М. Прогнозування попиту на інновацію 230
Скворцов І.Б., Завербна М.С., Анісімова М.В., Швед Л.Р. Проблеми використання чинника часу в економічних дослідженнях 231
Том'юк О.Я. Класифікація маркетингових стратегій відповідно до рівня інноваційного потенціалу автомобілебудівного підприємства 233
Фалович В.А. Реструктуризація у формуванні ланцюга вартості 235
Харчук В.Ю. Теоретичні засади необхідності та спроможності впровадження змін на підприємстві 237
Чернобай Л.І., Жуковська А.Б. Система франчайзингових відносин як засіб комерціалізації результатів виробничої діяльності підприємства 238
Якимишин Л.Я. Технологія «VESTED» в ланцюгу поставок товарів, які швидко псуються 240

СЕКЦІЯ 1.
ДЕРЖАВНИЙ МЕХАНІЗМ СТИМУЛЮВАННЯ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ УЧАСНИКАМИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ

Болюх М.Я., Прийма Л.Р.
Національний університет "Львівська політехніка"

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

В останні роки в Україні посилився інтерес до вивчення проблем і перспектив розвитку малих підприємств і до аналізу тенденцій змін у даному секторі економіки у зв'язку з внесенням змін до законодавства (особливо податкового), що регулює дану галузь. Ці зміни започатковують новий етап розвитку сектору малого бізнесу, тому особливої актуальності набуває дослідження проблем і перспектив розвитку малих підприємств в Україні.

Мале підприємництво характеризується: обмеженим доступом до фінансових ринків, високим рівнем гнучкості підприємницької діяльності, спрямованістю зусиль на постійне удосконалення власної діяльності, наявністю двостороннього зв'язку між підприємцем і його клієнтом. Малий бізнес – особливий тип господарської поведінки, суб'єкти якого поєднують дві головні узагальнюючі риси – суміщення в одній особі власника і керівника фірми та підвищений рівень господарського ризику на всіх стадіях підприємницької діяльності. [3, 50].

Роль малого бізнесу в економіці важко переоцінити, оскільки саме мале підприємництво є основою ринкового конкурентного середовища, завдяки якому відбувається становлення середнього класу, вирішуються проблеми зайнятості населення. Але водночас сектор малого бізнесу є надзвичайно чутливим до дії несприятливих факторів, він потребує державної підтримки, особливо в сучасних умовах економічної нестабільності.

Проаналізувавши діяльність суб'єктів малого підприємництва, можна зазначити, що попри незначну економічну вагу окремих підприємств, малий бізнес у перехідних економіках набуває досить швидкого розвитку. Це обумовлено їхніми вагомими конкурентними перевагами в інституційній структурі економіки, якими є: мобільність, дрібносерійне виробництво, можливість підвищення ефективності за рахунок вузької спеціалізації, низька капіталоємність, швидка окупність вкладень.

Водночас зворотним боком наведених конкурентних переваг є низка системних загроз, які обумовлюють нестійкість розвитку малого бізнесу. Серед них: обмеженість фінансових ресурсів; відсутність фінансових резервів та загроза швидкого банкрутства; надто вузьке коло постачальників; висока вразливість щодо несприятливих економічних чинників (інфляція, податковий тиск). [5, 135]

До основних причин гальмування розвитку малого підприємництва в Україні відносять неопрацьованість законодавства як з питань розвитку малого підприємництва, так і підприємництва в цілому, високі податки, що змушує деяких суб'єктів малого та середнього підприємництва йти в тіньову економіку, недостатня державна фінансова-кредитна і майнова підтримка малих підприємств, відсутність дійового механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого бізнесу, недосконаліть системи обліку та статистичної звітності малих підприємств, обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення, недосконаліть системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності [4]

Підтримка розвитку підприємництва є вкрай важливим напрямом державної політики в умовах економічної кризи. Ріст безробіття та інфляційні процеси становлять основний серйозний виклик перед усією нацією. Водночас системні проблеми економіки України та відсутність консолідованої та економічно виваженої позиції політиків та керівників держави щодо мети, принципів та методів монетарної та економічної політики, спрямованої на подолання кризових явищ, суттєво погіршують перспективи розвитку бізнесу в найближчі роки та можливості швидкого виходу із кризи. Ці фактори спричинили різке зростання стурбованості та тривоги за майбутнє підприємницького середовища в Україні.

Заснування власного підприємства стримується головним чином складностями безпосередньо відкриття власної справи. Варто відмітити, що за останні декілька років розвитку малого бізнесу в Україні

ця проблема стала менш гострою. Велика кількість початківців, які розпочинають власний бізнес, іноді не мають достатньої кількості необхідної інформації про процес реєстрації нового підприємства, мають змогу отримати її в державних органах реєстрації. Також нині існує значний ряд спеціальних консалтингових фірм, які надають інформацію, поради і зразки необхідних документів. В цілому ж, величезним мінусом у процесі реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності в Україні є значні витрати часу, грошей і зусиль, тому ця операція наразі залишається трудомісткою і складною, особливо і порівнянні з тим, як це відбувається в економічно розвинених країнах. Досвід початківців і підприємців, що вже діють, показав, що 75% їх на перше місце серед інших проблем ставлять дефіцит фінансів. Власних капіталів більшість не має, банківські кредити дають на 2-3 місяці з високою процентною ставкою, а інших доступних джерел фінансової підтримки малого бізнесу в Україні не існує [1].

Таким чином, шляхи вирішення проблем малого бізнесу в Україні можна покращити за рахунок :

1) створення раціональної нормативно-правової бази (розробку і прийняття нової спрощеної системи бухгалтерського і податкового обліку та звітності малих підприємств; прийняття закону «Про малий бізнес», який регулюватиме всі економічні та правові аспекти забезпечення розвитку малого підприємництва; внесення змін до вже діючих законів, що визначають межі регулювання малим бізнесом: закони «Про підприємництво», «Про підприємництва в Україні» тощо).

2) організації фінансової підтримки і допомоги малому бізнесу (створення спеціальних установ для кредитування малих підприємств; використання Фонду сприяння зайнятості населення на розвиток малих підприємств; спрощення податкового законодавства і зменшення кількості зборів і відрахувань; віднесення на собівартість витрат, що пов'язані з формуванням страхового фонду в процесі кредитування; надання малим підприємствам державних гарантій у вигляді державних боргових зобов'язань.

3) організаційного забезпечення малого бізнесу (впровадженням регіональних програм підтримки і розвитку малих підприємств; створенням незалежної системи реєстрації та ліквідації малих підприємств; організацією роботи окремої ланки виконавчої влади, яка би займалася виключно питаннями малого бізнесу.

4) створення забезпеченості інформацією та кадрами (створення спеціалізованих консультативних центрів по наданню інформації підприємцям; покращення освітніх програм напрямків підприємництва і бізнесу; організація програм підготовки і перепідготовки кадрів за державний рахунок [6].

Економіка України залишається високо монополізованою, оскільки умови податкового законодавства спрямовані більшою мірою на підтримку великого бізнесу, що характеризується дисциплінованістю у виплаті значного обсягу податків та частково надає фінансову допомогу в важливих проектах державного і регіонального значення [2, с. 10].

Слід зазначити, що для ефективного розвитку малого підприємництва в Україні необхідно створити механізм ефективної взаємодії між державою та підприємницьким сектором. Його відсутність засвідчується тим, що малі підприємства ще не відіграють вагомої ролі в економіці України. Проте позитивні зрушення, які сьогодні відбуваються в напрямку підтримки малого бізнесу, надають перспективи для їх подальшого розвитку. необхідним є впровадження соціальної відповідальності у практику вітчизняного малого підприємництва як важливий пріоритет його розвитку на основі поєднання світового досвіду та власних принципів ділової культури.

1. Бех Н. Особливості розвитку та функціонування малого і середнього бізнесу в Україні / Н. Бех // Галицький економічний вісник. — 2010. — №1(26). —С.16-18. 2. Жмурков В. Почуйте нас. Малий і середній бізнес вже за межею виживання / В. Жмурков // Голос України. - 2012. - №85. - С. 14. 3. Збарський, В.К. Тенденції розвитку малого підприємництва / В.К. Збарський, М.П. Канінський // Економіка АПК. – 2009. - №8. – с. 50-53. 4. Іванілов О.С. Економіка підприємства / Іванілов О.С.-К., 2009. – 728с. 5. Костюк, О.М. Самостійне існування малого бізнесу / О.М. Костюк // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. - №5. – с. 133-137 6. Мамикіна О./Сучасні реалії малого підприємництва в Україні: проблеми та перспективи-2013- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://conference.spkneu.org/2013/04/suchasni-realiyi-malogo-pidpriyemnitstv/

Бондаренко Ю.Г., Багрій З.Р.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЙНИЙ ТИП РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ЯК УМОВА ЇЇ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ

Стрімкі зміни в суспільстві, глобалізація та науково-технічний прогрес вимагають адекватного реагування як з боку вітчизняної економічної системи, так і з боку підприємства як її первинної ланки.

У змаганнях між країнами, економічними регіонами, компаніями перемагає той, хто зумів адаптувати свою стратегію розвитку до особливостей зовнішнього середовища, досягнув успіхів у комерціалізації інновацій [1, ст. 134].

Питома вага нових знань, що втілюються в товарах, технологіях, освіті, організації виробництва в розвинутих країнах становить від 70 до 85 % приросту ВВП. Тому в глобальній економічній конкуренції виграють держави, які забезпечують сприятливі умови для інноваційної діяльності, пов'язані з розробленням, впровадженням і використанням новинок [1, ст. 3].

Інноваційний тип розвитку характеризується низкою ознак:

- виготовлення та експорт високотехнологічної продукції;
- широке використання сучасних інформаційних технологій;
- зростаюча роль інтелектуального капіталу;
- розвиток венчурного підприємництва;
- внутрішні та зовнішні чинники, які забезпечують інноваційну діяльність(законодавчо-

нормативна база, розвинений інноваційний менеджмент, мотиваційний механізм, доступність інноваційних ресурсів).

З метою забезпечення інноваційної моделі розвитку економіки, держава на законодавчому рівні виділила стратегічні напрями інноваційної діяльності на 2011-2021рр. [2]:

1) освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії;

2) освоєння нових технологій високотехнологічного розвитку транспортної системи, ракетно-космічної галузі, авіа- і суднобудування, озброєння та військової техніки;

3) освоєння нових технологій виробництва матеріалів, їх оброблення і з'єднання, створення індустрії наноматеріалів та нанотехнологій;

4) технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу;

5) впровадження нових технологій та обладнання для якісного медичного обслуговування, лікування, фармацевтики;

6) широке застосування технологій більш чистого виробництва та охорони навколишнього природного середовища;

7) розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки.

Вищенаведені пріоритетні напрями спрямовані на забезпечення економічної безпеки держави, створення високотехнологічної конкурентоспроможної та екологічно чистої продукції, надання високоякісних послуг та збільшення експортного потенціалу держави з ефективним використанням вітчизняних та світових науково-технічних досягнень. Отже, вибір державою інноваційної моделі розвитку докорінно змінить структуру економіки держави. Допоможе здійснити перебудову і стати конкурентоспроможною на світовому ринку. Втім, коли держава обере інший вектор розвитку - не інноваційний (високотехнологічний), а низькотехнологічний, вона буде не спроможна конкурувати з країнами, які віддали перевагу соціально-економічному розвитку на противагу державі, яка може лише запропонувати дешеву робочу силу, використання своїх кліматично-природних умов і т.д. Така модель розвитку за своїм укладом не потребує ні інвестицій, ні інновацій, зокрема у людські ресурси. Оскільки, інновації – це в основному, ідеї, які будуть створювати пропозиції, інновації, які є перш за все наслідком людського креативу. Креативу, який не піддається прогнозуванню чи плануванню "згори". Для інновацій, як ні для якої іншої галузі, потрібна свобода підприємництва, якої бракує в Україні [3].

Отож, інноваційний тип розвитку на мікрорівні необхідно розглядати з позиції конкретного підприємства і людини зокрема. В даному випадку механізмом управління інноваційними процесами

виступає система інноваційного менеджменту. Менеджери вищої ланки, які формують стратегію розвитку організації, повинні чітко усвідомлювати необхідність та очевидні переваги від впровадження інновацій.

В загальному випадку перехід суб'єкта господарювання на інноваційний шлях розвитку дозволяє йому [4,ст. 49]:

- адаптуватися до змін умов господарювання;
- підвищити якість продукції і повніше задовольняти запити споживачів;
- застосовувати стратегію першовідкривача ринку і цінові стратегії "зняття вершків";
- посилити ринкові і конкурентні позиції, створити умови для виживання і розвитку;
- підтримувати високу ефективність виробництва і збуту продукції;
- зміцнити фінансовий стан;
- посилити імідж продукції і товаровиробника;
- зміцнити партнерські зв'язки (зі споживачами, постачальниками, посередниками, кредитно-фінансовими установами тощо);
- удосконалити організаційну структуру підприємства;
- підвищити рівень кваліфікації персоналу та його досвіду;
- підвищити продуктивність діяльності.

Інновації – це завжди зміни, які торкаються усіх підсистем підприємства, як техніко-технологічної, так і фінансової, економічної, організаційної та управлінської. Невід'ємною рисою таких інноваційних змін є наявність ризику. Саме на основі ризику побудований один з механізмів, що забезпечує інноваційні процеси фінансовими ресурсами – венчурне фінансування.

Інвестиції, які здійснюються венчурними фондами, є основним джерелом фінансування нових підприємств, особливо на ринку високих технологій. Майже всі відомі комп'ютерні фірми були створені з залученням венчурного капіталу. Названі фонди відіграють роль каталізатора в інвестиційних процесах і сприяють збільшенню інвестицій у високотехнологічні сектори економіки. Тому розвиток венчурного бізнесу впливає на динамічність усього господарського комплексу, оздоровлюючи економіку країни [1, ст. 4].

Отже, орієнтація на інновації це не просто правильний шлях, який може обрати підприємство і держава загалом, а й об'єктивна вимога сьогодення. Досвід інших країн лише підтверджує факт, що саме інноваційний тип розвитку стане тією основою, яка здатна забезпечити ефективне функціонування української економіки, її сталий розвиток та дозволить зайняти гідну позицію на міжнародному рівні.

1. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: Монографія. Відпов. ред. Л. Чуприна./ Антонюк Л.Л., Поручник А.М., Савчук В.С. — К.: КНЕУ, 2003. — 394 с. 2. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні [Електронний ресурс] : закон України [прийнято Верхов. Радою 8 вересень 2011 р. № 3715-VI]. – Режим доступу : zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3715-17 3. М. Заблоцький Про інновації Українська правда: блоги [електронний ресурс]: режим доступу blogs.pravda.com.ua/authors/zablodsky/52701c58ac7c3/ 4. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: Підручник / Ілляшенко С.М. – Суми : ВТД ―Університетська книга, 2010. – 334 с.

Войцеховська Ю.В., Копець Г.Р., Сирватка П.Б.
Національний університет "Львівська політехніка"

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ У РЕГУЛЮВАННІ ПРОЦЕСУ ОНОВЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ

Конкурентоспроможність вітчизняної продукції, національна безпека України у значній мірі залежить від таких факторів економічного розвитку:

- об'єктивних (державне стимулювання інноваційно-інвестиційних процесів щодо впровадження нових технологій, бюджетна, фінансово-кредитна та амортизаційна політика);
- суб'єктивних (кваліфікація та перепідготовка проектантів, розробників нової техніки і технології; емоційно-психологічна налаштованість керівників державних підприємств та організацій, приватних структур на впровадження нової техніки, мотивація персоналу для розробки нових технологій, впровадження цих розробок у виробництво).

Слід відмітити дискусійні питання щодо кваліфікованого розгляду вченими проблем впровадження нових технологій:

- недостатній рівень системності, формалізації показників щодо технологічних процесів виготовлення нових машин;
- недостатня систематизація факторів, які впливають на впровадження нових технологічних процесів;
- відсутність науково-обгрунтованого орнганізаційного механізму реалізації інноваційних рішень, застосовуваних при управлінні технологічними процесами виробництва нових машин і мекханізмів;
- різноманітність підходів до визначення результативності ініноваційних рішень в управлінні новими технологіями;
- відсутність чіткості формулювання термінів, понять, класифікацій у теоріях розробки та реалізації інноваційних рішень щодо управління технологічними процесами виготовлення обладнання;
- необхідність удосконалення теоретичних та методично-прикладних основ розробки і реалізації інновацій при впровадженні у виробництво нової техніки і технології.

На нашу думку, слід класифікувати мотиваційні фактори інновацій в управлінні технологічними процесами виготовлення обладнання, пов'язаними із результативністю інноваційних рішень. Технології розроблення інноваційних рішень необхідно узгодити із організаційним механізмом, який грунтується на реалізації функцій менеджменту щодо підвищення ефективності інноваційної діяльності при впровадженні нової техніки, правильному розподілі повноважень та відповідальності, кокретизації строків розробки певних інноваційних проектів.

Не менш важливими напрямами при забезпеченні ефективності інновацій є такі:

- забезпечення фінансування розробки нової техніки та технологій, застосування сучасних фінансових механізмів, зменшення ризиків;
- мотивація всіх учасників інноваційного циклу на основі конкретизації їх ролі у розробках і впровадженні інноваційних проектів;
- стимулювання та створення специфічних умов розробникам інноваційних технологій, врахування специфіки їх творчого процесу, гнучкому графіку, можливості постійного контакту із керівниками підприємств;
- удосконалення класифікації показників та факторів щодо технологічних процесів виготовлення машин на основі поділу технологічних процесів виготовлення заготовок, обробки деталей та складання машин, механізмів, обладнання;
- зменшення опору нововведенням у колективах при впровадженні інновацій, враховуючи досягнення психології та конфліктології.

Успішності практичного застосування інноваційних підходів до оновлення технологій сприятиме впровадження сучасних концепцій менеджменту при реалізації інновацій, таких як Benchmarking, Change Management, Total Quality Management.

Воронкова А.Е., Шматкова А.В.
СНУ ім. В. Даля, Луганськ

ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНУ АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Кожне підприємство, як суб'єкт господарської діяльності, є основним джерелом формування економіки країни. Варто зазначити, що вітчизняні підприємства на сучасному етапі змушені функціонувати в умовах високої нестабільності економіки України зокрема та світової економічної системи взагалі. Різко загострюється конкуренція, підвищуються вимоги споживачів до продукції. Щоб вижити в такій ситуації підприємства повинні безперервно покращувати і перетворювати свою продукцію, удосконалювати виробничу й управлінську діяльність, а також пристосовуватися до постійних змін зовнішнього середовища шляхом пошуку нових ринків, удосконалення асортименту продукції та підвищення її якості [1]. Підвищенню конкурентоспроможності сприяє високий рівень інноваційної активності. Інноваційна активність підприємства завжди знаходиться під впливом сукупності факторів, як позитивних, так і негативних. Вивченням аспектів інноваційної активності займались багато вчених, серед яких: Ансофф І., Воронкова А.Е., Єрохін С.А., Ілляшенко С.М., Кардаш В.Я., Краснокутська Н.В., Маслєннікова Н.П., Роберт Б. Такер, Тищенко В.Ф., Федулова Л.І., Чухрай Н.І., та ін.

Чинники впливу на інноваційну активність є досить важливим аспектом інноваційної активності. Інноваційна активність – це динамічна характеристика інтенсивності використання інноваційного потенціалу підприємства та ефективності впровадження інновацій. Фактори, що впливають на інноваційну активність можуть бути класифіковані за наступними ознаками: за рівнем впровадження (мікроекономічні, мезоекономічні, макроекономічні); за напрямом впливу на інноваційну активність (позитивні, негативні); за сферою впливу на інноваційну активність (економічні, технічні, організаційно - управлінські, соціальні); за джерелом впливу на інноваційну активність(зовнішні, внутрішні) (рис.1).

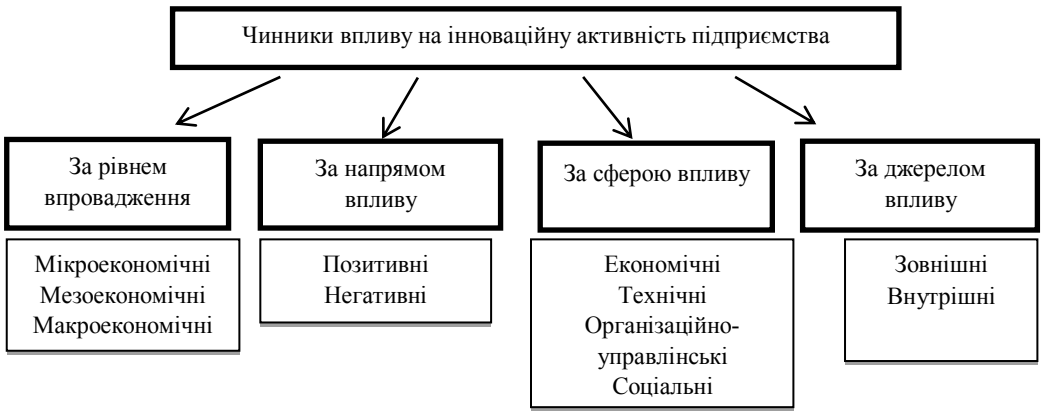


Рис.1. Класифікація чинників впливу на інноваційну активність підприємства
Опрацьовано за [3]

Чинники впливу на інноваційну активність підприємства знаходяться в постійній взаємодії. Основна проблема, що разом з позитивними чинниками існують негативні та найчастіше вплив їхстає руйнівним для підприємства, тому найбільш вагомою є класифікація за критерієм впливу на інноваційну активність (таб.1). Знання про таки чинники дає можливість визначитися з рішеннями щодо стимулювання або зупинення їхньої дії.

Прискорення темпів інноваційної активності підприємства визиває необхідність формування потужної системи цінностей, які б об'єднували персонал і забезпечували досягнення загальних цілей. Таку систему створює культура підприємства. Культура підприємства проявляється в його філософії та кодексі честі; домінуючих цінностях, на яких базується підприємство; нормах, прийнятих співробітниками підприємства; легендах, що передаються ними усно; поведінкових ритуалах; символах могутності підприємства, іміджі; суспільній ролі, а також у професійній мові [2].

Таблиця 1

Чинники впливу на інноваційну активність підприємства за напрямом впливу

Позитивні	Негативні
✓ Загострення конкуренції ✓ Трансформація споживчого попиту ✓ Науково- технічний прогрес ✓ Децентралізація управління ✓ Забезпечення можливості самореалізації ✓ Стимулювання творчої діяльності ✓ Формування культури підприємства	✓ Значні матеріальні витрати на впровадження інновацій ✓ Високий рівень ризику, що пов'язаний з інноваціями ✓ Тривалий період окупності інноваційних проектів ✓ Домінування інтересів поточного виробництва ✓ Орієнтація на існуючі ринки ✓ Консервативність менеджерів

Опрацьовано за [3]

На основі аналізу досвіду функціонування вітчизняних та іноземних підприємств виділено чинники внутрішнього середовища, що сприяють розвитку культури, і чинники, що стримують його. До першої групи віднесено: виділення системи управління культурою в окрему підсистему; підхід до управління культурою як до процесу; динамічність, швидке реагування на зміни зовнішнього середовища; надання значної самостійності працівникам у вирішенні виробничих завдань, заохочення новаторства та розумного ризику; створення атмосфери творчого співробітництва; повага до особистості й людського достоїнства; підвищення якості трудового життя, формування комфортного соціально-психологічного мікроклімату; культ навчання та підвищення кваліфікації і творчого потенціалу працівників, як головного чинника ефективності організації.

До групи чинників, що стримують розвиток культури, належать: напружений соціально-психологічний мікроклімат у трудовому колективі; відчужене ставлення до майна підприємства; протидія інноваційним заходам; брак у персоналу чітких уявлень про базові цінності організації та загальних переконань щодо того, як можна досягти успіху в певній несприятливій ситуації; відсутність довгострокових цілей, стратегії розвитку.

Завданням менеджера є локалізація та оцінювання дії чинників впливу на інноваційну активність, збільшення чи зменшення їх дії. Контроль дії чинників впливу на інноваційну активність сприятиме розвитку інноваційної діяльності підприємства. Високий рівень інноваційної активності підприємства - «фундамент» конкурентоспроможності підприємства та країни в цілому. Сьогодні конкурентоспроможність країн визначається не статичною моделлю зростання, пов’язаною із забезпеченістю матеріальними і трудовими ресурсами, а динамічним розвитком, із пріоритетом знань, інновацій та інформації: у сучасному західному світі лише 15% активного населення має безпосереднє відношення в процесі виробництва до товару, інші 85% додають вартість у процесі творчості, менеджменту и передачі інформації [4]. Таким чином, контроль чинників впливу на інноваційну активність так чи інакше матиме вплив на забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

1. Воронков Д.К. Управління змінами на підприємстві: теорія та прикладні аспекти: [монографія].—Х.: ВД «ІНЖЕК», 2010.— 340 с. 2. Воронкова А.Е. Корпорація: управління та культура: [монографія] / А.Е. Воронкова, М.М. Бабяк, Е.Н. Корєнев, І.В. Мажура.— Дрогобич: Вимір, 2006.— 376 с. 3. Макина С.А. Анализ факторов, влияющих на инновационную активность российских предприятий [Текст] / С.А. Макина, Е.Н. Максимова // Аудит и финансовыйанализ. — 2010. —№ 5. — С. 368-372. 4. Тищенко В.Ф. Економіка знань яз актуальна основа сучасного розвитку України та її регіонів: [монографія] / В.Ф. Тищенко. — Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. — 272 с.

Галазюк Н.М.
Луцький національний технічний університет

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ АКТИВІЗАЦІЇ

У світовій економічній думці питання нововведень розглядається з точки зору ефективного, орієнтованого на прибуток управління інноваціями на підприємствах. Впровадження у виробничий процес новітніх досягнень науки і техніки набуває особливого значення у сучасній світовій економіці, оскільки в умовах економічної кризи конкурентоспроможними є ті підприємства та галузі, які активно впроваджують та використовують інноваційні технології. Саме тому в останні роки практично в усіх промислово розвинутих країнах світу зріс інтерес до управління інноваційними процесами. Сьогодні швидкі темпи науково-технічного прогресу призводять до таких глибоких змін, а пасивна реакція на розвиток науки і техніки і викликані цим розвитком вимоги до діяльності підприємств означають наростаюче відставання. Саме тому, головним завданням ефективного господарювання повинна бути постійна орієнтація на поліпшення якості та підвищення конкурентоздатності продукції, та своєчасна її заміна, мінімізація запасів товарно-матеріальних ресурсів, гнучкість і мобільність технологічних процесів. Для того, щоб досягнути високого рівня виробництва із зазначеними параметрами, підприємствам необхідно постійно відслідковувати і впроваджувати в виробництво інновації, здійснювати заходи, що дозволять адаптуватися до ринкових умов техніко-технологічних та інноваційних перетворень.

Слід зауважити, що Україна продовжує розвиватися як країна з високою часткою сировинних галузей промисловості, проте інноваційний розвиток не є одним із головних чинників зростання національної економіки. У системі економіки та управління вітчизняним господарством одним з найбільш важливих завдань науково-прикладного характеру є впровадження новітніх теоретико-методологічних засад управління різними сферами на підприємствах, а також формування їх дієвої інноваційної політики, яка дозволяє забезпечити інноваційно-спрямований розвиток виробничих систем. Позитивні тенденції хоча й спостерігалися протягом кількох років, проте мали переважно тимчасовий характер і змінювалися протилежними зрушеннями в економіці, що характеризує інноваційні процеси в Україні як нестійкі та позбавлені чітких довгострокових стимулів для інноваційної діяльності. Інноваційна діяльність у сучасній світовій економіці є фундаментом стабільного й ефективного економічного зростання як окремої галузі, так і економіки країни загалом. Інноваційна діяльність є необхідною складовою процесу забезпечення успішного, довготривалого та стійкого функціонування вітчизняних підприємств, однією з найважливіших складових ефективної стратегії та важливим засобом забезпечення конкурентних переваг. Саме тому, питанням інноваційної діяльності в Україні приділяють увагу широке коло вітчизняних вчених. Більшість експертів-науковців визначають стан інноваційної діяльності в Україні, як кризовий і такий, що не відповідає сучасному рівню розвитку інноваційних процесів в країнах, для яких інноваційний розвиток є ключовим вектором економічної стратегії. Про низьку інноваційну активність українських підприємств свідчать показники обсягів реалізованої інноваційної продукції в Україні. Слід зауважити, що у загальному обсязі промислової продукції в країнах Європейського Союзу 75% мають ознаки інновацій, а в Україні лише 3,8 %. Крім цього, спостерігається безупинне зниження рівня наукомісткості вітчизняної продукції, внаслідок чого українська продукція стає дедалі менш конкурентоспроможною.

Великими перешкодами на шляху запровадження інноваційної моделі розвитку української економіки є недосконала нормативно-правова база, недостатній рівень фінансового забезпечення науково-технічної та інноваційної діяльності, неефективне використання наявних фінансових ресурсів для реалізації державної науково-технічної та інноваційної політики, повільне формування ринку інноваційної продукції.

Недоліком законодавства України є нескоординованість законодавчих актів між собою та їх невідповідність економічній ситуації в країні. Нормативно-правова база регулювання інноваційної діяльності в Україні є фрагментарною, суперечливою і тому недосконалою. Виконання прийнятих законів в інноваційній сфері є незадовільним. У діючому законодавстві домінують численні підзаконні нормативно-правові акти. Проблемним також є питання теоретико-правового обґрунтування концепцій модернізації інноваційної системи України, а також визначення підходів та механізмів, щодо її реалізації.

Державний механізм стимулювання взаємодії між учасниками інноваційного процесу

Обмеження джерел фінансування, що пов'язано з фінансово-економічною нестабільністю в державі та кризовим станом більшості підприємств, є одним із стримуючих факторів їх інноваційної діяльності. Крім того, відсутність власних коштів у підприємств для фінансування інновацій доповнюється іншими чинниками, зокрема високими кредитними ставками, неспроможністю отримати довгострокові кредити, масовим банкрутством банків.

Слід зауважити, що органи виконавчої влади на різних рівнях управління неефективно використовують кошти для інноваційної трансформації і у той же час недержавні комерційні структури не зацікавлені в здійсненні довгострокових проектів, що забезпечували б базові технологічні зміни.

Ще однією із головних проблем є інформаційне забезпечення інноваційних процесів. Вільний доступ до інформації про об'єкти інтелектуальної власності, можливості їх комерціалізації може стати тим інструментом, що призведе до активізації інноваційної діяльності українських підприємств. На сьогоднішній день в Україні немає інструментів розвитку інноватики.

Основним протиріччям в сфері інноваційної діяльності України є те, що, з одного боку, ми маємо досить високий інноваційний потенціал, а з іншого – таку структуру економіки і механізми господарювання, які цей потенціал просто не сприймають. Інноваційна проблема – це не лише проблема грошей та інституцій, але й проблема людського капіталу. За інноваційними процесами стоять люди. Сьогодні стоїть гостро питання – формування кадрів, оскільки підготувати кваліфікованого фахівця без тісного контакту із виробництвом неможливо.

Активізація інноваційної діяльності в Україні потребує якісно нової організації взаємозв'язків і взаємодії між усіма учасниками інноваційного процесу, встановлення нових функцій за відповідними органами управління, як на державному, так і регіональному рівнях. Тому, на нашу думку, доцільно виділити наступні шляхи активізації інноваційної діяльності в Україні: створення ринку інноваційної продукції, на якому має бути забезпечений належний рівень захисту інтелектуальної власності, пільгове оподаткування, повне або часткове відшкодування витрат державою на розробку інновацій, участь у спеціальних державних програмах допомоги з впровадження інновацій, держзамовлення на інноваційну продукцію, держава повинна бути зацікавлена у мотивації інноваційної діяльності підприємств, підготовка кадрів, менеджерів інноваційної діяльності, в структуру підприємства включати інноваційно-інформаційні центри, запроваджувати електронні комунікації, програми широкого залучення працівників підприємства до інноваційної діяльності шляхом активізації діяльності людей, схильних мислити нетрадиційно, використання в першу чергу наукових розробок вітчизняних науковців, активне співробітництво органів влади як між собою, так і з підприємницькими, науковими і бізнес-освітніми секторами економіки.

Отже, в Україні склалися об'єктивні умови для позитивних змін в інноваційній моделі розвитку економіки. Проте, необхідно враховувати низку проблем, що стримують інноваційну діяльність вітчизняних підприємств. Вирішення цих проблем можливе через удосконалення законодавчої бази, сприяння фінансовому забезпеченню інноваційного розвитку підприємств з боку держави та органів місцевого самоврядування, забезпечення науково-технічної діяльності кваліфікованими кадрами, що послужить істотним поштовхом для підняття економіки України.

Данилович-Кропивницька М.Л.
Національний університет «Львівська політехніка»

МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КРАЇН НА ОСНОВІ КЛАСТЕРНОЇ СТРУКТУРИЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Прагнення до синергії у взаємопов'язаних регіонах та галузях економіки існує у багатьох країнах. Цей феномен називають «концентрацією промисловості», а однією з його форм є кластери. Термін «кластер» має дві яскраво виділені складові – галузеву та територіальну, тому дослідники відрізняють промисловий кластер, під яким розуміють групу взаємопов'язаних галузей промисловості та сфери послуг, які успішно спеціалізуються на міжнародному поділі праці та регіональний (локальний) кластер, тобто групу географічно сконцентрованих компаній з однієї або суміжних галузей та інституцій, які їх підтримують. Основними перевагами при формування кластерів у регіоні є забезпечення більш повної зайнятості населення і стабілізації їх доходів; підвищення частки доданої вартості у регіоні; розвиток виробничої та соціальної інфраструктури регіону і забезпечення синергічного ефекту з іншими сферами господарювання; забезпечення довготермінового економічного зростання, конкуренції та кооперації між учасниками.

Порівняльні дослідження щодо загального стану регіональних кластерів, їх розвитку, кооперації між бізнесом і науково-академічним середовищем, політики щодо просування кластерних ідей системно проводяться у багатьох країнах світу. Саме тому кластерна структуризація економіки стала основою політики передових країн. Однак, процедури утворення та розвитку кластерів у різних країнах світу суттєво відрізняються.

На основі аналізу розвитку кластерів, їх здатності до генерування та поширення інновацій, можна виділити три моделі інноваційного розвитку країн. Першою є модель нарощування науково-інноваційного потенціалу, яка базується на інтеграції фундаментальних наукових досліджень та прикладних проектів передових корпорацій, на пріоритетності розвитку системи освіти та значній державній фінансовій підтримці. Ця модель характерна для США, Німеччини, Скандинавських країн, Франції, Великобританії.

Концепція створення регіональних кластерів є пріоритетною для США, де більше половини підприємств працює за такою моделлю – підприємства кластера знаходяться в одному регіоні та максимально використовують його природній, кадровий та інноваційний потенціал. У США федеральний уряд не має сталої політики в галузі розвитку регіональних кластерів, хоча й надає їм значну підтримку. Вплив на розвиток високотехнологічних галузей та регіонів зріс за останні чотири роки через розповсюдження інституцій співробітництва, до яких входять місцева адміністрація, представники університетів, промислових груп та дослідницьких структур. Ці інституції залучають внутрішні та зовнішні фірми працювати на території окремих штатів з метою отримання додаткових економічних переваг. В той же час центральний уряд фінансує програми розвитку конкретних галузей, або підтримує окремі університети чи дослідницькі центри.

У Німеччині місцевий уряд виступає з ініціативою розвитку економіки через створення та розвиток кластерів, що дозволяє більш повно розкрити специфіку регіонів, але паралельно існують центральні програми допомоги для окремих регіонів або технологічних областей. У Франції кластери створюються за рахунок партнерства між локальними промисловими групами, університетами та дослідницькими інститутами. Для Великобританії характерні партнерські відкриті кластери, де активними учасниками є іноземні фірми та університети.

У скандинавських країнах (Фінляндія, Швеція) інноваційними вважаються лише ті об'єднання, в яких склалася складна система інституцій, регулювання та програм підтримки інновацій зі сторони уряду та бізнесу, причому вони можуть формуватися як у нових галузях, так і в традиційних. Головне, щоб характер взаємодії в кластері призводив до над швидкого створення нових продуктів згідно з мінливими запитами споживачів.

Другою є модель «переносу» результатів інноваційного розвитку, характерна для державної інноваційної політики Японії. При такій моделі інноваційного розвитку впровадження нових знань та технологій в економіку країни здійснюється через вдосконалення зарубіжного науково-технічного потенціалу з врахуванням національних особливостей та потреб.

У цій країні планами щодо розвитку регіональних галузей раніше займався центральний уряд. Однак регіональні інституції проявляють щораз більшу ініціативу, їм з кожним роком надається можливість впроваджувати все більше проектів. На сьогодні можна вважати, що програмами стимулювання регіональних кластерів займаються як японські міністерства, так і регіональна влада. Кожен регіон почав використовувати шляхи стимулювання розвитку за рахунок власних ресурсів, створюючи венчурний бізнес та нові галузі. У даному контексті регіональні кластери виявилися новим типом концентрації промисловості, в якій університети, дослідницькі інститути та корпоративні кластери кооперуються і цей тренд активно підтримує уряд. Природні катаклізми останніх років, глобалізація торгівлі та інвестицій негативно відобразилася на складній японській промисловості, де, з однієї сторони, існує високо розвинуте промислове виробництво, а з іншої, - менш розвинуте сільське господарство та сфера послуг. Навіть за очевидних успіхів Японії в глобальній економіці, країна має достатньо проблем щодо розвитку власних регіонів. Тому для Японії особливо актуальними є розвиток регіональних кластерів та інших видів кооперації.

Третя модель - «наздоганяння» інноваційного розвитку, спрямована на освоєння нових технологій та продукції, які випускаються у розвинутих країнах. Ця модель характерна для Китаю, Південної Кореї, Гонконгу, Сінгапуру, Філіппін. При цій моделі державна інноваційна політика відіграє пріоритетну роль і спрямована на стимулювання нововведень шляхом розвитку інноваційних кластерів, підвищенню сприйнятливості національних економік до світових науково-технічних досягнень.

У Китаї, Південній Кореї та інших державах Південно-Східної Азії центральна влада надає регіонам значну управлінську свободу (адміністративні льготи), щоб вони змогли повністю модернізувати економіку, заохочуючи створення мережевих структур науки та бізнесу й утворення перспективних регіональних кластерів. У Китаї процес створення та розвитку кластерів здійснюють спільно центральна влада, муніципалітети та розвинуті зони. За згодою з центральною владою, муніципалітет може створити на своїй території зону розвитку високотехнологічних галузей. Центральні органи також відбирають фірми, яким надають особливі привілеї. Однак, незважаючи на велику кількість високотехнологічних зон, їх рентабельність сильно відрізняється, тому головною задачею є подолання міжрегіональної диспропорції китайської економіки.

Велика група країн, що розвиваються (Індія, Нігерія, Чилі, Гана), а також арабські країни (Марокко, Йорданія, Єгипет, Саудівська Аравія, Об’єднані Арабські Емірати), де присутність державного втрачання в економіку традиційно значна, також цілеспрямовано освоюють культуру кластерного партнерства. Поки вони обмежуються децентралізацією управління у рамках традиційної політичної вертикалі, пов’язуючи цей процес з стимулюванням регіональних кластерних ініціатив.

Кластери за останні два десятиріччя отримали широке розповсюдження не тільки у країнах Європейського Союзу, але і в нових членах асоціації, зокрема, Вишеградській четвірці (Чехія, Угорщина, Польща та Словаччина). Зі всіх східноєвропейських країн саме вони зуміли вийти за останні роки на той самий рівень ВВП, який мали до початку трансформації, чому суттєво сприяло впровадження нових виробничих систем – кластерів.

Україна була лідером з реалізації світового досвіду створення нових регіональних виробничих систем на основі кластерів на пострадянському просторі. Однак, за останні 15 років практично не зроблено спроб проведення централізованої політики підтримки інноваційної активності. Подальші дослідження щодо покращення якості загального бізнес-середовища можуть стати основою для формування нових кластерних ініціатив в Україні. Найбільш природнім шляхом на цьому етапі буде інтеграція з використанням кластерних принципів з країнами Європейського Союзу, з врахуванням нових домовленостей щодо залучення іноземного капіталу та подальшого обміну інноваціями.

Завербний А.С.
Національний університет "Львівська політехніка"

ПРОБЛЕМИ НИЗЬКОГО РІВНЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ТА ІМПОРТОЗАЛЕЖНОСТІ ЕНЕРГЕТИКИ УКРАЇНИ: ІННОВАЦІЙНІ ШЛЯХИ РОЗВ'ЯЗАННЯ

Розвиток світової економіки характеризується стрімким збільшенням енергоспоживання (як показує дослідження спостерігається стійка тенденція до подальшого зростання). Водночас для України зростання потреби підсилюється ще й досить низьким рівнем енергоефективності (Україна перебуває на одному з останніх місць в світі). У поєднанні зі значною залежністю української економіки від імпорту енергоносіїв це породжує суттєві проблеми енергопостачання економіки.

Для вирішення повсталих проблем перш за все необхідно на рівні держави розробити та впровадити нормативні акти щодо стандартизування, нормування споживання енергетичних ресурсів. Розробити економічну систему стимулювання енергозбереження. При чому потрібно мотивувати енергозбереження на всіх рівнях споживання (від крупних підприємств до домашніх господарств). Впровадження даних заходів сприятиме зростанню рівня енергозбереження економіки України [1].

Паралельно потрібно також вирішувати проблему диверсифікування імпорту енергоресурсів у зв'язку із ворожим ставленням основного постачальника газу та економічно необґрунтованим завищенням тарифів на даний енергетичний ресурс, викликаним суто політичними міркуваннями.

Іншим перспективним напрямком є диверсифікування видів енергоресурсів (зміна структури паливно-енергетичного балансу країни). Перш за все це стосується розробки та впровадження інноваційних проектів використання відновлювальної енергетики.

Позитивним моментом стала зустріч Міністра енергетики та вугільної промисловості України із віце-президентом ЄБРР 10 березня 2014 року. На ній було задекларовано намір ЄБРР виділити Україні фінансову допомогу. Значна частина допомоги планується у вигляді кредитів для реалізації інвестиційних проектів [2]. Тому необхідно розробити проекти щодо впровадження інноваційних технологій з метою підвищення рівня енергоефективності та широкомасштабного використання відновлювальних джерел енергії. Оскільки представником ЄБРР було спрогнозовано можливість збільшення обсягів фінансової допомоги саме «за умови наявності відповідних проектів» [2].

Іншим напрямком удосконалення і розвитку енергетики повинне виступати зменшення шкідливих викидів в атмосферу завдяки впровадженню інноваційних технологій очищення відпрацьованих газів.

На жаль, у зв'язку із подіями, пов'язаними з анексією Криму Росією, поки що призупинено такий перспективний напрямок розвитку української енергетики як постачання зрідженого газу в Україну через порти Чорного моря, будівництві наземного терміналу потужністю до 10 млрд. куб м для його прийому, а також створення інфраструктури, яка могла би з'єднати даний термінал із газотранспортною системою України [3].

Слід також зазначити, що спостерігається тенденція зростання взаємозалежності між країнами, що виробляють, споживають та країнами через які енергоресурси переміщаються транзитом. Це вимагає інтеграції в об'єднані енергетичні ринки, прикладом яких слугує енергетичний ринок Європейського Союзу [2]. Тому першочерговим для України є також завдання щодо реформування енергетичної галузі відповідно до європейських стандартів.

1. Експерти назвали головні енергетичні проблеми України [Електроний ресурс]: Режим доступу: dt.ua/ECONOMICS/eksperti-nazvali-golovni-energetichni-problemi-ukrayini.html 2. Офіційний веб-сайт Міністерства енергетики та вугільної промисловості України. Режим доступу: mpe.kmu.gov.ua/fuel/control/uk/publish/article?art_id=262578&cat_id=35109 3. Перспективи розвитку української енергетики в Чорноморському регіоні [Електроний ресурс]: Режим доступу: mpe.kmu.gov.ua/fuel/control/uk/publish/article?art_id=176489&cat _id=162176

Зелінська О.М.
Луцький національний технічний університет

НЕОБХІДНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО СПРИЯННЯ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ УЧАСНИКАМИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ

В сучасних умовах загострення глобальної конкуренції та забезпечення міжнародної конкурентоспроможності суб'єктів світового господарства у довгостроковій перспективі виступає процес створення та нарощення інноваційних конкурентних переваг. На сьогоднішній день визначальним елементом економічного зростання та підвищення рівня життя населення країни виступає не стільки її забезпеченість природними ресурсами, скільки наявність конкурентоспроможних наукомістких секторів промисловості.

У такому випадку актуальним питанням було і залишається створення і подальший розвиток національної інноваційної системи (НІС), яка передбачає єдність інститутів і учасників інноваційного процесу, функціональних підтримуючих підсистем для забезпечення збалансованої діяльності системи в цілому, розробку державних і ринкових механізмів взаємодії між окремими компонентами на різних рівнях управління, підбір раціональних форм і методів забезпечення умов функціонування економічних агентів.

В Україні проблема полягає значною мірою у відсутності системного підходу при створенні НІС, недооцінки її ролі в заходах державної політики для прискорення інноваційного розвитку економіки внаслідок того, що держава усунулася від впливу на науково-технічний та інноваційний розвиток національного господарства. В цілому вище перераховане призводить до суттєвої втрати конкурентних позицій на світовому ринку високотехнологічних товарів та послуг.

При цьому держава через важелі інноваційної політики не спирається на найбільш ефективну компоненту – інституційне середовище, яке, по-перше, спрямоване на зародження, реалізацію (в матеріальній і нематеріальній формах) і комерціалізацію наукових, науково-технічних ідей в інноваційний продукт, продукцію і послуги. По-друге, створює умови для розширення конкуренції на базі інновацій, стимулює ефективне використання потенціалів природних, матеріальних, трудових, фінансових, ринкових, інформаційних ресурсів, забезпечує розповсюдження і захист інтелектуальної власності й технологічних нововведень.

Звертаючись до досвіду щодо інноваційної політики провідних країн світу, можна визначити, що основною ціллю формування національних інноваційних систем є підвищення якості життя населення, що здійснюється за рахунок:

- створення додаткових робочих місць як у сфері науки, так і виробництва та послуг;
- збільшення надходжень до бюджетів різних рівнів за рахунок підвищення обсягів виробництва наукомісткої продукції та зростання доходів населення;
- розміщення виробництв, перш за все екологічно шкідливих, у країнах, які не входять до "золотого мільярду";
- розв'язання власних екологічних та соціальних проблем за рахунок використання найновітніших технологій [1].

Проте, поряд з наведеними перевагами формування національних інноваційних систем, варто розглянути ряд внутрішніх проблем, що спричиняють недорозвиненість інноваційної інфраструктури. Зокрема слід виділити наступні:

1. недостатній обсяг і неякісна структура інвестицій на розвиток компонентів інноваційного середовища;
2. невідпрацьований механізм проведення державної інноваційної політики для розвитку цього середовища, неефективні інструменти управління інноваційним процесом;
3. багатогалузевий склад інноваційної інфраструктури; а саме: відсутність єдиного замовника її розбудови, некоординоване виділення коштів і необхідність створення спеціальних фондів;
4. незначна кількість вітчизняних суб'єктів інноваційного підприємництва, недостатня їх дієвість та інноваційна діяльність в цілому;
5. інноваційна інфраструктура розглядається традиційно як мале інноваційне підприємництво

(технопарки, технополіси, бізнес-інкубатори), не враховуючи інші організаційні форми, у тому числі європейську бізнес-мережу, міждержавні мережі інноваційної діяльності;

6. на початковому етапі перебуває становлення ринку інновацій, використання ринкових механізмів щодо попиту, пропозицій, ціноутворення, особливо на об'єкти інтелектуальної власності (ОІВ);

7. значні диспропорції в обсягах і структурі інноваційної діяльності за регіонами і технологічними укладами, розвитком інноваційної інфраструктури;

8. серед компонентів інфраструктури не виділені такі суттєві як: інноваційна логістика, маркетинг інноваційного процесу (кінцевої продукції за його етапами), інноваційне посередництво, підготовка і перепідготовка кадрів для інноваційної економіки, особливо інноваційних менеджерів та ін.

Аналіз стану інноваційної діяльності в Україні за останні роки характеризувався лише наявністю окремих елементів інноваційної інфраструктури, її слабкою розвиненістю за етапами інноваційного процесу. Діяльність винахідників, раціоналізаторів, науковців, які мають суттєві завершені науково-технічні розробки, не відчуває належної державної підтримки; за останні 15 років кількість працюючих в інноваційній сфері в Україні знизилася втричі, у той же час у США та в Західній Європі вона збільшилася вдвічі, у Південно-Східній Азії – учетверо [2].

У цьому випадку варто звернути увагу на зарубіжний досвід: уряди розвинених країн за державні кошти забезпечують створення інфраструктури на території, де стимулюється науковий розвиток. Наприклад, у Китаї на кожні десять доларів іноземних інвестицій шість держава вкладала у розвиток інфраструктури [3, с. 54]. Підприємці інвестують у розвиток конкретних підприємств, вони не мають бажання або їх важко залучити до фінансування об'єктів, спільних для всіх суб'єктів певної території. Примусове ж відрахування на такі потреби значна кількість інвесторів розглядає як додаткове оподаткування і утримується від вкладень, очікуючи, поки інші створять інфраструктуру. Для підтвердження такої точки зору наведемо залежність, яку визначено міністерством промисловості Швеції: "Якщо розмір податку на прибуток варіює між 0 і 25%, то схильність до підприємництва швидко зменшується, якщо ж податок досягає 50% від прибутку, то схильність до інновацій і пов'язаних з ними капітальними вкладеннями практично зникає" [4, с. 58]. Таким чином, інноваційна інфраструктура являє собою сукупність взаємопов'язаних функціональних підсистем національної інноваційної системи економічного, нормативно-правового, організаційно-структурного характеру, що забезпечують умови реалізації, підтримки і стимулювання інноваційного процесу господарюючим суб'єктам з урахуванням принципів економічної ефективності та інтересів споживачів в новаціях.

В цілому, незважаючи на те, що побудова сучасної інноваційної моделі економіки України все ще перебуває у початковому стані, вже з'являються нові організаційні форми господарювання і відносин між учасниками інноваційного процесу, формуються умови для створення ринкових відносин між ними. Постійні зміни в економіці й пристосування до цих змін економічних агентів, потреба в якісному і швидкому впровадженні інновацій вимагає нових підходів до створення інфраструктурних компонентів відповідно до тенденцій розвитку з урахуванням механізмів державного регулювання і підтримки комерційного сектора.

1. Геєць В.М., Семиноженко В.П. Інноваційні перспективи України. – Харків: Константа, 2006. – 272 с. 2. Мазур О. Закон про технопарки втретє підтримала Верховна Рада // Дзеркало тижня. – 2007. – 27 січня. 3. Новолишин П. Напрями розвитку та вдосконалення діяльності вільних економічних зон // Економіст. – 2001. – № 11. – С. 50–58. 4. Санто Б. Инновация как способ экономического развития: Пер. с венгер. – М.: Прогресс, 1990. – 372 с.

Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С.
Сумський державний університет

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-СПРИЯТЛИВОГО СЕРЕДОВИЩА НА ПІДПРИЄМСТВІ

Світовий досвід свідчить, що найвищі темпи економічного зростання та стандарти якості життя громадян спостерігаються у країнах, які стали на шлях інноваційного розвитку. Для вітчизняної економіки, у структурі якої переважають виробництва III-IV технологічних укладів, інноваційний шлях розвитку у руслі концепції інноваційного випередження є безальтернативним. Наразі значна частина українських підприємств втрачає ринкові позиції і тримається на ринку за рахунок стратегії вичерпання можливостей, у т. ч. використання дешевої робочої сили, практичного призупинення оновлення виробничих потужностей і досліджень у галузі розробки інноваційної продукції. Виходячи з цього, проблема інтенсифікації переходу на інноваційний розвиток надзвичайно актуалізується для усіх галузей української економіки, а особливо для промисловості, яка впливає на темпи і напрями розвитку НТП практично у всіх сферах суспільного виробництва і людської діяльності взагалі.

Активізувати і інтенсифікувати процеси переходу промислових підприємств на інноваційний розвиток, створити передумови стійкого інноваційного розвитку вітчизняної економіки у руслі концепції інноваційного випередження можливо шляхом формування середовища сприятливого для інноваційної діяльності. Для цього необхідно розробити методологічні та теоретико-методичні засади комплексного механізму формування інноваційно-сприятливого середовища, визначити його структуру і склад елементів, сформувати сукупність інструментів і методів, що реалізують його функції.

Вітчизняними і зарубіжними науковцями розроблено теоретико-методичні засади формування механізмів регулювання і стимулювання інноваційної діяльності на державному рівні (фінансування, надання пільг, організаційне забезпечення тощо) та рівні окремого підприємства чи установи (інструменти і методи маркетингу та менеджменту інновацій, управління інноваційними ризиками, організаційне і фінансове забезпечення інноваційного розвитку тощо). Ними також досліджено окремі аспекти формування інноваційної культури як важливої складової середовища сприятливого для інноваційної діяльності.

Проте наявні розробки слабо пов'язані між собою, у значній частині мають фрагментарний характер, що не дає можливості у комплексі вирішити проблему формування інноваційно-сприятливого середовища для інтенсифікації переходу промислових підприємств на інноваційний розвиток. Не розкрито особливості взаємодії механізмів формування інноваційно-сприятливого середовища на макро- і макрорівнях, не визначена їх ієрархія. Недостатньо досліджені питання аналізу і визначення пріоритетних напрямків інноваційного розвитку для реалізації яких є достатні і необхідні зовнішні і внутрішні умови. Практично не дослідженими залишилися питання забезпечення узгодженої взаємодії інноваційної культури підприємства і держави у цілому. Не визначено роль і місце інноваційної культури у забезпеченні сприятливого середовища для інноваційного розвитку промислових підприємств, при формуванні і реалізації їх інтелектуального капіталу і потенціалу інноваційного розвитку загалом.

Враховуючи викладене постає проблема розроблення методологічних засад механізму формування інноваційно-сприятливого середовища для розвитку промислових підприємств.

Аналіз свідчить, що в економічно-розвинених країнах, які стали на шлях інноваційного розвитку, цілеспрямовано формується таке середовище. В його основу покладено механізми державного стимулювання та регулювання інноваційної діяльності, а також інструменти і методи управління інноваційним процесом на рівні окремих організацій.

Елементи інноваційно-сприятливого середовища присутні в Україні, вони постійно розвиваються відповідно до світових тенденцій і з урахуванням національної специфіки. Проте в Україні практично не сформована інноваційна культура, яка на рівні держави відіграє роль соціокультурного механізму регулювання інноваційної поведінки людини, на рівні ж окремого підприємства вона є важливою складовою його потенціалу інноваційного розвитку, формує умови реалізації його інтелектуально-креативного, організаційного та мотиваційного потенціалів. Її розвиток, у сукупності з механізмами державного стимулювання, а також методами управління інноваційним процесом на рівні окремих

підприємств повинен сформувати інноваційно-сприятливе середовище для реалізації наявних порівняльних конкурентних переваг України.

Для розроблення механізму формування інноваційно-сприятливого середовища пропонується поєднання методології, методів і інструментів маркетингу і менеджменту інновацій, управління змінами та знаннями, розвитку інноваційної культури на різних рівнях узагальнення у їх логічному взаємозв'язку. Це забезпечить належну мотивацію інноваційної діяльності, дозволить реалізувати креативний потенціал персоналу підприємств, задіяти перевірені інструменти і методи визначення перспективних напрямів інноваційного розвитку, оптимальної організації інноваційного процесу у часі і просторі, ефективно просувати інновації на національні і міжнародні ринки.

Сформовано комплекс задач, які необхідно розв'язати у процесі розроблення механізму формування інноваційно-сприятливого середовища:

- виконати системний аналіз і пошук шляхів розв'язання проблем, що ускладнюють формування інноваційно-сприятливого середовища для інтенсифікації переходу вітчизняних промислових підприємств на інноваційний розвиток;
- розробити теоретико-методичні підходи до аналізу ринкових можливостей інноваційного розвитку, а також до визначення пріоритетних напрямків їх реалізації, які б дозволили реалізувати і посилити порівняльні конкурентні переваги вітчизняних промислових підприємств;
- дослідити і систематизувати механізми формування інноваційно-сприятливого середовища на національному рівні і рівні окремої організації;
- дослідити методологічні засади взаємодії механізмів формування інноваційно-сприятливого середовища на промисловому підприємстві;
- розробити організаційно-економічні засади формування інноваційної культури (на рівні окремого підприємства і держави у цілому) як основи інноваційно-сприятливого середовища розвитку промислових підприємств;
- розробити теоретико-методичні засади діагностики стану інноваційної культури на різних рівнях узагальнення, а також вибору методів управління її розвитком за результатами діагностики;
- визначити принципи і розробити схему і послідовність процедур взаємодії інструментів і методів створення інноваційно-сприятливого середовища, зокрема: формування інноваційної культури, управління знаннями, управління змінами, фінансової та організаційної підтримки інноваційної діяльності, управління інноваційними ризиками тощо;
- розробити теоретико-методологічні і прикладні аспекти організаційно-економічного механізму формування інноваційно-сприятливого середовища на промислових підприємствах на основі розвитку їх інноваційної культури.

Практичне впровадження зазначеного механізму дозволить:

- сформувати і розвивати інноваційну культуру як на загальнонаціональному рівні, так і на рівні окремих підприємств та установ;
- задіяти у формуванні інноваційно-сприятливого середовища інструменти і методи управління знаннями, управління змінами;
- обґрунтовувати вибір перспективних напрямків інноваційного розвитку, які б дозволили реалізувати і посилити наявні конкурентні переваги промислових підприємств;
- ефективно управляти інноваційними ризиками тощо.

Подальші дослідження повинні бути спрямованими на розроблення та практичну апробацію теоретико-методичних засад механізму формування інноваційно-сприятливого середовища на підприємстві.

Козик В.В.
Національний університет "Львівська політехніка"

ВИЩІ НАВЧАЛЬНІ ЗАКЛАДИ У НАЦІОНАЛЬНІЙ ІННОВАЦІЙНІЙ СИСТЕМІ

Головною рушійною силою сучасної пост матеріальної економіки ("неоекономіки", "нової економіки") є знання, а головним ресурсом – людський капітал. Найбільш вигідними на цьому етапі визнані інвестиції в людину, її знання і таланти [1, с. 20].

Сучасна інноваційна модель розвитку економфсіки України передбачає інтеграцію науки, освіти та бізнесу і розглядає знання як виробничий чинник. Три з п'яти підсистем національної інноваційної системи – освіти, генерації знань та інноваційної інфраструктури відображають такий зв'язок, а четверта підсистема – виробництва – є споживачем результатів їх діяльності [2]. Взаємодія в тріаді "університети – бізнес - промисловість" стає визначальним фактором інноваційного зростання. Такий підхід до формування національної інноваційної системи співпадає зі створеною Європейською Комісією загальною концепцією інноваційного розвитку, яка визначає три групи пріоритетних напрямків: створення інститутів, що стимулюють суб'єктів фінансової, наукової та промислової діяльності до впровадження інновацій; створення сприятливого середовища для інноваційної економіки; розвиток гуманітарного капіталу, насамперед формування у суспільстві загальної інноваційної культури [1, с. 26-29].

В реалізації концепції інноваційного зростання провідне місце повинні займати вищі навчальні заклади. Крім традиційно освітянської діяльності на них покладаються завдання дослідницької діяльності, розповсюдження знань і технологій, виявлення на ранніх стадіях інтелектуальної еліти та сприяння її творчому розвитку, підвищення у суспільстві загального рівня науково-технічної грамотності та інноваційної культури. Досвід провідних країн світу засвідчує, що могтися необхідного результату у вигляді розвиненої економіки можна лише за умови, коли усі ці складові у діяльності вищих навчальних закладів тісно переплетені. Виконуючи свою основну функцію, передові університети давно стали провідними науковими центрами, а викладання здійснюється на власних дослідженнях, інтегрованих у найостанніші здобутки світової науки. Таким чином, формування фахівців проходить з орієнтацією на творчий розвиток.

В Україні наукову та науково-технічну діяльність здійснюють вищі навчальні заклади III – IV рівня акредитації (надалі університети). В університетах виконується широкий спектр фундаментальних та прикладних досліджень. На їх долю у 2008 році припадало 10,5 % від усього обсягу виконаних у країні фундаментальних і 15,1 % прикладних досліджень [3, с. 13]. Така тенденція наукових досліджень зберігається і до даного часу.

Разом з тим, слід відзначити суперечливі тенденції у розвитку університетської науки. Так, кількість охоронних документів у Державному департаменті інтелектуальної власності України, отриманих університетськими вченими у 2011 р. складала – 70,8 % від їх загальної кількості [4]. Тобто, понад дві третини винаходів у країні заявляють університетські вчені. Це певною мірою пояснюється тим, що майже дві третини загальної чисельності докторів наук в Україні (у 2008 р. – 62,4 % [3, с.14]) працюють у вищих навчальних закладах. Але, маючи дуже високий науковий потенціал, університетські вчені виконували менше, ніж 10% НДДКР, переважно займаючись навчальною роботою. Це зумовлюють декілька причин: недостатнє бюджетне фінансування наукової діяльності, у тому числі і університетської науки; зниження інноваційної активності вітчизняних підприємств і, як наслідок – зменшення кількості замовлень на прикладні дослідження; складність та довгий час наукової розробки від її ідеї до реалізації; найбільша кількість докторів наук (понад 30%) належить до вікової групи 60-70 років; відсутність відкритих конкурсних засад у освоєнні бюджетних коштів, виділених на здійснення НДДКР основним суб'єктам наукової діяльності Національної академії наук та галузевим академіям наук і Міністерству освіти і науки України. Однак, не зважаючи на несприятливі тенденції, університетська наука залишається потужним джерелом інноваційного розвитку економіки країни.

Попри складність у бюджетному фінансуванні, університети можуть відіграти позитивну роль у розповсюдженні знань і технологій. Університетські центри трансферу технологій, відділи інтелектуальної власності, ліцензування чи патентування повинні стати осередками сприяння доведенню інноваційних розробок (власних і на замовлення) до потенційних споживачів. Виконання робіт з

впровадження наукових розробок на замовлення бізнесу може стати вагомою часткою у наповненні університетського бюджету.

У найближчій перспективі перед університетами постає важливе завдання з підготовки професійних кадрів з трансферу технологій – технологічних брокерів з інтелектуальної власності та менеджерів з ліцензування.

Новою в університетській діяльності, але важливою для інноваційного розвитку країни може стати практика виявлення на ранніх стадіях інтелектуальної еліти та сприяння її творчому розвитку через активізацію наукової діяльності студентів і аспірантів на визначених університетом пріоритетних напрямках наукових досліджень, проведення конкурсів ідей з вирішення конкретних наукових та практичних задач, виділення грантів для реалізації молодими вченими власних наукових ідей. Досвід Львівської політехніки підтверджує перспективність такого шляху.

Необхідно повернутися до призабутої практики сприяння розвитку в університетах малого підприємництва, створювати умови для діяльності організованих працівниками малих інноваційних підприємств. Найбільшу потенційну прибутковість для унівебрситету мають власне виробництва у вигляді частки у підприємстві, створення підприємств типу “start-up” та “spin-off”. Такі підприємства повинні відкривати перспективні напрями розвитку бізнесу та започатковувати створення потужних компаній.

Усі складові тріади “університет – бізнес - промисловість” є однаково важливими і лише разом вони спроможні забезпечити економічне зростання країни

1. Семиноженко В.П. Інноваційна політика України як національний проект. // Економіка знань: виклики глобалізації та Україна. Під аг. Ред. Л.П. Гальнинського, С.В. Льовочкіна, В.С. Семиноженка, 261 с. 2. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 грудня 2009 року № 680-р. “Про схвалення Концепції розвитку національної інноваційної системи на 2009-2013 роки”. 3. Другов О.О. Сучасний стан і перспективи інноваційного забезпечення сфер науки та вищої освіти в Україні: наукове видання. – Львів, 2009. – 60 с. 4. Манзій В.П. Проблеми комерціалізації знань в університетах. Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції “Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури”. (Львів, 19-21 травня 2011 р.). – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 492 с.

.

Копець Г.Р., Рачинська Г.В., Мавріна А.О.
Національний університет «Львівська політехніка»

МЕХАНІЗМ ВЗАЄМОДІЇ УЧАСНИКІВ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СФЕРІ ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТУ

Передумови пришвидшення впровадження інноваційних процесів у сфері енергоефективності (ІПСЕ) мають такі складові:

- необхідність оптимізації енергоспоживання в контексті майбутнього входження у європейські економічні процеси, а також врахування глобалізацій них та інтеграційних чинників;
- висока енергомісткість вітчизняних товарів та послуг в умовах дефіцитності енергетичних ресурсів;
- необхідність корегування недосконалої галузевої структури вітчизняної економіки, зменшення технологічного відставання національних галузей економіки від сучасного рівня розвинутих країн;
- необхідність підвищення ефективності видобутку, транспортування та використання енергоресурсів у народному господарстві;
- необхідність застосування нових більш ефективних та вторинних ресурсів згідно концепції сталого розвитку;
- скорочення втрат ресурсів, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції.

Законодавчою базою здійснення ІПСЕ є Комплексна державна програма енергозбереження, Закон України «Про енергоефективність». Проблемами здійснення ІТСЕ займалися вчені: О. Акіншина, А. Андрижиєвський, О. Антоненко, Н. Дацкер, В. Жовтянський, Д. Зеркалов, М. Ковалко, Г. Копець, Л. Третякова, С. Черевко, М. Яценко та інші.

Для формування ефективного механізму взаємодії учасників інноваційних процесів у сфері енергоменеджменту необхідно організувати такі етапи:

- визначення пріоритетів розробки й здійснення ІПСЕ;
- професійне планування стратегічних і тактичних планів здійснення ІПСЕ;
- ефективне бізнес-планування при впровадженні ІПСЕ, залучення відомих консалтингових фірм при складанні бізнес-плану; розробка бізнес-плану іноземною мовою при використанні капіталу іноземних інвесторів, в тому числі, для підприємств з іноземним капіталом;
- вибір об’єктів та оцінювання ефективності при інвестуванні в енергоощадні проекти;
- перевірка ефективності та можливості виконання оперативних планів впровадження ІПСЕ, ефективного розподілу повноважень та відповідальності між виконавцями інноваційних проектів, уточнення строків втілення цих проектів;
- всебічна комплексна перевірка якості ІПСЕ;
- професійне проведення енергоаудитів;
- підготовка та підвищення кваліфікації персоналу, ефективне мотивування більш повної реалізації потенціалу людського капіталу;
- застосування сучасних фінансових механізмів (зокрема Energy Performanse Contracting);
- організування, контролювання та регулювання проведення всіх етапів ІПСЕ;
- моніторинг системи менеджменту використання енергоресурсів.

Механізм впровадження ІПСЕ буде здійснюватися як у техніко-технологічному, так і структурному напрямі. Механізм впровадження ІПСЕ повинен включати енерго-екологічну складову, задіювати всі функції менеджменту з метою ефективного використання усіх ресурсів, мотивацію людських ресурсів відповідно до цілей стратегії енергоефективності як конкретної організації (установи), так і суспільства в цілому.

Об’єктами ІПСЕ є підприємства, організації, бюджетні та громадські установи. Суб’єктами ІПСЕ є державні органи влади та місцевого самоврядування, громадські інституції та спонсорські організації, іноземні інвестори та інвестиційні фонди.

Корнух О.В.
ДВНЗ «Криворізький національний університет»

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ВІДНОШЕНЬ МІЖ НАУКОВИМИ УСТАНОВАМИ ТА СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ ЩОДО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Досягнення конкурентних переваг суб'єктами господарювання на сучасному етапі розвитку економіки можливе лише за умови ефективного використання інтелектуальних ресурсів, впровадження сучасних наукомістких технологій, розробки якісно нової продукції, створення інновацій. Для підприємства є два шляхи, або повністю перейти на інноваційний шлях розвитку або локально впроваджувати інновації для вирішення таких питань як: економія витрат, отримання додаткового доходу, підвищення ефективності діяльності. В першому випадку інновації забезпечують розвиток підприємства у довгостроковій перспективі і визначають його економічне спрямування, в другому – інновації забезпечують вирішення окремих проблем або питань у короткостроковій перспективі.

Інноваційний розвиток підприємства – еволюційний або революційний процес інноватизації підприємства за рахунок ефективного використання інтелектуальних ресурсів, як власних так і залучених, і характеризується прогресивною зміною його якісного стану.

На сучасному етапі формування механізмів та інструментів інноваційного розвитку суб'єктами господарювання різних рівнів особливо гостра постає проблема у висококваліфікованих фахівцях, основними функціями яких є керівництво інноваційними проектами, забезпечення організації реалізації «під ключ» проектів з організації нових виробничих систем, реформуванню на діючих виробництвах товарів та послуг, управлінню інтелектуальною власністю тощо.

В цьому напрямку є певна проблема, оскільки навчати управляти інноваційними проектами можуть, ті хто мають необхідний сучасний рівень теоретичної підготовки та позитивний досвід реалізації інноваційних проектів. Тут важливо грамотно поєднати освітні та виробничі функції. Важливо зазначити, що ефективність інноваційного проекту забезпечується: по-перше, керівником проекту, його творчим інтелектуальним потенціалом, енергією, знаннями, талантом; по-друге, учасниками проекту з відповідних напрямів (фінанси, логістика, інвестиції, маркетинг та ін.), які мають найвищій рівень кваліфікації, творчий потенціал, вміють генерувати й відстоювати ідеї, працювати у команді, тощо. Саме ці якості виходять на перший план і суттєво відрізняються від загального підходу до компетенції та кваліфікації працівника. Така ситуація обумовлена основними елементами структури інноваційного проекту - фундаментальними та прикладними дослідженнями.

Перед підприємством (корпорацією) постає питання вибору: або відбирати фахівців на ринку праці, або почати довгостроковий процес підготовки та відбору молодих спеціалістів. Практика підбору персоналу на великих промислових підприємствах показала, що вони здебільшого схильні до обрання молодих талановитих випускників університетів, які проходять випробування на інтелектуальні здібності, рівень знань іноземної мови, психологічні тести тощо.

На нашу думку, підприємству необхідно починати спостереження за майбутніми фахівцями з необхідних напрямів та залучати їх у науково-практичній діяльності вже на третьому курсі університету. Концептуальний підхід до формування відносин між підприємствами (корпораціями) та вищими навчальними закладами представлена на рис. 1.

Даний підхід передбачає створення нових структурних підрозділів з інноваційного розвитку як в наукових установах, так і на підприємстві.

Створення центру при Національному університеті сприятиме процесам інноваційного розвитку на регіональному рівні шляхом: встановлення зв'язків із органами місцевого самоврядування для визначення напрямків наукових досліджень пріоритетних галузей та підприємств міста, області; формування інформаційного ресурсного центру із науковими тематиками, анотаціями результатів впроваджених інноваційних проектів, винаходів; організації інноваційних форумів для забезпечення встановлення зв'язків між підприємствами та науковцями, обміну досвідом, тощо.

Державний механізм стимулювання взаємодії між учасниками інноваційного процесу

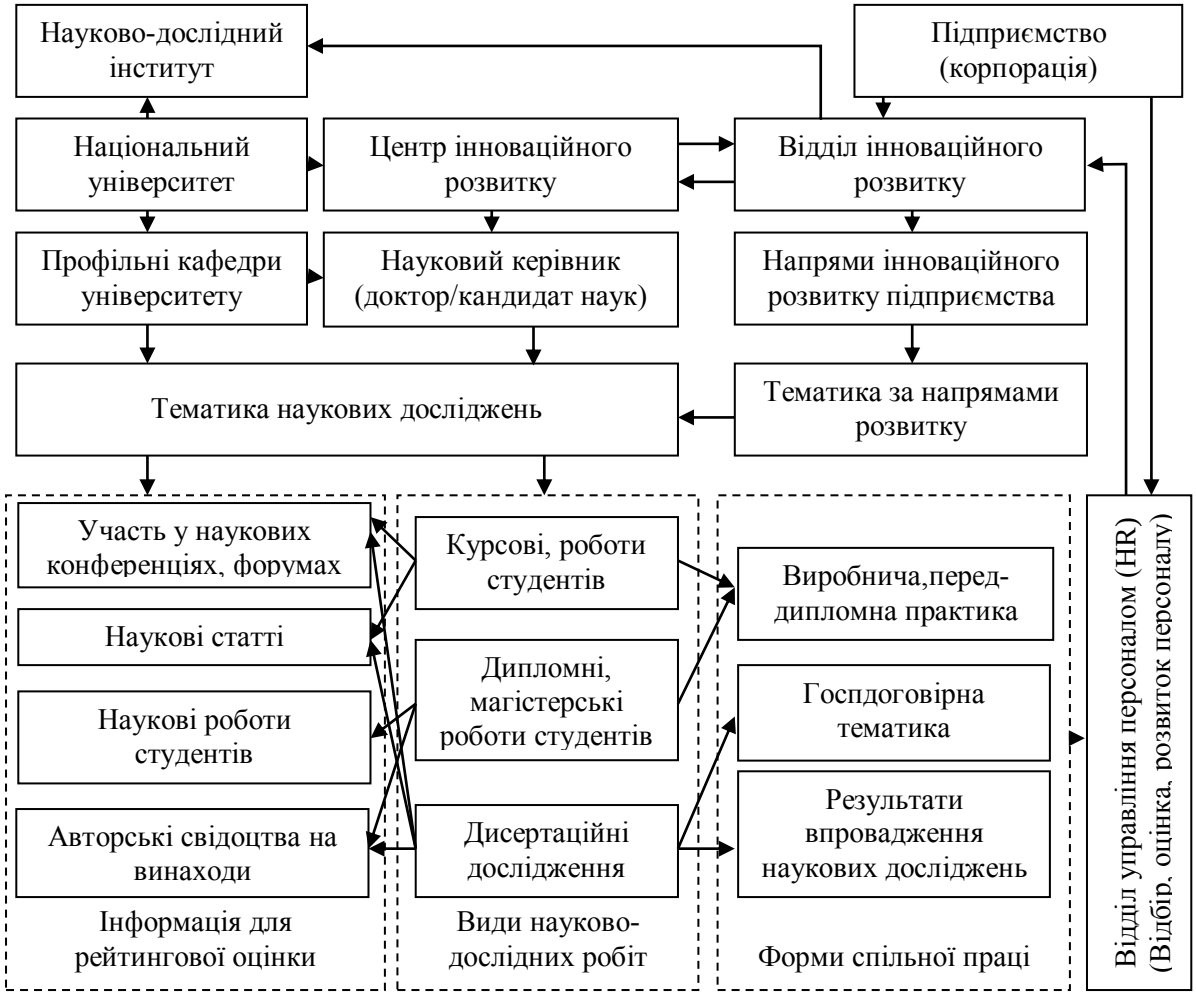


Рис. 1 Система взаємодії підприємства з науковими установами

Забезпечення ефективного функціонування відділу інноваційного розвитку підприємства є окремим науковим дослідженням.

Отже, підприємство, яке обрало інноваційний шлях розвитку, протягом 5-7 років може повністю забезпечити себе кадрами найвищої кваліфікації (кандидатів, докторів наук) для забезпечення ефективної реалізації інноваційних проектів.

Крет І.З.
Національний університет "Львівська політехніка "

СТАНОВЛЕННЯ НАЙВАЖЛИВІШИХ ВІДКРИТТІВ ЛЮДСТВА ТА ЇХ ВПЛИВ НА СТИМУЛЮВАННЯ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ УЧАСНИКАМИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ

Рейтинг найважливіших відкриттів в історії людства запропонований Лондонським музеєм науки охоплює проміжок часу від появи першого парового двигуна – до створення космічного апарату Appolo - 10. Розглянуті відкриття визначали минуле, суттєво впливають на сьогодення і безперечно відповідно змінять майбутнє.

Зокрема, німецькі балістичні ракети Фау-2, увійшли до списку тому, що вони сприяли вивченню космосу і виведенню супутників на орбіту, які в свою чергу прискорили, як появу мобільних телефонів, так і розвиток принципово нових видів комунікацій.

Найважливіші відкриття в історії людства запропоновані Лондонським музеєм науки проаналізовані автором і подані у часовому проміжку в таблиці [1]:

Таблиця

Аналіз становлення найважливіших відкриттів людства у часовому проміжку

№ з\п	Найменування відкриття	Автори (розробники)	Рік (дата) створення	Місце у рейтингу Лондонського музею науки
1.	Поява парового двигуна	Д. Папен	1674 р.	1
2.	Паровоз	Д.Стефенсон	1822 р.	4
3.	Електричний телеграф	Ф.Кук і Ч.Вітстон	1837 р.	3
4.	Рентгенівський прилад (трубка)	В.К.Рентген	1895 р.	5
5.	Автомобіль «Форд-Т»	Г. Форд	27 вересня 1908 р..	6
6.	Винайдення пеніциліну	О.Флемінг	1928 р.	7
7.	Балістичні ракети Фау-2	німецький конструктор Вернер фон Браун	березень 1942 р.	2
8.	Пілотна модель комп'ютера ACE (Automatic Computing Engine- Автоматичний ком-п'ютерний пристрій)	А.Тьюрінг	1946 р.	8
9.	Спіральна модель ДНК	Ф.Крік і Д.Ватсон	1953 р.	9
10.	Космічний апарат Appolo -10	компанія North American Rockwell (США)	18 травня 1969 р.	10

За результатами порівняння можна стверджувати наступне. Найважливішим відкриттям людства у системі радикальних нововведень (в проміжку часу 1740 - 2013 роки) безперечно є і залишається паровий двигун. Крім того у різних галузях і видах виробництва у 19 столітті використовували паровоз Стефенсона (четверте місце), електричний телеграф Кука і Вітстона (третє місце), рентгенівський прилад (п'яте місце). Перша половина минулого століття характеризується появою автомобіля «Форд-Т» (шосте місце), винайденням пеніциліну (сьоме місце) і виробництвом балістичних ракет Фау- 2 (четверте місце).

Останніми наважливішими і радикальними відкриттями є пілотна модель комп'ютера ACE (восьме місце), спіральна модель ДНК (девяте місце) і космічний апарат Appolo -10 (десяте місце).

Безперечно, що радикальні нововведення не охоплюють тільки винайдення пеніциліну та спіральну модель ДНК, але охоплюють 8 із 10 найважливіші відкриттів в історії людства [2].

Вони засвідчують про необхідність і доцільність в першу чергу продовжувати розробки в таких галузях:

- інформаційних технологій (зокрема створення комп'ютерів нових поколінь);
- генетики, як основи буття людини і його продовження на Землі;
- подальшого освоєння космосу та дослідження інших цивілізацій.

Сьогодні ряд провідних зарубіжних університетів з високим рівнем конкуренції ринку науково-

освітніх послуг активно працюють над інноваційними формами освітньої і наукової діяльності [3]. Отже, виробництво, яке засноване на використанні певного обсягу знань, вимагає від університетів постійного удосконалення освітніх навчальних програм, впровадження нових форм освоєння знань, систематичного підвищення кваліфікації викладацького складу та оновлення матеріально-технічної бази на основі концепції «підприємницького університету», сформульованої Б. Кларком.

Дане питання є актуальним і для навчальних закладів України, і впершу чергу для науко-дослідних структур, зокрема університету "Львівська політехніка ".

Відповідно активізація і стимулювання взаємодії між учасниками інноваційного процесу в українській економіці, повинно забезпечуватися через вирішення наступних основних завдань:

- створення передумов для ефективного впровадження останніх технічних новинок в галузях інформаційних технологій, генетики і подальшого освоєння космосу;
- визначення і реалізація раціональних форм інтеграції науки та освіти, підготовки відповідних наукових кадрів і висококваліфікованих менеджерів для інноваційної діяльності, на основі впровадження концепції «підприємницького університету»;
- заміна науково-технічної структури сучасними мобільними структурами у вигляді малих інноваційних фірм, консалтингових компаній, тимчасових творчих колективів і т.д.;
- збереження і розвиток стратегічного науково-технічного потенціалу в пріоритетних напрямках розвитку України;
- більш ширше застосування таких форм організації інноваційної діяльності, таких як технопарки, технополіси, «інкубатори»;
- визначення сучасних пріоритетних напрямків розвитку досліджень, розробок і їх державного фінансування;
- забезпечення швидкої структурно-технологічної перебудови як на рівні окремих підприємств, так і економіки України у цілому;
- створення відповідних умов для збереження існуючого кадрового потенціалу науково-інноваційної сфери і недопущення еміграції висококваліфікованих наукових кадрів з України.

Безпосередньо активізація і стимулювання взаємодії між учасниками інноваційного процесу в українській економіці, повинно забезпечуватися через дотримання принципів системності, комплексності, орієнтації переважно на інноваційний розвиток та балансу інтересів самих суб'єктів інноваційного процесу.

Сам аналіз процесів, які відбуваються в економіці України, дозволяє зробити висновок про їх недостатнє методологічне та науково-методичне забезпечення, особливо, у частині формування нових економічних механізмів управління інноваційними процесами розвитку вітчизняних підприємницьких структур та окремих суб'єктів підприємницької діяльності, що сприятимуть їх тривалому виживанню та розвитку, виходу із кризи і піднесенню самої вітчизняної економіки.

1. Крет І.З. Формування найважливіших відкриттів людства та їх вплив на проблеми і завдання активізації вітчизняної інноваційної політики // МНПК/ Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури/ Львів, 16-18- травня 2013 р./ тези доповідей, Л.: НУ "ЛП", 2013.– с. 176-177. 2. Крет І.З. Найвідоміші технологічні відкриття людства в системі радикальних нововведень // МНПК/ Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури/ Львів, 19-21- травня 2011 р./ тези доповідей, Л.: НУ "ЛП", 2011.– с. 294-295. 3. Ляшенко В.І., Підоричева І.Ю. Інтеграційні форми взаємодії в інноваційному ланцюжку: стан і перспективи розвитку в Україні. // Економіка і управління. – 2011. – № 5. – с. 28–29.

Кузьмін О.Є., Жежуха В.Й.
Національний університет «Львівська політехніка»

ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД ІНЖИНІРИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ПЕРЕДУМОВИ ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

Інноваційні можливості вітчизняної економіки тісно пов'язані із технологіями, стан яких багато в чому залежить від інжинірингу й діяльності інжинірингових компаній. Відтак, актуальним завданням сьогодення є вивчення та порівняння вітчизняного й іноземного досвіду інжинірингової діяльності з метою виявлення напрямків її удосконалення в Україні.

Огляд й узагальнення літературних джерел [1; 3-5] дає змогу зробити висновок про те, що повноцінний вітчизняний інжиніринг сьогодні знаходиться на етапі зародження. Відтак, вітчизняні інжинірингові компанії повинні вивчати світові здобутки у сфері реалізації інжинірингових проектів. У першу чергу корисним буде досвід західного інжинірингу у напрямку встановлення контактів із венчурними фондами, інвестиційними компаніями, фінансово-кредитними установами, бізнес-інкубаторами тощо. При цьому, слід звернути уваги на понад 100-літній успішний досвід розвитку відомих інжинірингових компаній, чимало з яких сьогодні у своєму штаті мають тисячі працівників, що є фахівцями високого рівня й генераторами креативних проектів з обґрунтованим техніко-економічним забезпеченням. Зокрема, як вказано у роботі Е. Закірова [2, с. 32], у 2009 р. у США зареєстрованими були понад 25 000 підприємств, що надають інжинірингові послуги, різних за величиною і формами господарювання.

Порівнювати вітчизняний та іноземний досвід інжинірингової діяльності як передумови інноваційних перетворень, слід звернути увагу на змістове наповнення інжинірингових контрактів: якщо в Україні (як здебільшого і у колишньому СРСР) такі договори містять найчастіше декілька сторінок, то в економічно розвинутих країнах зміст інжинірингового проекту регламентований угодами на кілька сотень (і навіть тисяч) сторінок. Варто звернути увагу ще на таку закономірність: в Україні лише незначний відсоток інжинірингових компаній – це ті, які виникли «з нуля»; усі решту або сформувалися на базі колишніх проектних інститутів, або виділились із різних виробничих об’єднань. Як свідчить досвід економічно розвинутих країн, там ситуація кардинально інша: практично усі компанії, що надають інжинірингові послуги, – це утворені «з нуля», які увібрали в себе сучасні погляди на інжинірингову діяльність й реалізацію інжинірингових проектів. В Україні ж і надалі інжиніринг багатьма компаніями трактується з позиції радянського бачення цього: як комплекс робіт з проектування, науково-технічної підготовки виробництва, авторського нагляду, науково-дослідних розробок тощо. Чимало вітчизняних інжинірингових компаній спеціалізуються лише на наданні окремих послуг інженерно-технічного характеру і не спроможні надати комплекс інжинірингових послуг «під ключ». Наслідком цього сьогодні є, наприклад, характерне для вітчизняного машинобудування використання у кращому випадку технологій 1970-х років, а здебільшого і 50-х чи 60-х.

В економічно розвинутих державах інжинірингові компанії виконують іншу важливу роль: вони є з’єднувальною ланкою між виробником продукції (одночасно і замовником інжинірингових послуг) та проектно-конструкторським бюро і відповідають за технологічну складову інжинірингового проекту. Причому слід наголосити на існуванні відмінних підходів до організування робіт під час реалізації інжинірингових проектів у межах вітчизняного й іноземного інжинірингу. Західний інжиніринг акцентує увагу на глибокій та постійній співпраці між інжинірингової компанією та замовником інжинірингових послуг. Це виступає своєрідною нормою поведінки. Знаючи це, інжинірингові компанії відкриті на співпрацю, а підприємства-замовники беруть активну участь у всіх етапах інжинірингового проекту. В Україні ситуація здебільшого кардинально інша: проектний інститут одержує технічне завдання, ійого виконує й одержує від замовника оплату, відтак, жодної активної участі останнього у реалізації інжинірингового проекту не передбачено.

Для вітчизняного ринку інжинірингу не є характерним існування об’єднань інжинірингових компаній, що є однією із характеристик західного інжинірингу. Зокрема, нерідко в економічно розвинутих державах інжинірингові об’єднання зосереджуються навколо найбільших дистриб’юторів технологій. Окрім того, на відміну від вітчизняних, іноземні інжинірингові компанії із високим рівнем ймовірності

гарантують одержання очікуваного результату реалізації інжинірингового проекту. Разом з тим, асортимент їхніх послуг є доволі широким, а технології надання інжинірингових послуг – гнучкими.

Ще однією характерною ознакою розвитку інжинірингу у західних країнах, на відміну від України, є чітке дотримання положень конфіденційності, що, зокрема, чітко прописується у контрактах. Західні інжинірингові компанії усвідомлюють, що кожен замовник інжинірингових послуг – це висококваліфікований суб'єкт, який знає про очікувані результати реалізації інжинірингового проекту.

Розвитку інжинірингу в економічно розвинутих державах, на відміну від України, сприяють також зовнішні чинники, а саме: високий рівень ділової активності в економіці, стабільність і передбачуваність валютної та фіскальної політик, прозоре законодавство у сфері захисту прав інтелектуальної власності, наявність ефективних і, що головне, дієвих програм розвитку інноваційно-високотехнологічних виробництв на різних рівнях управління економікою, високий рівень правового захисту замовників інжинірингових послуг, несуперечливість стандартів тощо. Не слід забувати і про те, що суб'єкти господарської діяльності у західних країнах під час формування програм розвитку виробництва орієнтуються в першу чергу на середньо- і довгострокову перспективу (відтак, наприклад, свідомо не обирають застарілі, хоч і дешеві, технології), тим самим впроваджуючи технологічні процеси із високим рівнем інноваційності (саме через це зростає роль і значення інжинірингу). У перспективі це призводить до оптимізації бюджету експлуатаційних витрат і дає змогу збільшити бюджет розвитку, що, безперечно, в умовах обмеженості ресурсів є важливим.

Таким чином, вітчизняні інжинірингові компанії в умовах сьогодення не є повноцінними генераторами модернізації виробництв та інноваційних перетворень. Очевидно, що з часом ситуація зміниться під впливом загострення конкуренції, посилення глобалізаційних процесів, а також підвищення рівня складності технологій.

1. Городиська Н.А. Поняття інжинірингу та його значення у ринкових умовах господарювання / Н.А. Городиська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – №727. – С. 33-39. 2. Закиров Е. Консалтинговый инжиниринг в Узбекистане: de facto / Е. Закіров // Технология и дизайн. – 2009. – №1. – С. 31-33. 3. Кондратьев В. Даешь инжиниринг! Методология организации проектного бизнеса: [навч. посібник] / В. Кондратьев, В. Лоренц. – М.: Эксмо, 2007. – 446 с. 4. Кузьмін О.Є. Вплив використання уживаних технологій на діяльність інжинірингових підприємств та інноваційний розвиток суб'єктів господарювання / О.Є. Кузьмін, Н.А. Городиська // Тези доповідей IV Міжнародної науково-практичної відео-конференції [«Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми комерціалізації науково-технічних розробок»], (Львів, 23-24 травня 2012 р.). – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2012. – С. 156-157. 5. Лобанов А.А. Организация инжиниринговых услуг с применением логистики: [автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством] / А.В. Чуприн. – Москва, 2009. – 24 с.

Кулініч Т.В., Фатерига О.В.
Національний університет "Львівська політехніка"

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ЧИННИКІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Сучасний етап функціонування туристичної галузі вимагає її активної участі в інноваційній моделі економічного розвитку України. Практика доводить, що саме інноваційні зрушення в діяльності підприємств туристичної галузі здатні забезпечити високі показники їх економічного росту та підвищення конкурентоспроможності.

Можливості поліпшення організації туристичного бізнесу з урахуванням окремих інновацій у цій сфері розглянуті в працях таких вітчизняних і закордонних учених: Бирковича В.І., Боголюбова В.С., Дмитрука С.В., Дуровича А.П., Жукової М.А., Калужина М.І., Квартальнова В.О., Ковалева С.І., Малахової М.М., Міхно М.О., Новікова В.С., Пшеничних Ю.А., Саак А.Е., Сергеєвої Т.М., Соколова С.Т. та інших.

Проте, шляхи розв'язання проблем, що виникають на інноваційного шляху економічного розвитку вітчизняних підприємств туристичної галузі з урахуванням комплексу чинників, які її завдають, обмежують та регламентують, наразі залишаються вивченими недостатньо.

Метою даної публікації є зокрема висвітлення результатів проведених нами досліджень щодо визначення ролі інновацій у туризмі та систематизації факторів, які формують інноваційну діяльність підприємств вітчизняної туристичної галузі.

Передусім відзначимо, що виходячи з результатів аналізу сучасної економічної літератури, присвяченої сфері туризму, можна сказати, що вивченню застосування інновацій у розвитку підприємств туристичної галузі сьогодні не приділяється належної уваги. У зв'язку з цим виникає складність у предметному визначенні сутності цього поняття у відношенні до туризму.

Так, Новіков В.С. [7] відзначає, що інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована переважно на створення нового або на зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій та сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

Інші науковці [4-6] розглядають інновації в туризмі в основному в напрямку сервісного використання інформаційних технологій для обслуговування цієї галузі. Але на нашу думку, інновації відіграють більш значиму роль у внесенні позитивних змін у функціонування сфери туризму. Спираючись на загальне поняття «інновація», вважаємо, що під інноваціями в туризмі слід розуміти якісно новий туристичний продукт, послугу або будь-який інший кінцевий результат інноваційної діяльності туристичних підприємств, які дозволяють задовольнити змінні потреби туристів та отримати максимальний ефект. Враховуючи специфіку туризму, необхідно відзначити, що ефект, який буде одержано в результаті впровадження інновацій у діяльність туристичних підприємств, повинен носити не тільки економічний характер (наприклад, підвищення прибутку та рентабельності), але й соціальний (наприклад, підвищення культурно-освітнього рівня місцевого населення) та екологічний (реконструкція архітектурних пам'яток, відновлення природних ресурсів та ін.).

Отже, узагальнюючи міркування окремих науковців і практиків [1; 2; 3; 5] та з урахуванням власних поглядів авторів даної публікації, до інновацій у туризмі слід віднести передусім ті нововведення, які супроводжуються:

- духовним і фізичним розвитком і/або відновленням сил туристів;
- якісно новими змінами туристичного продукту;
- підвищенням ефективності функціонування інфраструктури туризму;
- збільшенням результативності управління туристичної сфери країни для забезпечення її стійкого функціонування і розвитку;
- підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг;
- прогресивними змінами факторів, які зсередини забезпечують операційну діяльність туристичних підприємств;

- посиленням конкурентоздатності туристичних підприємств, зокрема поліпшенням їх іміджу.

Отже, необхідність застосування інновацій для забезпечення розвитку туристичних підприємств визначається сучасними тенденціями розвитку суспільства. До найбільш істотних факторів, що впливають на інтенсивність застосування інновацій у діяльності підприємств туристичної галузі, на нашу думку, слід віднести такі:

- загострення конкуренції в туризмі, яке є наслідком переходу туристичних підприємств від агресивної цінової конкуренції до конкуренції у сфері якості та оптимального співвідношення якості і ціни, що призводить до пошуку інноваційних способів задоволення зростаючих вимог споживачів туристичних послуг;

- постійно зростаючі потреби суспільства, які змушують підприємства туристичної індустрії формувати більш досконалі, насичені і різноманітні туристичні продукти та пропонувати найбільш уніфіковані і, в той же час, неординарні послуги. Усе зазначене є передумовою формування нових видів туризму (екстремальний туризм, сільський туризм), нових туристичних маршрутів і т. д.;

- розвиток науково-технічного прогресу, інформаційних та комунікаційних технологій, які спонукають туристичні підприємства до використання досягнень науки і техніки, а отже підвищують ефективність функціонування цих підприємств і сприяють кращому задоволенню змінних потреб туристів;

- посилення глобалізаційних процесів, яке призводить до диверсифікації виробництва та об'єднання туристичних підприємств на національному і міжнародному рівнях. Для утримання своїх позицій у цій ситуації підприємства змушені шукати нові методи управління, нові форми співпраці, об'єднуватися у стратегічні союзи, кластери тощо.

Усе зазначене підводить нас до уточнення головної мети застосування інновацій у діяльності вітчизняних туристичних підприємств, яка полягає на сьогодні у підвищенні якості та конкурентоспроможності туристичного продукту, що створюється цими підприємствами як для задоволення потреб туристів, так і для підвищення ефективності функціонування цієї сфери в цілому.

При впровадженні інновацій туристичними підприємствами необхідно враховувати зокрема такі основні чинники, як: потреби споживачів туристичного продукту, соціально-економічний стан країни, рівень розвитку туристичного ринку, регламентація та сприяння цьому розвитку відповідних положень національного законодавства, міжурядових та міжнародних угод тощо.

Проведені дослідження дозволяють дійти висновку, що сучасний процес розвитку підприємств туристичної галузі повинен носити інноваційний характер, що сприятиме їх стійкому функціонуванню та ефективному розвитку. При цьому невід'ємною умовою інноваційного розвитку туристичних підприємств має стати прийняття раціональних рішень у сфері вибору джерел залучення інвестицій у відповідні інноваційні розробки.

1. Боголюбов В.С. Факторы и условия устойчивого развития системы туризма: региональный аспект: монография / В.С. Боголюбов, С.А. Севастьянова. – СПб., 2005. – 279 с. 2. Боголюбов В.С. Экономика туризма: учебное пособие / В.С. Боголюбов, В.П. Орловская. – М.: Академия, 2005. – 192 с. 3. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України / О.Є Гарбера // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 23. – С. 29-31. 4. Дурович А.П. Организация туризма: учеб. пособ. / А.П. Дурович, Н.И. Кабушкин, Т.М. Сергеева и др.; под общ. ред. Н.И. Кабушкина и др. – Минск.: Новое знание, 2003. – 632 с. 5. Жукова М.А. Менеджмент в туристическом бизнесе: учебное пособие / М.А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2006. – 192 с. 6. Малахова Н.Н. Инновации в туризме и сервисе / Н.Н. Малахова, Д.С. Ушаков. – Ростов-на-Дону: Изд. центр МарТ, 2008. – 224 с. 7. Новиков В.С. Инновации в туризме / В.С. Новиков. – М.: Академия, 2007. – 208 с.

Мавріна А.О., Ляля О.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

В сучасних умовах боротьби за ринки збуту, за обмежені фінансові ресурси, найбільші шанси на ефективне функціонування, мінімізацію витрат і відновлення економічних показників матимуть на сам перед ті країни, які змогли вибудувати економіку, засновану на постійному вдосконаленні виробничих процесів, створенні інноваційної продукції, оптимізації систем управління, високій інноваційній культурі населення загалом та управлінських кіл зокрема.

Така ситуація вимагає від України формування і застосування заходів спрямованих на впровадження інноваційно-інвестиційної моделі розвитку національної економіки, яка заснована на знаннях та інформації, і передбачає посилення уваги до розвитку людського капіталу. Важливу роль тут відіграє ефективна державна інноваційна політика. Отже, ключовим напрямом на шляху прискорення темпів економічного зростання країни є активізація інноваційно-інвестиційних процесів.

Основною умовою успішного функціонування підприємства в умовах ринкової економіки можливе за наявності конкурентних переваг за рахунок технологічного рівня виробництва продукції. Але більшість українських підприємств не в змозі самостійно підтримувати достатній рівень розвитку технологій, тому важливою умовою їх ефективного розвитку є розширення інвестування інноваційних процесів та удосконалення інвестиційної політики держави. До основних законодавчих актів, що регулюють інноваційну та інвестиційну діяльність в Україні належать закони «Про інноваційну діяльність», «Про інвестиційну діяльність», «Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків», «Про наукову і науково-технічну діяльність», «Про наукову і науково-технічну експертизу», "Про охорону прав на винаходи і корисні моделі", «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій», а також розроблено Стратегію інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів. Якщо детальніше розглянути законодавчу базу та враховуючи досвід розвинутих країн, можна сказати, що вона не може створювати достатніх умов для розвитку інноваційної діяльності.

В економічно та технологічно розвинутих країнах більша частина підприємств займаються інноваційною діяльністю, це зумовлено активною підтримкою цієї сфери з боку держави. Інноваційно-інвестиційна політика країн Європейського союзу, США та ряду інших країн включає методи прямого і непрямого стимулювання. До прямих методів належать: надання кредитів на пільгових умовах підприємствам і організаціям, що здійснюють наукові розробки; безоплатна передача або надання на пільгових умовах державного майна та земельних ділянок для організації інноваційних підприємств; створення наукової інфраструктури в регіонах; у рамках більшості урядових відомств існують різноманітні програми, спрямовані на підвищення інноваційної активності бізнесу; створення спеціальних науково-технічних зон із режимом інноваційно-інвестиційної діяльності. До непрямих методів стимулювання відносяться податкові пільги та інвестиції, що здійснюють в інноваційну сферу; розвиток науки та системи вищої освіти; законодавчі норми, які стимулюють науково-дослідну активність.

Отже, головним завданням економічної політики держави є підвищення її конкурентоспроможності на інноваційних засадах і створення для цього відповідних умов. Необхідно створити нормативно-правову базу, яка буде сприяти формуванню простих і прозорих «правил гри» та привабливого інвестиційного клімату як для внутрішніх, так і для зовнішніх інвесторів. Такі умови будуть сприяти переорієнтуванню творців інновацій на ринковий попит та споживача і забезпечувати їм можливості для науково-технічної діяльності, стимулюванню інноваційної активності підприємництва, подоланню розриву між наукою і бізнесом. У підсумку державна інноваційно-інвестиційна політика повинна сприяти зростанню наукового, технічного, соціального, економічного та виробничого потенціалу країни.

Михальчишин Н.Л., Демків О.-І.М.
Національний університет «Львівська політехніка»

ВИКОРИСТАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ ЯК СПОСІБ ПОДОЛАННЯ ПРОЯВІВ НЕЕФЕКТИВНОСТІ ПРИРОДНИХ МОНОПОЛІЙ У СФЕРІ ТЕПЛОПОСТАЧАННЯ

Для економічного розвитку окремих ринків не завжди може бути доцільним існування конкуренції. Такі показники, як ефект економії на масштабі виробництва та мінімальні середні загальні витрати, можуть досягатись лише в умовах функціонування на ринку одного суб'єкта господарювання, наприклад, на ринках природної монополії, до яких належить ринок теплопостачання.

До сфери теплопостачання відноситься сфера діяльності з виробництва, транспортування, постачання теплової енергії споживачам [1]. При цьому транспортування теплової енергії належить до сфер діяльності природних монополій, а виробництво та постачання теплової енергії – до суміжних ринків [2]. Однак, підприємства, що функціонують в сфері теплопостачання, одночасно здійснюють транспортування, виробництво та постачання теплової енергії, тому можуть вважатися багатопродуктовими монополіями. Так, теплотранспортуюча організація вважається природною монополією саме за критерієм здійснення транспортування теплової енергії, але часто сферами її діяльності є також і виробництво та постачання теплової енергії. Функціонуванню природних монополій у сфері транспортування теплової енергії властивий мережевий характер розподілу продукції, що пов'язано з неможливістю створення дублюючої інфраструктури без суттєвого зростання ціни послуги за існуючого рівня науково-технічного розвитку галузі.

Наслідками функціонування природних монополій у сфері теплопостачання є такі прояви неефективності функціонування підприємств як:

- включення до собівартості виробництва та реалізації продукції необґрунтованих витрат та завищення витрат;
- низька якість послуг із теплопостачання;
- застарілість обладнання та технологій, застосовуваних на підприємстві;
- нестійкий фінансовий стан підприємства;
- надмірні викривлення у відсотковому співвідношенні різних категорій найманих працівників [3, с. 96]

Слід зазначити, що зазначені вище прояви тісно взаємопов'язані, їх поділ умовний, оскільки часто вирішення однієї проблеми веде до вирішення іншої, а одна проблема може породжувати іншу тощо.

Основною проблемою неефективності функціонування підприємств сфери теплопостачання, як суб'єктів природних монополій, є відсутність стимулів до здійснення ефективного господарювання внаслідок монопольного становища на ринку. Однак, зважаючи на те, що більшість цих суб'єктів господарювання перебувають у комунальній власності, органи місцевого самоврядування та органи державної влади володіють достатньо дієвими важелями впливу на ефективність їх функціонування.

Слід зазначити, що наявність такого прояву неефективності природної монополій, як застарілість обладнання та технологій, застосовуваних на підприємстві, що спричиняється відсутністю стимулів у суб'єкта природної монополії до зниження витрат є безпосередньою причиною низької якості надаваних послуг, можливості завищення собівартості продукції та необґрунтованості рівня витрат. Однак, сучасний стан розвитку інноваційних технологій у сфері теплопостачання зумовлює появу досить раціонального підходу до вирішення цієї проблеми. Так, важливою перевагою теплопостачальних підприємств, яка станом на 2014 рік в Україні активно не використовується, є можливість переходу централізованої системи теплопостачання на використання нетрадиційних та відновлювальних джерел енергії (НВДЕ), зокрема:

- застосування теплонасосних технологій переробки низькопотенційної енергії довкілля (води, ґрунту, повітря);
- технологій переробки біомаси (в тому числі, технологій утилізації шкідливих побутових та промислових відходів);
- технології використання сонячної енергії та геотермальної енергії тощо [4, с. 21].

Розуміння зростаючої ролі НВДЕ для майбутнього енергозабезпечення, як і для теплозабезпечення, існує у всіх розвинених країнах світу: найбільш інтенсивно розвивають технології і ринки НВДЕ США, країни ЄС (в першу чергу – Швеція, Австрія, Фінляндія, Німеччина, Португалія, Іспанія), Японія та Китай, менш інтенсивніше – Бразилія та Індія [4, с. 21; 5]. До видів НВДЕ, які найбільш динамічно розвиваються, відноситься вітроенергетика, біоенергетика, сонячна енергетика та використання низькопотенційної енергії із застосуванням теплових насосів [5]. НВДЕ повинні відіграти ключову роль у вирішенні проблем, пов'язаних із вичерпанням запасів традиційних ресурсів, ускладненням доступу до них та проблемами охорони навколишнього середовища. Забезпечення тепловою енергією в умовах зростаючих цін на традиційні енергоресурси значною мірою може бути здійснено за рахунок розвитку та впровадження НВДЕ [4, с. 20]. Таким чином, використання НВДЕ у сфері теплопостачання забезпечить модернізацію обладнання та технологій, що використовуються підприємствами, і дасть змогу вирішити такі ключові проблеми цієї галузі як зниження собівартості продукції та забезпечення її належної якості.

Зважаючи на незадовільний фінансовий стан теплопостачальних підприємств, а також можливість фінансування заміни обладнання та оновлення технологій власними фінансовими ресурсами виключно за рахунок програми технічного розвитку чи інвестиційної програми, що опосередковано зумовлює перекладення цих витрат на споживача через встановлення тарифів на теплову енергію, можна зробити висновок про відсутність у цих суб'єктів господарювання потенціалу до самостійного впровадження використання НВДЕ. Разом з тим, приналежність теплопостачальних підприємств до комунальної власності закріплює ключову роль у запровадженні описаних вище новацій за органами місцевого самоврядування, діяльність яких у цій сфері повинна не обмежуватися лише стимулюванням таких суб'єктів господарювання, а й включати розроблення компетентними органами конкретних проектів переходу на використання НВДЕ, впровадження, здійснення фінансового забезпечення та проведення контролю за їх реалізацією. В зазначеному інноваційному процесі саме органи місцевого самоврядування повинні розглянути можливість фінансування таких проектів як за рахунок коштів місцевих бюджетів, так і за допомогою кредитування та залучення приватних інвестицій.

Таким чином, активна інноваційна діяльність у сфері теплопостачання в напрямі впровадження НВДЕ, як альтернативного енергоносія, дасть змогу не лише підвищити ефективність функціонування природних монополій в галузі, але й сприятиме зміцненню енергетичної безпеки України, що, з огляду на сучасні політичні та економічні обставини на світових ринках енергоресурсів (зокрема, на ринку природного газу), набуває особливого значення.

1. Закон України «Про теплопостачання» від 02.06.2005р. №2633-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2633-15/page; 2. Закон України «Про природні монополії» від 20.04.2000 р. №1682-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1682-14; 3. Демків О.І. Проблеми вдосконалення механізмів державного регулювання суб'єктів господарювання на ринку теплопостачання / О.І. Демків// Матеріали 71-ої студентської науково-технічної конференції [секція економіки і менеджменту]. - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. – С.96-97; 4. Шевцов А.І., Бараннік В.О., Земляний М.Г., Ряузова Т.В. Стан та перспективи реформування системи тепло забезпечення в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: db.niss.gov.ua/docs/energy/Teplozabezpechennya.pdf; 5. Шевцов А.І., Земляний М.Г., Ряузова Т.В. Нетрадиційні та відновлювальні джерела енергії в Україні у світлі європейських ініціатив [Електронний ресурс]. – Режим доступу: old.niss.gov.ua/monitor/november08/2.html

Музиченко-Козловська О.В.
Національний університет "Львівська політехніка"

ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ

Україна з її багатим туристичним потенціалом, древніми пам'ятками та освіченими людьми досі недостатньо відома на туристичній мапі світу. Така ситуація склалась через нерозвиненість туристичної індустрії в Україні. Не зважаючи на проголошення туризму пріоритетною галуззю економіки України та підтримання його розвитку у регіонах (Закон України "Про туризм") [1], у державі недостатньо фінансують програми розвитку туризму, особливо на регіональному рівні, не затверджена Державна цільова програма розвитку туризму і курортів на 2011–2015 роки [2], не врегульована проблема створення мережі туристичних інформаційних центрів (досі не прийнято Закон України "Про туристичні ресурси" [3], де обґрунтована їхня діяльність).

В сьогоднішню інформаційну еру значення інформації для туристичної індустрії важко переоцінити. Ще донедавна, щоб дізнатись про принади місця можливої подорожі, потенційному туристу потрібно було побувати там, або покладатись на відгуки друзів чи знайомих. З розвитком мережі Інтернет ця проблема відпала. Тому сьогодні від достатньої поінформованості безпосередньо залежить привабливість туристичної території [4, с. 19] та кількість відвідувань туристів.

Тому надзвичайно актуальною проблемою на сьогодні є створення механізму інформаційного забезпечення, формування привабливого міжнародного іміджу, впізнаваного бренду та популяризації туристичних територій, що є основою діяльності туристичних інформаційних центрів.

Дослідження туристично-інформаційних центрів як елемента інфраструктури туристичної галузі економіки висвітлено у наукових працях зарубіжних та вітчизняних учених, зокрема у праці Н.Й. Коніщевої [5] є пропозиції щодо створення туристично-інформаційних центрів для інформаційного забезпечення системи управління туризмом у регіоні; у дисертації А.М. Гаврилюк [6], обґрунтовує необхідність державного регулювання інформаційного забезпечення туристичної індустрії; напрями вдосконалення державного регулювання туристичних послуг розглянуто у монографії М.П. Мальської [7]. Але у працях цих вчених недостатньо висвітлена проблема державного регулювання діяльності туристично-інформаційних центрів.

Сучасні глобалізаційні процеси стимулюють широке застосування інформаційних технологій у всіх сферах економіки, у тому числі у туристичному бізнесі. Інформаційні технології дають можливість забезпечувати швидкі та доступні способи передачі, обробки, збереження й одержання інформації. Автоматизацію різноманітних процесів забезпечують через інтеграцію інформаційних технологій задля підвищення ефективності роботи об'єктів туристичної індустрії, що зумовлює покращення управління його об'єктами.

Важливою складовою системи управління об'єктами туристичного бізнесу, від якої залежить надійне функціонування всієї операційної системи цих об'єктів, є туристичний інформаційний центр, що може забезпечити об'єднання процесів інформування, виробництва і споживання, перетворюючи їх у єдину високоефективну систему.

Про необхідність державного регулювання діяльності туристично-інформаційних центрів свідчить інформація, яка міститься у ст. 26 проекту Закону України "Про туристичні ресурси" [3].

Регіональна туристична політика має здійснюватись в узгодженості з національною політикою у галузі туризму, враховуючи забезпеченість туристичними ресурсами та особливості кліматичних умов і розташування місцевостей, привабливих для туристів. Основна її мета – створення конкурентоспроможного туристичного продукту на місцях та його промоція у світі. Для досягнення цієї мети мають служити туристично-інформаційні центри, які охоплять найменші міста та містечка з наявними туристичними ресурсами. Держава у цьому процесі має відігравати провідну роль як свідчить міжнародний досвід країн, які досягли успіху на туристичному ринку.

Структура Національної мережі офіційних туристичних інформаційних центрів в Україні може об'єднати регіональні системи туристично-інформаційних центрів (РТІЦ), які, своєю чергою, повинні об'єднати системи інформаційного забезпечення туристичної діяльності міст (МТІЦ). Основу РТІЦ і МТІЦ складають офіційні туристично-інформаційні центри (ТІЦ), які розташовані у приміщеннях

місцевих органів влади. До складу офіційних туристичних інформаційних центрів повинні входити автоматизовані інформаційні системи для поширення первинної інформації з місць, привабливих для туристів.

Всі місцеві офіційні туристично-інформаційні центри одного регіону повинні бути об'єднані локальною мережею центру інформаційного забезпечення туристичної діяльності, через яку можуть обмінюватись інформацією, наприклад, про кількість вільних місць у готелях, про заплановані культурні чи інші заходи, якими цікавляться туристи, про наявність квитків на засоби сполучення тощо. Координуючий туристично-інформаційний центр створюється у приміщеннях місцевих органах влади.

Неофіційні туристично-інформаційні центри можуть створювати та діяти в готелях, на вокзалах, в аеропортах, кіосках, туристичних агенціях та туристичних бюро, які мають отримувати інформацію від офіційних туристично-інформаційних центрів національної мережі таких закладів.

Як організаційна структура системи управління сферою туризму та курортів туристсько-інформаційний центр повинен виконувати широкий спектр послуг для підприємців у сфері туристичного бізнесу, відпочиваючих, а також потенціальних споживачів. За замовленням зацікавлених організацій у ньому можуть проводити маркетингові та соціологічні опитування; виконувати роботи щодо збору і систематизації статистичної та іншої інформації про результати туристсько-екскурсійної діяльності в межах території міста; аналізу ринків збуту послуг для майбутніх інвестиційних проектів; контролювання якості туристичних послуг, які надаються на території міста [5].

Формування системи туристично-інформаційних центрів в Україні лише розпочинається. Існуючі туристично-інформаційні центри функціонують за підтримки держави та міжнародних організацій, але ще не визначено моделі їх ефективної діяльності. Перешкодою у цьому напрямку є невизначеність законодавства та неспроможність держави фінансувати туристично-інформаційні центри в межах усій території України.

1. Закон України "Про туризм" від 5.09.95 р. // Відомості Верховної Ради. – 1995. - № 31 від 1. 08. 95 р. – С. 241 – 254. 2. Державна цільова програма розвитку туризму і курортів на 2011–2015 роки: проект постанови Кабінету Міністрів України. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: tourism.gov.ua. 3. Проект Закону України "Про туристичні ресурси". - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: tourism.gov.ua. 4. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території: Монографія. – Новий світ-2000, 2012. – 176 с. 5. Коніщева Н.Й. Організація діяльності туристсько-інформаційних центрів у регіоні // Інформаційні технології в управлінні туристичною та курортно-рекреаційною економікою: Друга наук.-практ. конф. - Бердянськ: Академія управління та інформаційних технологій "АРІУ", 2006. - С. 5-7. 6. Гаврилюк А.М. Державне регулювання комунікаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні: автореферат дисерт. на здобуття ступеня докт. екон. наук: спец. 25.00.02 / А.М. Гаврилюк. – Національна академія державного управління при Президентові України. – Київ, 2011. – 20 с.- [Електронний ресурс]. – Режим доступу : lib.sumdu.edu.ua *7. Мальська М.П. Просторові системи послуг (теорія, методологія, практика): монографія. - К.: Знання, 2009. – 363 с.*

Овчарук В.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

РОЛЬ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНУ: ІННОВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

Як відомо, конкурентоспроможність сприяє підвищенню рівня соціально-економічного розвитку регіону, добробуту населення, нарощуванню потенціалу економічного зростання, розвитку інвестиційної діяльності тощо. Її можна розглядати як властивість, що характеризується рівнем конкурентоспроможності сфер виробництва регіону, які здійснюють у ньому виробничо-господарську діяльність більш ефективно у порівнянні з іншими регіонами.

Реалізація стратегії економічного розвитку національної економіки відбувається в умовах кластеризації - створення в межах національної економіки країни кластерів (особливих видів об'єднань взаємозалежних підприємств, наукових установ, громадських організацій тощо) та їх систем [1]. Так, у Хмельницькій області із 1998р. створені та активно функціонують будівельний, швейний, агропромисловий кластери. Доволі результативними є деревообробний кластер на Рівненщині «Полісся Рокнівщини», туристичний кластер «Сузір'я», що знаходиться на Івано-Франківщині та транспортно-туристичний кластер «Південні ворота України» (Хмельницька область). Подібні інтеграційні утворення (які можна віднести до кластерів) присутні у Одеській, Вінницькій, Тернопільській області, м. Севастополь тощо [2-3]. У львівській області функціонують кластери у галузі виробництва вантажопідйомальної техніки, деревини та виробів із деревини, меблевого виробництва, інформаційних технологій, альтернативної енергетики, туризму.

Певні види кластерів можливо створити, локалізувавши підприємства лише у певному регіоні (наприклад, кластер народних промислів можливо створити лише в таких областях як Львівська, Закарпатська, Полтавська тощо). Проте існують кластери у будівельній, машинобудівній чи деревообробній сфері економічної активності, які перспективно створювати практично у всіх регіонах країни. Для чого необхідною є цілеспрямована діяльність та активна фінансова підтримка.

У останні роки набувають поширення інноваційні кластери під якими слід розуміти систему підприємств і організації, діяльність яких сфокусована на наукові дослідження, виробництво інноваційного продукту, його подальшу реалізацію, забезпечення стійких конкурентних переваг тощо. Їх можна уважати результатом еволюціонування та найвищим рівнем розвитку галузевих та технологічних кластерів. Слід також відзначити, що інноваційні кластери формуються переважно на рівні регіону, де висока концентрація взаємопов'язаних галузей [4]. Отже, найвищий рівень розвитку кооперацийних зв'язків у межах кластера дозволяє йому набувати рис інноваційного та впливає на процес інноваційного розвитку національної економіки.

Таким чином, кластеризація забезпечує підвищення конкурентоспроможності національної економіки, посилення її інноваційної складової, покращення якості освіти, узгодження інтересів влади та бізнесових структур тощо. Зважаючи на це, актуалізується потреба у проведенні ґрунтовних досліджень, а також розробки теоретичних положень та методико-практичних рекомендацій щодо активації розвитку галузей національної економіки в умовах її кластеризації. Особливої актуальності зазначені проблеми набувають на регіональному рівні - у контексті підвищення конкурентоспроможності регіону

1. Портер М. Конкуренция: учеб. Пособие / М. Портер; пер. с. англ. – М. Издательский дом «Вилиямс», 2001.-495 с., 2. Бутенко А.І. Феномен кластера у формуванні інноваційної моделі економіки регіону/ А.І. Бутенко, Є.В. Лазарева // Інвестиції: практика та досвід [електронний ресурс]. - режим доступу до ресурсу : investplan.com.ua/index.php?iid=3&operation=9, 3. Інноваційні підходи до регіонального розвитку в Україні – К.: НІСД, 2011. – 47 с., 4. Рудь Н.Т. Регіональні аспекти формування і розвитку інноваційних кластерів /Рудь Н.Т., Мартиняк О.І., Мачек Р. // Економічні науки. - Серія „Регіональна економіка". Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. –Випуск 8(31). Частина 2. –Луцьк, 2011.

Одрехівський М.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ РЕГІОНАЛЬНОЇ АГЛОМЕРАЦІЇ «ДРОГОБИЧЧИНА»

Регіональна агломерація – це: *регіональне утворення*, в основі якого лежить певна сукупність міських, сільських та інших поселень, які об'єктивно об'єднані в єдине ціле *(складну багатокомпонентну динамічну систему)* інтенсивними економічними, у тому числі трудовими та соціальними, культурно-побутовими, рекреаційними та іншими зв'язками, а також екологічними інтересами; *регіональна інноваційна система*, яка являє собою мережу інноваційних структур і забезпечує сталий розвиток усіх сфер діяльності регіону.

Міста Дрогобич, Борислав, Стебник, Трускавець та інші поселення Дрогобиччини мають інтенсивні економічні та культурно-побутові зв'язки за рахунок спільного ринку праці, однакової системи цінностей місцевого населення та національно-ментальних чинників. Вони утворюють регіональну агломерацію. Незбалансований економічний розвиток даної агломерації привів до того, що розвиток одного міста суперечить розвитку іншого та регіону загалом. Збалансування розвитку агломерації вимагає проведення відповідних наукових досліджень, розроблення та реалізації нових організаційно-управлінських та правових механізмів регуляції розвитком.

З метою забезпечення збалансованого інноваційного розвитку усіх сфер діяльності Дрогобиччини було утворено Регіональну агломерацію „Дрогобиччина", як асоціацію міст та територіальних громад Дрогобиччини, до основних напрямів діяльності якої можна віднести:

- створення та забезпечення ефективної діяльності рекреаційної, медичної та освітньої інноваційних систем Дрогобиччини;
- створення архітектурно-будівельної, машинобудівної, нафтопереробної та аграрної інноваційних структур;
- створення регіонального високотехнологічного та екологічного підприємства з утилізації твердих побутових відходів;
- організацію процесів з сучасної модернізації регіональних очисних споруд, шляхом введення замкнутого циклу очистки та перероблення відходів;
- створення у регіоні системи з високотехнологічного виробництва та реалізації біодизельного пального;
- оптимізацію маршрутів перевезення пасажирів та використання екологічних транспортних засобів;
- сприяння у розробленні та супровід при реалізації високотехнологічного та екологічного будівництва транспортних споруд;
- формування та супровід при реалізації регіонального портфеля інноваційно-інвестиційних пропозицій та проектів;
- формування механізму інформаційного та фінансового супроводу інноваційно-інвестиційних проектів.

Виходячи з поглядів Івана Франка до використання людського розуму, матеріальних і духовних потреб людини в управлінні розвитком людства [6], аналізу його економічних праць [6,7] та літературних джерел інших авторів [1-5,9], можна дійти висновку, що інноваційна система регіональних агломерацій - це сукупність взаємозв'язаних організацій (структур), зайнятих виробництвом і комерціалізацією інноваційних продуктів та продукції у межах границь агломерацій, малих і великих підприємств, університетів, лабораторій, технопарків, технополісів, інкубаторів та інноваційних центрів, а також інститутів правового, фінансового й соціального характеру, що забезпечують інноваційні процеси.

В основу побудови інноваційної системи регіональної агломерації „Дрогобиччина" (ІСРАД) пропонується покласти функціональну модель інноваційного процесу (рис. 1) [4], що відповідає системі «наука-промисел-штука-товар», запропонованої Іваном Франком, і складові якої можуть знаходитись на різних рівнях організації ІСРАД, щоб забезпечувати сталий розвиток кожній галузі та Агломерації загалом.

Державний механізм стимулювання взаємодії між учасниками інноваційного процесу

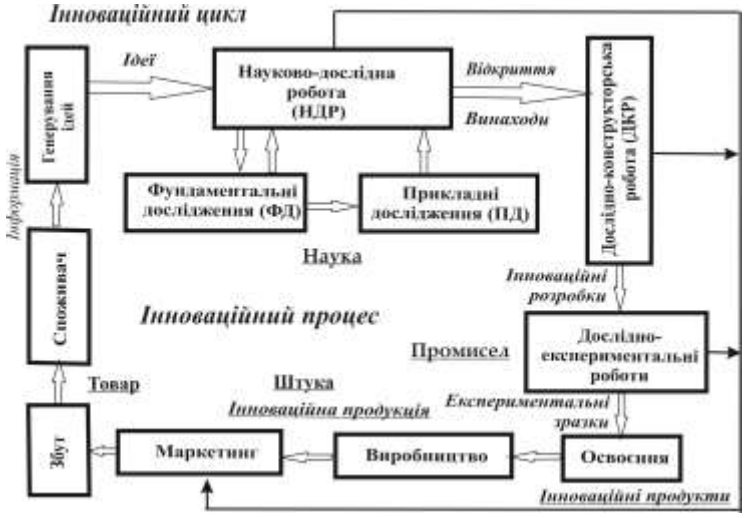


Рис. 1. Модель інноваційного процесу

Таким чином, в якості об'єктів управління у ІСРАД тут виступають інноваційні процеси, а суб'єктів управління - органи управління агломерації. Органи управління слідкують за станами інноваційних процесів на основі їх вхідного, поточного та вихідного контролів, з метою прийняття оптимальних управлінських рішень щодо забезпечення самоорганізації ІСРАД. В органи управління поступає також інформація від служб, які слідкують за інформаційними станами зовнішнього середовища та ринку, останнє вимагає включення в структуру ІСРАД служб маркетингу, які б здійснювала належні маркетингові дослідження.

Оскільки ефективний розвиток ІСРАД без мети неможливий, то її доцільно віднести до систем з необмежено цільовим розвитком. Для неї не має існувати кінцевого стаціонарного інтервалу, оскільки і об'єкту управління (інноваційному процесу), і органам управління, що входять у склад ІСРАД, властивий необмежений характер розвитку. Розвиток ІСРАД залежить від її горизонтальної та вертикальної інтеграції у інноваційні цикли, взаємодії між ієрархічними рівнями. Тому ІСРАД пропонується моделювати мережною моделлю у вигляді кластерної, територіально-ієрархічної моделі, як одної з різновидностей мережних моделей, складовими якої можуть бути різного роду інноваційні підприємства. Під кластером тут розуміється неформальне об'єднання організацій і фірм, зв'язаних між собою інноваційними та технологічними циклами за ознакою географічної близькості та приналежності до одної галузі. Створення таким чином інноваційної системи Регіональної агломерації «Дрогобиччина» сприятиме сталому розвитку усіх сфер діяльності регіону на основі інноваційної моделі.

1. Иванова Н. Национальные инновационные системы // Вопросы экономики. - 2001. - № 7. - С. 59-70. 2. Кузнєцова І.С. Національна інноваційна система та її становлення в Україні // cvti.kiev.ua. 3. Кузьменко О. Особливості національної інноваційної системи України // experts.in.ua. 4. Одрехівський М.В. Маркетингово-орієнтоване управління рекреаційними інноваційними підприємствами. – Дрогобич: РВВ ДДПУ ім. І. Франка, 2009. – 488 с. 5. Федулова Л, Пашута М. Розвиток національної інноваційної системи України // Економіка України. - 2005. - № 4. - С. 35 - 47. 6. Франко І. Зібрання творів у п'ятдесяти томах. – Т. 44. – Кн. 1. Економічні праці (1878-1887). – Київ : Наук. думка, 1984. – 695 с. 7. Франко І. Зібрання творів у п'ятдесяти томах. – Т. 44. – Кн. 2. Економічні праці (1888-1907). – Київ : Наук. думка, 1985. – 768 с. 8. Франко І. Зібрання творів у п'ятдесяти томах. – Т. 45. Філософські праці. – Київ : Наук. думка, 1986. - С. 300-348. 9. Шарко М. Модель формування національної інноваційної системи України // Економіка України. - 2005. - № 8. - С. 25 - 30.

Окань Л.Ю., Дзюбіна К.О.
Національний університет «Львівська політехніка»

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ВИСТАВОК І ЯРМАРКІВ

У сучасних зовнішньоекономічних відносинах міжнародні виставки і ярмарки посідають провідну роль. Щороку зростає їх значущість, оскільки вини є інструментом потенційного збільшення можливостей компаній-учасників в сфері залучення іноземних контрагентів, налагодження нових зв'язків. Одночасно виставково-ярмаркова діяльність виступає ефективним поєднанням інструментів маркетингової діяльності і міжнародної торгівлі.

Постановою Кабінету Міністрів України «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні» [1] закріплено основні терміни:

- виставка – це захід, пов'язаний з демонстрацією продукції, товарів та послуг, який сприяє просуванню їх на внутрішній та зовнішній ринок з урахуванням його кон'юнктури, створенню умов для проведення ділових переговорів з метою укладення договорів про постачання або протоколів про наміри, утворення спільних підприємств, отримання інвестицій;
- ярмарок – це захід, безпосередньо пов'язаний з роздрібною або оптовою торгівлею, що проводиться регулярно в певному місці та у визначений строк.

Міжнародні виставки і ярмарки – це специфічна організаційна форма світового ринку, на якому здійснюється демонстрація зразків товарів, наукових, технічних, культурних і мистецьких досягнень, а також проведення ділових переговорів із залучення потенційних контрагентів, здійснення оптової торгівлі по зразках і підписання зовнішньоторговельних угод. Міжнародними виставками і ярмарками вважаються ті, в яких частка іноземних компаній або організацій становить не менш 10 відсотків від загальної кількості учасників.

В Україні виставково-ярмаркова діяльність регулюється Указом Президента України «Про Раду з питань виставкової діяльності» [2], основними завданнями якої є сприяння узгодженій діяльності органів виконавчої влади у питаннях організації виставкової діяльності, підготовка щорічних програм участі України у виставково-ярмаркових заходах за кордоном, з урахуванням потреб виходу вітчизняних виробників на міжнародні ринки товарів та послуг, сприяння запровадженню міжнародного досвіду організації виставок, розвитку матеріально-технічної бази виставково-ярмаркових центрів, підвищенню рівня побутових послуг, що надаються учасникам і відвідувачам виставок та ярмарків. Також розроблено проект Закону «Про виставкову діяльність в Україні» [3], яким регламентуються основні засади виставкової діяльності в Україні, регулювання правових, економічних та організаційних засад, що виникають у процесі підготовки і проведення виставкових заходів в країні та участі України у міжнародних виставкових заходах.

Нормативно-правове регулювання проведення міжнародних виставок і ярмарків здійснюють також міжнародні організації, які займаються підтримкою їх проведення. До них належать: Міжнародне бюро виставок, Союз міжнародних ярмарків, Ринкова група з міжнародних ярмарків.

На сьогоднішній день немає єдиного законодавчого акту, який би в цілому чітко регулював і деталізував виставково-ярмаркову діяльність в Україні. Існує недостатня кількість правових норм, якими регулюються міжнародні виставки і ярмарки. Нормативно-правова база України щодо виставково-ярмаркової діяльності не сформована належним чином та потребує глибокого доопрацювання.

Основні нормативно-правові акти, що регламентують міжнародну виставкову-ярмаркову діяльність проаналізовано у табл.1.

Таблиця 1

Аналізування нормативно-правового забезпечення міжнародної виставково-ярмаркової діяльності

№ з/п	Найменування нормативно-правових актів	Основні поняття, що регламентуються
	Вітчизняні	
1.	Постанова КМУ від 22 серпня 2007 р. N 1065 «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні»	- узаконено створення сприятливих умов для збільшення обсягів експорту конкурентоспроможної продукції та послуг, удосконалення

		технологій,залучення інвестицій і кредитів, забезпечення науково-технічного і технологічного оновлення вітчизняного виробництва, зміцнення міжнародних зв'язків, підвищення міжнародного іміджу держави, розвитку ділового туризму в регіонах України, активізації інноваційного процесу та виробничої кооперації.
2.	Постанова КМУ від 27 квітня 2011 р. № 451 «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для інформаційного та організаційного забезпечення участі України у міжнародних форумах, конференціях, виставках та інших заходах»	встановлено механізм використання коштів, передбачених у державному бюджеті за спеціальною програмою для інформаційного та організаційного забезпечення участі України у міжнародних форумах, конференціях, виставках та інших заходах з метою створення позитивного міжнародного іміджу України, розширення її присутності в європейському та світовому інформаційному просторі.
3.	Постанова КМУ від 2 березня 2011 р. № 185 «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для забезпечення міжнародного співробітництва та участі у міжнародних виставках»	- утверджено механізм використання коштів, передбачених у державному бюджеті за програмою "Забезпечення міжнародного співробітництва та участь у міжнародних виставках", встановлено головного розпорядника бюджетних коштів та відповідального виконавця бюджетної програми. Узаконено використання бюджетних коштів для представлення продукції українських підприємств оборонно-промислового комплексу на зовнішньому ринку та розвитку виробництва конкурентоспроможної продукції.
4.	Постанова КМУ від 19 березня 2012 р. № 242 «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для забезпечення двостороннього співробітництва України з іноземними державами та міжнародними організаціями, інформаційного та організаційного забезпечення участі України у міжнародних форумах, конференціях, виставках»	- упорядковано механізм використання коштів, передбачених у державному бюджеті, їх використання з метою розширення співробітництва України з іноземними державами та міжнародними організаціями, забезпечення участі України у міжнародних форумах, конференціях, виставках для просування вітчизняних товарів та послуг на зовнішній ринок, збільшення надходжень іноземних інвестицій у національну економіку, розширення міжнародних торговельно-економічних зв'язків, підвищення міжнародного іміджу України як держави з ринковою економікою, а також пошуку ділових партнерів.
5.	Постанова КМУ від 11 березня 2009 р. N 183 «Про внесення змін до Концепції розвитку виставково-ярмаркової діяльності»	- закріплення внесення до Концепції розвитку виставково-ярмаркової діяльності (затвердженої [1]) змін щодо Розділів «Виставки і ярмарки» та «Державне регулювання у сфері виставкової діяльності».
	Міжнародні	
6.	Міжнародний документ ООН «Конвенція про міжнародні виставки», від 22.11.1928	- встановлено регламентацію порядку організації офіційних всесвітніх виставок, класифікацію виставок, визначення прав і обов'язків країн-організаторів і країн-учасників, порядок присудження нагород експонентам товарів; - визначено терміни організації виставок з

		урахуванням їх категорії, надання спеціальних пільг для учасників виставки.
7.	Міжнародний документ ООН «Митна конвенція про карнет А.Т.А. для тимчасового ввезення товарів (Конвенція А.Т.А.)» від 06.12.1961	- з'ясовано порядок спрощеного і прискореного оформлення тимчасового ввезення товарів у зв'язку з проведенням виставок і ярмарків, переміщення через кордон товарних зразків, професійного устаткування і деяких інших категорій товарів; - регламентовано умови для тимчасового безмитного ввезення товарів шляхом усунення перешкод в оформленні митної декларації, забезпечення порядку сплати митних податків і зборів у разі невивезення товарів в обумовлений термін.
8.	Конвенцією про тимчасове ввезення (Стамбульська конвенція), Рада Митного Співробітництва від 26.06.1990	- систематизовано спрощення та гармонізація митних процедур, прийняття єдиного міжнародно-правового документа, який полегшує доступ до міжнародних норм, що регулюють тимчасове ввезення.

Примітка: систематизовано автором

1. Постанова Кабінету Міністрів України від 22 серпня 2007 р. N 1065 «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні» - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF 2. Указ Президента України від 25.11.2010 № 1053/2010 «Про Раду з питань виставкової діяльності» - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1053/2010#n11 3. Проект Закону №7812 від 12.07.2005 «Про виставкову діяльність в Україні» - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc34?id=&pf3511=25190&pf35401=75248

Пирог О.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПРИНЦИПОВІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Розвиток національних господарств країн світу відбувається у нестабільному зовнішньому середовищі, що приводить до системної трансформації механізмів державного управління, зокрема, економічним розвитком господарств, які мають формувати передумови для успішної їх адаптації до мінливих умов зовнішнього середовища.

В умовах постіндустріального суспільства держава стає основним суб'єктом у національному господарстві, що діє через механізм державного управління та проведенням економічної політики. Основною розвитку національного господарства в умовах становлення постіндустріального суспільства виступає перехід до нової парадигми державного управління із інтенсивним факторним забезпеченням. Аналізування розвитку країн з постіндустріальним суспільством дав можливість встановити такі особливості:

- країни з постіндустріальним суспільством характеризуються високими обсягами ВВП на душу населення;
- національне господарство з постіндустріальним суспільством базується на широкому внутрішньому попиті, який забезпечує потужний середній клас із високою платоспроможністю;
- у країнах з постіндустріальним суспільством сформований високотехнологічний сектор як матеріальному виробництві, так й в нематеріальному виробництві. В цілому, затвердження зрілої системи постіндустріального розвитку в країнах Заходу відбувалося досить тривалий історичний проміжок часу - фактично вся друга половина XX ст. припала на період освоєння чергового технологічного укладу та перехід до нового технологічного укладу, основу якого складають технології V-го і VI-го покоління.

Через процес управління можна забезпечити стабільне функціонування та розвиток національного господарства країни, як і будь-якої динамічної системи. Рішення щодо виконання функцій управління та державного втручання в економіку кожна країна приймає самостійно, керуючись економічною стратегією та цілями економічної політики. До сукупності принципів, при дотриманні яких приймаються рішення, належать такі:

1) розуміння складності теоретичного обґрунтування та практичної реалізації присутності держави в економіці, адекватної складності самого національного господарства;

2) спроможність держави як інституту влади здійснювати власні функції для забезпечення стабільного розвитку суспільства шляхом управління діяльністю усіх суб'єктів економічної системи;

3) державне управління розвитком національного господарства вважається оптимальним за умови реалізації не лише контролюючої функції, а й регулюючої та координуючої функцій, які держава може лишити поза увагою;

4) система управління розвитком національного господарства є гнучкою, якщо державні органи влади постійно удосконалюють моделі, методи та інструментарій державного управління, які відповідають стратегічним цілям та завданням розвитку країни й глобальним викликам;

5) глобалізаційні процеси у сучасному світі роблять тіснішими взаємозв'язки між країнами: сьогодні виникнення кризових явищ в одному із національних господарств здатне розгорнути кризу в світовому масштабі.

Для забезпечення стабільного і прогнозованого розвитку національного господарства України в умовах постіндустріального суспільства необхідно впроваджувати концептуальні засади державного управління в системі ринкових відносин на засадах новітніх моделей розвитку національного господарства з активізацією інноваційно-інвестиційного чинника, формування інноваційних форм конкурентоспроможного господарювання. Управління розвитком національного господарства в умовах постіндустріального суспільства потребує системного підходу та координації діяльності органів законодавчої та виконавчої влади, громадських та наукових інституцій в умовах постіндустріального суспільства, тобто розроблення національної концепції, спрямованої на подолання проблем розвитку національного господарства країни. Її метою є формування моделі розвитку національного господарства

України в умовах постіндустріального суспільства, підвищення ефективності інвестиційної діяльності та удосконалення механізму його управління.

Аксіому інноваційно-інвестиційної політики держави можна сформулювати наступним чином: «державна політика в інноваційно-інвестиційній діяльності повинна бути спрямована на усунення перешкод (бар'єрів) та впровадження стимулів для інвестування інновацій, захист прав інвесторів». Даний постулат інноваційно-інвестиційної діяльності за своєю суттю передбачає державне управління інноваційно-інвестиційної діяльності з реалізацією всієї функцій, а не тільки державного регулювання. Основними принципами державної інноваційно-інвестиційної політики повинні стати:

1) принцип цілісності, який полягає в застосуванні єдиних підходів до формування та організації здійснення державної інноваційно-інвестиційної політики;

2) принцип наукової обґрунтованості, який забезпечується шляхом розробки документів державного стратегічного планування на науковій основі, постійного вдосконалення методології та використання світового досвіду у сфері стратегічного планування;

3) результативності та ефективності функціонування системи державного стратегічного планування, який полягає в тому, що вибір засобів і методів досягнення цілей розвитку країни повинен забезпечувати досягнення запланованих результатів з найменшими витратами ресурсів, а оцінка досягнення цілей залежить від отриманих результатів;

4) безперервності та повноти прийняття рішень, пов'язаних з державним стратегічним плануванням, які полягають у виконанні встановлених законодавством процедур для досягнення цілей державного стратегічного планування;

5) державно-приватного партнерства, який передбачає постійну співпрацю між міністерствами та іншими центральними органами виконавчої влади, органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, об'єднаннями громадян, суб'єктами господарювання;

6) відповідальності учасників державного стратегічного планування, який полягає в тому, що вони несуть відповідальність за ефективність виконання завдань і заходів, спрямованих на досягнення цілей розвитку країни.

Стратегічними та системними пріоритетами при формування моделі розвитку національного господарства України в умовах постіндустріального суспільства мають стати такі:

- раціоналізація використання наявного ресурсного потенціалу шляхом оптимізації в організаційному (ефективні управлінські технології) та технологічному (ресурсозберігаючі технології) вимірах. Метою оптимізації є отримання максимальної ресурсовіддачі та мінімізації непродуктивних втрат;

- сприяння мобілізації ресурсів розвитку внаслідок концентрації розпорошених, не задіяних раніше чи задіяних неефективним чином ресурсів (насамперед фінансових) та спрямування їх на цілі розвитку;

- отримання додаткового потенціалу зростання за рахунок поліпшення якості зростання: розвитку підприємницької діяльності, капіталізації раніше некапіталізованих ресурсів, впровадження інноваційних технологій та виробництв;

- формування та реалізація державної політики фінансового сприяння випереджаючому розвитку науковомістких видах економічної діяльності та науково-технологічному оновлення виробництва;

- покращення інвестиційного клімату як в країні в цілому, так і в кожному регіоні, шляхом удосконалення загального (податкового, земельного, корпоративного, митного) та спеціального інвестиційного законодавства, підвищення рівня захисту інтересів приватних інвесторів, посилення заходів боротьби з корупцією в сфері інвестиційної діяльності.

Таким чином, забезпечити розвиток національного господарства України в умовах постіндустріального суспільства й наблизитись за рівнем економічного розвитку до розвинених країн світу можливо на основі впровадження системних змін у механізм державного управління інноваційно-інвестиційної діяльності.

Подольчак Н.Ю., Тодощук А.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ЗНИЖЕННЯ РІВНЯ МИТНИХ РИЗИКІВ ШЛЯХОМ РОЗВИТКУ СПІВПРАЦІ МИТНИХ ПІДРОЗДІЛІВ ТА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Одним із способів уникнення та зниження ймовірності виникнення митних ризиків є залучення представників машинобудівних підприємств до активного діалогу із розроблення нормативно-правової бази митної діяльності та конкретних форм митного контролю та митних процедур, безпосередньої діяльності пропускних пунктів, в тому числі для покращення інфраструктури пропускних пунктів. Аналізування діяльності низки вітчизняних підприємств шляхом інтерв'ю із керівниками цих підприємств вказує про відсутність таких контактів та ведення діалогу співпраці із митними підрозділами. З іншого боку, митні підрозділи практично не створюють майданчиків та інструментів для отримання раціональних пропозицій від підприємств щодо удосконалення діяльності митних підрозділів.

Машинобудівні підприємства, суб'єкти ЗЕД, мають велику зацікавленість у взаємодії із митними підрозділами з метою мінімізації митних ризиків. При цьому основний інтерес машинобудівних підприємств не полягає у відміні всіх митних зборів та платежів та відсутності митного оформлення, а у створенні прозорих та однакових умов для усіх підприємств, що відповідно вирівнює шанси усіх суб'єктів у веденні виробничо-господарської діяльності. Сумлінні суб'єкти ЗЕД зацікавлені у скороченні контрабанди машинобудівної продукції, оскільки це підмиває засади конкурентоспроможної діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств.

Співпраця між машинобудівними підприємствами та митними підрозділами може реалізовуватись в різних напрямках. Наприклад, враховуючи те, що митні підрозділи можна поділити на виробничі (лінійні підрозділи, що відповідають за окремі види митної діяльності) та штабні (виконують функції бек-офісу, тобто зайняті внутрішньоорганізаційною діяльністю, апаратною) відповідно можна виокремити – напрямок покращення функціонування виробничих митних підрозділів та покращення функціонування штабних підрозділів.

Напрямами взаємодії між машинобудівними підприємствами та митними підрозділами можуть бути пріоритетні напрями діяльності виокремлені в Наказі Держмитслужби України № 1205 від 28.10.08р. «Основні пріоритетні напрями діяльності та завдання Державної митної служби України на 2009 рік», а саме: 1) розвиток інструментарію фіскальної політики, в тому числі фокусування на високоризикованих та високоліквідних товарах; 2) активізація ЗЕД шляхом спрощення митних процедур, підвищення ефективності технологій митного контролю, використання інформаційних технологій та вдосконалення обміну інформацією; 3) протидія контрабанді.

Ми пропонуємо такі види співпраці: вироблення основних принципів діяльності та взаємодії із партнерами; експертиза та розвиток основних видів діяльності; формування та розвиток нормативно-правової бази; контролювання та регулювання діяльності митних органів (табл. 1).

Найнижчий рівень співпраці між машинобудівними підприємствами та митними органами полягає у інформуванні з боку останніх суб'єктів ЗЕД про нормативно-правові акти, які стосуються діяльності таких суб'єктів, зміни у супровідних документах та профілях ризику, формах контролю та обсяг прав при перетині кордону продукції машинобудівних підприємств або їхніх працівників. Ефективність використання такого рівня визначається розвиненістю комунікацій між митними органами та суб'єктами ЗЕД. При цьому такі комунікації не мають зворотнього зв'язку, що характеризує такий рівень співпраці як малоефективний. При цьому для побудови такої співпраці непотрібні значні інвестиційні ресурси. Аналізування діяльності митних органів та машинобудівних підприємств показав, що при використанні такого метода співпраці домінує поширенні інформації через друковані засоби масової інформації та інтернет зв'язок.

Наступним методом співпраці є консультування митних підрозділів працівниками або представниками машинобудівних підприємств. Така співпраця є дещо дорожчою за попередню, однак її ефективність є також вищою. Сутність консультування полягає в тому, що запрошуються представники машинобудівних підприємств в ролі зацікавлених експертів у вдосконаленні діяльності митних органів, які надають власні пропозиції, однак управлінські рішення щодо розвитку митної діяльності приймаються

колегіально, тобто виключно керівниками митних підрозділів або Міністерства доходів та зборів України. Така практика вже існує в Україні, коли відповідне міністерство та його підрозділи проводили консультаційні круглі столи, спеціальні науково-практичні конференції, інтернет конференції, запрошували провідних практиків та науковців, в тому числі іноземних, надавати експертні висновки щодо законопроектів, переймали досвід у іноземних партнерів та колег тощо. Практичне використання методу полягає у створенні ефективного зворотнього зв'язку між суб'єктами співпраці.

Таблиця 1

Напрями співпраці між машинобудівними підприємствами та ДМС

Напрями співпраці	Вироблення основних принципів діяльності та взаємодії із партнерами	Експертиза та розвиток основних видів діяльності	Формування та розвиток нормативно-правової бази	Контролювання та регулювання діяльності митних органів
Ролі партнера-машинобудівного підприємства	Агент зміни	Експерт	Співавтор	Партнер
Сутність та особливості	Налагоджується зворотній зв'язок із суб'єктами ЗЕД, опрацьовуються пропозиції, які надходять від підприємств особливо тісно співпрацюють із різними видами асоціацій, які пропонують взаємовигідне співробітництво.	При запроваджу-нні нововведень у роботі ДМС використовується зовнішня експертиза із створенням круглих столів, конференцій та інших заходів. Фактично на цьому етапі підприємство стає активним експертом у діяльності ДМС.	Машинобудівне підприємство бере участь у розробленні усіх нормативно-правових актів та митних процедур в тому числі при затвердженні стратегії та цілей діяльності ДМС.	Підприємство бере участь в оцінюванні виконанні поставних цілей та завдань перед ДМС, проводить опитування, дає експертну оцінку, сворюють наглядові ради за діяльністю ДМС.

При залученні представників машинобудівних підприємств до процесів законотворення та удосконалення діяльності ДМС України представники машинобудівних підприємств можуть впливати на прийняття рішень по окремих законотворчих ініціативах та проектах. Зі свого боку для підвищення мотивованості та результативності такої співпраці митні підрозділи повинні гарантувати врахування ініціатив при прийнятті управлінських рішень у визначених сферах покращення діяльності митних підрозділів.

Використання методу співпраці як партнерство полягає в тому, що усі рішення щодо розвитку діяльності митних підрозділів приймаються за згодою із представниками бізнесу, в тому числі, машинобудівних підприємств. Таке партнерство вимагає розвинутої корпоративної культури та дотримання високих цінностей двома сторонами процесу взаємодії. Тобто глибина взаємодії є досить значною і представники від бізнесу повинні відображати не тільки бізнес інтереси усіх учасників ЗЕД, але й забезпечити врахування цілей держави, її державних органів та суспільства в цілому.

Посилкіна О.В., Літвінова О.В.
Національний фармацевтичний університет, Харків

АКТУАЛЬНІСТЬ ПЕРЕХОДУ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ НА ІННОВАЦІЙНУ МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ

Постановка проблеми: життєздатність і перспективи економічного розвитку фармації у всіх країнах світу значною мірою визначаються масштабами, якістю та рівнем наукових досліджень і рівнем високотехнологічних процесів, які застосовуються. Тривала відсутність нововведень означає застій фармацевтичного виробництва, зниження якості й конкурентноздатності фармацевтичної продукції, а отже, падіння економічних результатів діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку.

Мета дослідження: аналіз сучасного стану, напрямів і тенденцій розвитку інноваційної діяльності в області фармацевтичної науки та виробництва в Україні та за кордоном.

Матеріали та методи: дослідження проводилися з використанням баз даних в мережі Інтернет: Адміністрації з контролю за ліками і харчовими продуктами, Європейського агентства з лікарських засобів, ДП «Державний експертний центр» Міністерства охорони здоров'я України, Всесвітньої організації охорони здоров'я, наукометричних баз.

Результати: фармацевтична галузь сьогодні-одна з найбільш дохідних у всьому світі (обсяг світового фармринку в 2012 році досяг 910 млрд доларів і, за прогнозами світової дослідницької компанії IMC Health, до 2015 року складе 1,1 трлн доларів), але, одночасно, це одна із найбільш «витратних» і наукомістких галузей. Саме у фармації зосереджено, за низкою оцінок, до 2/3 інноваційних розробок сьогоднішнього глобального ринку, за рівнем розвитку фармацевтичної промисловості оцінюють ступінь «інноваційності» держави. У середньому на розробку одного лікарського препарату сьогодні потрібно близько 1,5 млрд дол США. Процес розробки нового лікарського засобу може зайняти від 10 до 15 років перш, ніж хімічна сполука з'явиться на ринку у формі лікарського препарату. Сьогодні за кордоном відзначається активізація R&D в фармації, перехід на інноваційну модель розвитку, тісний взаємозв'язок фармацевтичних компаній з передовими науковими розробками дослідних центрів. Так, за підсумками 2012 р. світовий R&D-бюджет у фармації досяг 70,37 млрд. дол. США, трохи поступившись аналогічному показнику попереднього року 70,38 млрд. дол.

У 2012 р. рейтинг компаній за кількістю продуктів, що знаходяться в процесі розробки, згідно з даними аналітичної компанії Citeline, очолила GlaxoSmithKline, випередивши Pfizer. Одним з факторів, що вплинув на зміни в рейтингу, стало злиття та поглинання фармацевтичних і біотехнологічних компаній для розширення бізнесу та виходу на нові ринки, а також для пошуків нових технологій розробки і досліджень лікарських засобів. Розвиток R&D-сегменту світового фармацевтичного ринку вельми неоднорідний в географічному аспекті. Пальма першості за кількістю компаній, що працюють в R&D-сегменті, в 2012 р. належить США, на частку європейських країн припадає 26 % інноваційних фармацевтичних компаній.

В умовах підвищення конкуренції з боку генеричних препаратів фармацевтична індустрія зіткнулася з необхідністю освоєння нового стратегічного напрямку розвитку - біотехнологічного, що надає компаніям довгострокову перспективу. За даними звіту «Biotech 2013-Life Sciences: Capturing Value» інвестиційної компанії «Burrill & Company», протягом останніх 3 років компанії біотехнологічного сектора випереджають фармацевтичні за обсягом інвестицій в науково-дослідну діяльність. Біотехнологічна сфера сьогодні є однією з найбільш прибуткових, швидкозростаючих і наукоємних, яка при цьому характеризується такою перевагою, як розвинений сегмент R&D, що сприяє подальшому підвищенню показників даної галузі.

Проаналізувавши основні терапевтичні напрямки, привабливі для R&D-сегмента фармацевтичного і біотехнологічного ринків в 2012 р., можна відзначити, що абсолютним лідером є група протипухлинних лікарських засобів. Це пов'язано зі значним прогресом в молекулярній біології, який відкрив можливості для розвитку нових підходів до лікування пацієнтів з онкологічними захворюваннями, що є причиною 13 % смертей у всьому світі щорічно. Активний розвиток продовжує демонструвати сегмент біопрепаратів, в тому числі вакцини, препарати крові, рекомбінантні білки – на їх частку припадає 26,7% R&D-проектів.

Для фармацевтичної промисловості зарубіжних країн характерне формування крупного

диверсифікованого інноваційного виробництва. Це, в першу чергу, забезпечується шляхом концентрації, кооперації та злиття фармацевтичних фірм, тісної співпраці з дослідницькими центрами. Аналіз витрат на R&D та прогнозованих пікових обсягів продаж інноваційних лікарських засобів дозволяє зробити висновок, що вкладення коштів у R&D-розробку інноваційних препаратів є однією з найбільш довгострокових і ризикованих інвестицій у сфері високих технологій, які, тим не менш, при вдалому збігу обставин обіцяють безпрецедентний фінансовий успіх.

Слід зазначити, що в Україні, незважаючи на наявність цілої низки програм щодо інноваційного розвитку, питома вага інноваційних підприємств, обсяг витрат на фундаментальні та прикладні дослідження в галузі розробки препаратів, які проводяться в науково-дослідних установах та вищих навчальних закладах, в останні роки мають стійку тенденцію до зниження. Така ситуація в певній мірі обумовлює те, що частка генеричних ЛЗ порівняно з інноваційними препаратами в Україні становить понад 90 %, для порівняння в Росії – близько 80 %, США – 25 %, Німеччині – 35 %, Великобританії – 55 %, Польщі – 61 %, Японії – 22 %, Франції – 35 %.

Крім бюджетного фінансування у створенні вітчизняних препаратів значну частку становлять кошти фармацевтичних компаній України (ПАТ «Фармак», ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця», корпорація «Артеріум», ПАТ НВЦ «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод», ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я» та ін.). Аналіз стратегій вітчизняних фармацевтичних компаній свідчить, що нові підходи до розвитку підприємств вимагають перенесення акценту управлінських дій на збільшення частки інноваційної продукції, а саме патентування нових субстанцій, оригінальних препаратів, комбінованих препаратів, нових видів доставки активних фармацевтичних інгредієнтів. Патентування лікарських препаратів дозволяє вітчизняним| фармацевтичним компаніям займати|позичати,посідати| лідируючі|лідерувати| позиції на внутрішньому ринку України, ефективно використовувати наявний інтелектуальний потенціал, сприяє підйому|підніманню| престижу вітчизняної| фармації. Слід відзначити наступні|слідуючі| конкурентні переваги вітчизняних препаратів: цінова доступність лікування; якість і ефективність, за якою вони не поступаються зарубіжним препаратам, оптимальний підбір допоміжних речовин, що обумовлює зменшення токсичності, побічних дій і підвищення ефективності. Нарешті|урешті|, конкурентоспроможні вітчизняні препарати − це тисячі робочих місць на українських підприємствах. Але навіть з урахуванням внеску вітчизняних фармацевтичних компаній у створення лікарських засобів за даними ДП «Державний експертний центр» кількість зареєстрованих вітчизняних лікарських засобів в порівнянні з іноземними препаратами становить лише 39% (3716 проти 9337 на 11.11.2013).

Представлені дані свідчать про недостатнє фінансування наукових досліджень в області фармації в Україні, недостатній взаємозв'язок наукового потенціалу з виробництвом, а також про слабку інноваційну діяльність підприємств. У результаті Україна втрачає кадри, які здійснюють наукові дослідження і розробки. Особливо ці проблеми стають очевидними при порівнянні показників інноваційної діяльності в області фармації в Україні з аналогічними показниками країн Європи, США та Японії. Існує великий розрив у питомій вазі досліджень. Крім того, відрізняється структура джерел фінансування наукових робіт. Спираючись на міжнародний досвід, у ситуації що склалася, перспективним є перехід фармацевтичної галузі України на інноваційну модель розвитку. Реалізація інноваційного сценарію вимагає на першому етапі активного залучення державних й приватних інвестицій у модернізацію наукових лабораторій та стратегічно важливих фармацевтичних підприємств. У подальшому буде спрацьовувати механізм рефінансування наукових досліджень і розробок за кошти фармвиробників.

Висновки: перехід фармацевтичної галузі України на інноваційну модель розвитку повинен сприяти більш ефективному забезпеченню населення, закладів охорони здоров'я якісними і безпечними лікарськими засобами вітчизняного виробництва, при загальному наближенні нормативів лікарського забезпечення до середньоєвропейського рівня як за кількісними, так і за якісними показниками.

Савіцька О.П.*, Савіцька Н.В.**
* Національний університет «Львівська політехніка»,
** Львівський інститут економіки і туризму

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

У сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки важлива роль відводиться інноваційній діяльності як основному фактору та невід'ємній умові підвищення конкурентоспроможності підприємств і продукції, яку вони виробляють. Така ситуація обумовлена тим, що інновації, які впроваджуються, є головною передумовою економічного зростання як підприємства, так і країни в цілому. Головною метою державної інноваційної політики України є створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енергозберігаючих та ресурсозберігаючих технологій, виробництво та реалізацію нових видів конкурентноздатної продукції [1].

У Законі України «Про інноваційну діяльність» визначено, що інноваційна діяльність – це діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг, а інноваційне підприємство – це підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і (або) продукцію чи послуги обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70% його загального обсягу продукції і (або послуг) [2]. Науково-дослідна робота на таких підприємствах є їх основною діяльністю. Організації, які здійснюють фундаментальні та прикладні дослідження, проектні, конструкторські технологічні розробки та дослідно-експериментальні роботи виступають ініціаторами і розроблювачами новацій у сфері продуктів, технологій, ідей, послуг, нових видів виробничих систем. Головним їх завданням є пошук шляхів підвищення інноваційної активності і скорочення часу виходу інновацій на ринок. Основним завданням підприємств, орієнтованих на розробку і виробництво інновацій є передача ідей працівників виробничої ланки у підрозділи, які провадять НДВКР. Це створює відповідний інноваційний клімат, що забезпечує прорив у інноваційній діяльності організації, забезпечує оновлення асортименту продукції, її якості, створення властивостей, які задовольняють нові потреби.

Стан інноваційної діяльності в Україні більшістю науковців визначається як кризовий і такий, що не відповідає сучасному рівню розвитку інноваційних процесів в країнах, для яких інноваційний розвиток є ключовим вектором економічної стратегії.

Дослідження інноваційного шляху розвитку України засвідчили, що за останні роки рівень інноваційної активності підприємств зріс, проте вони залишились на рівні, недостатньому для забезпечення інноваційного розвитку України. Про низьку інноваційну активність підприємств свідчать показники обсягів реалізованої інноваційної продукції в Україні. У загальному обсязі промислової продукції лише 3,8% мають ознаки інновацій (в ЄС – 75%). Крім того, спостерігається зниження рівня наукомісткості вітчизняної продукції. Як наслідок вітчизняна продукція стає менш конкурентоспроможною, а в структурі експорту збільшується питома вага мінеральної сировини і продукції первинної переробки [3].

Протягом 2000-2012 років відбулося збільшення кількості підприємств, що впроваджували інновації (табл. 1).

У 2012 році інноваційною діяльністю у промисловості України займалися 29,8% підприємств від їх загальної кількості, тоді як у 2010 році лише 5,3%. Сума загального обсягу витрат на інноваційну діяльність підприємств у 2012 році становила 242990,6 тис. грн. Витрати на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення становили найбільшу частину в структурі витрат на інновації – 107914,5 тис. грн. (44,4%), витрати на дослідження і розробки – 66016,7 тис. грн. (27,2%), витрати на придбання нових технологій – 283, 9 тис. грн. (0,1%), сума витрат на інші напрями інноваційної діяльності підприємств становила – 68775, 5 тис. грн. (28, 3%).

Держкомстат України виділив наступні чинники, що стримують впровадження інновацій: недостатня фінансова підтримка держави, нестача власних коштів, відсутність фінансових коштів у замовника, низький платоспроможний попит на нову продукцію, великі витрати на нововведення, високий економічний ризик, тривалий термін окупності нововведень, нестача кваліфікованого персоналу, нестача інформації про нові технології, недостатність інформації про ринки збуту, несприятливість підприємства

до нововведень, нестача можливостей для кооперації з іншими підприємствами, недосконаліть законодавчої бази [3].

Таблиця 1

Інноваційна активність промислових підприємств, тис. грн. [3]

Роки	Питома вага підприємств, що займалися інноваціями	Загальна сума витрат	У тому числі за напрямами						
			дослідження і розробки	у тому числі		придбання нових технологій	підготовка виробництва для впровадження інновацій	придбання машин та обладнання, пов'язані з упровадженням інновацій	інші витрати
				внутрішні НДР	зовнішні НДР				
2000	19,9	155929,5	93629,1	X	X	571,3	7042,0	30737,8	23949,3
2001	17,1	119450,0	14161,7	X	X	404,4	22667,9	67033,8	15182,2
2002	17,6	149378,8	32593,5	X	X	472,2	11564,7	86600,3	18148,1
2003	12,7	152064,1	25704,5	X	X	9924,5	53225,0	57297,0	5913,1
2004	9,2	206980,2	63048,6	X	X	5673,5	79315,0	48635,9	10307,2
2005	9,8	158383,2	34227,9	X	X	1602,3	40313,8	62578,3	19660,9
2006	8,6	91536,9	27947,8	X	X	853,9	12353,9	31977,1	18404,2
2007	10,8	160330,3	42874,2	37301,2	5573,0	281,5	X	84586,4	32588,2
2008	8,9	202485,0	54720,8	24981,8	29739,0	184,0	X	101958,9	45621,3
2009	7,0	163878,0	55131,5	19729,6	35401,9	274,4	X	89469,7	19002,4
2010	5,3	128595,1	53801,9	49615,6	4186,3	666,0	X	69861,3	4265,9
2011	27,6	800427,2	77024,6	55376,0	21648,6	252330,0	X	417987,4	53085,2
2012	29,8	242990,6	66016,7	49274,3	16742,4	283,9	X	107914,5	68775,5

Відповідно до Закону України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні № 3715-VI від 08.09.2011р.» стратегічними пріоритетними напрямами на 2001-2021 роки є [4]:

- освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії;
- освоєння нових технологій високотехнологічного розвитку транспортної системи, ракетно-космічної галузі, авіа- і суднобудування, озброєння та військової техніки;
- освоєння нових технологій виробництва матеріалів, їх оброблення і з'єднання, створення індустрії наноматеріалів та нанотехнологій;
- технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу;
- впровадження нових технологій та обладнання для якісного медичного обслуговування, лікування, фармацевтики;
- широке застосування технологій більш чистого виробництва та охорони навколишнього природного середовища;
- розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки.

Інноваційний розвиток є надзвичайно важливим для економіки України. Для покращення сучасного становища необхідно створити ефективну законодавчу базу, яка б стимулювала суб'єкти господарської діяльності розробляти та впроваджувати інновації, розробити реальні програми розвитку сектору інноваційної діяльності; поступово збільшувати фінансування даної сфери за рахунок державних коштів; використовувати досвід розвинених країн, посилити контроль за виконанням всіх намічених пріоритетних напрямів. Пріоритетні напрями інноваційної діяльності спрямовані на забезпечення економічної безпеки держави, створення високотехнологічної конкурентної екологічно чистої продукції, надання високоякісних послуг та збільшення експортного потенціалу держави з ефективним використанням вітчизняних та світових науково-технічних досягнень.

1. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: kno.gov.ua/ komosviti/ control/uk/publish 2. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 року №40-IV [Електронний ресурс] – Режим доступу: zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=40.html 3. Офіційний сайт державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ukrstat.gov.ua 4. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні: Закон України від 8 вересня 2011 року №3715-IV (Із змінами №5460-17 від 16 жовтня 2012 року) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.html

Ситар Л.Й., Грибик І.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

ВПЛИВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ СПІВПРАЦЮ У ПРИКОРДОННИХ РЕГІОНАХ УКРАЇНИ В УМОВАХ (НА ПРИКЛАДІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

В сучасних умовах роль прикордонних територій у процесах інтеграції України в ЄС стає дедалі відчутнішою. У цьому аспекті проблеми активізації інвестиційних відносин між Україною і країнами ЄС набувають особливої актуальності, оскільки їх розвиток сприятиме соціально-економічному розвитку держави, в умовах дефіциту інвестиційних вкладень, зокрема іноземних інвестицій. Інвестиційне співробітництво між прикордонними регіонами країни та сусідніх із нею держав Європейського Союзу є основою зовнішньоекономічних зв'язків держави. Особливу роль серед регіонів України таке співробітництво відіграє у Львівській області, оскільки саме вона має вигідне геополітичне та геоекономічне розташування (Львівська область межує із Підкарпатським та Люблінським воєводствами Польщі) та успішний досвід впровадження інвестиційної політики ЄС, зокрема після входу Польщі до нього у 2004 році [3].

На сьогодні співпраця України з ЄС регулюється Стратегією ЄС щодо України на період 2007 – 2013 рр. в рамках Європейського інструменту сусідства та партнерства. Протягом цього періоду сприяння зростанню добробуту та розвитку добросусідських зв'язків між Європейським Союзом та країнами партнерами, які охоплені Європейською політикою забезпечується згідно нового Європейського інструменту сусідства та партнерства (ЄІСП-ENPI) [1]. В контексті інвестиційного співробітництва важливим моментом ініціативи «Східного партнерства» є підтримка міжнародними фінансовими установами всіх країн-партнерів у проведенні реформ, модернізації і визначення пріоритетних інвестиційних проектів у цьому напрямку. Відповідно до затверджених Європейською Комісією Стратегії прикордонного співробітництва 2007-2013 рр. та Індикативної програми 2007-2010 рр. з прикордонного співробітництва ЄІСП Львівська область бере участь у Програмі прикордонного співробітництва "Україна – Польща – Білорусь". Проекти в рамках цієї Програми будуть реалізовуватись за наступними пріоритетами: підвищення конкурентоздатності прикордонних територій, покращення якості життя, інституційна співпраця та підтримка ініціатив місцевих громад.

В таких умовах економіка Львівської області знаходиться у прямій залежності від розвитку інвестиційного співробітництва України із країнами Європейського Союзу, оскільки впродовж багатьох років частка прямих іноземних інвестицій з цих країн в економіку області є істотною: частка залучених інвестиційних вкладень з країн ЄС у Львівську область у загальному обсязі прямих іноземних інвестицій коливається в межах від 74,9% - у 2011 році до 90,2% у 2012р. Окрім того, аналіз статистичних даних засвідчує, що починаючи із 2007 року (запровадження в Україні Ініціативи «Східне партнерство») спостерігається активізація залучення інвестиційних коштів із країн Європейського Союзу, так у 2007 році надходження іноземних інвестицій з країн ЄС в економіку області зросли більше, як у 4 рази, порівняно із попереднім роком. Протягом 2006-2012 років європейські інвестори активізували свою діяльність у Львівській області, про що свідчать обсяги надходження іноземних інвестицій з країн Європейського Союзу, які впродовж аналізованого періоду зросли у 4 рази: із 73,5 млн.дол. США у 2006 році до 283,6 млн.дол. США – у 2012 році. Основними інвесторами економіки області у 2006-2012 рр. були: Австрія, Велика Британія, Данія, Кіпр, Польща, Німеччина. Серед яких Австрія, Велика Британія, Кіпр і Польща наростили обсяги залучення інвестиційних коштів.

Серед видів економічної діяльності найбільш інвестиційно привабливими для інвесторів із Польщі, Великобританії, Кіпру і Австрії були підприємства промисловості, де австрійські інвестори наростили обсяги капіталовкладень із 202 тис. дол. – у 2006 році, до 36164 тис.дол. – у 2012р. Окрім промислових підприємств найбільше нарощення іноземного капіталу відбувалось у сфері торгівлі – інвестори з Польщі, Кіпру та Австрії, у підприємства будівництва найбільше залучали інвестицій – Польща і Велика Британія, у діяльність готелів та ресторанів – Кіпр, у сферу транспорту – Польща і Великобританія, у операції з нерухомим майном – Великобританія і Кіпр [2].

Враховуючи позитивні моменти інвестиційної співпраці Львівської області із європейськими інвесторами, очевидно, що подальша інтеграція України у Європейський Союз дасть можливість

поглибити і розвинути ці зв'язки, що своєю чергою сприятиме розвитку економіки держави в цілому. Відтак, в результаті покращення цих процесів Львівська область отримає ряд переваг:

- завдяки реформуванню владних інституцій, розширенню повноважень органів влади на місцях і можливості перейняти досвід у держав-сусідів членів ЄС в і підвищиться кількість розроблених інвестиційних проектів на місцях, активізується робота з потенційними інвесторами, будуть створюватись сучасні маркетингові програми для розвитку окремих територій;

- враховуючи інвестиційну політику ЄС, в якій однією із ключових моментів є сільське господарство, а також значний аграрний потенціал Львівської області, відбуватиметься залучення іноземних капіталовкладень у інвестиційні проекти у сфері сільськогосподарського виробництва та переробки сільгосппродукції;

- зважаючи на туристично-рекреаційний потенціал регіону, зміни у нормативно-законодавчій сфері, що стосуються спрощення процедур залучення іноземних інвестицій в Україну і високі прибутки від розвитку туристичного бізнесу у сусідніх державах (гірськолижні курорти та термальні басейни в Закопаному (Польща), термальні басейни у Хайдусобосло (Угорщина) та ін.) очікується приплив іноземних інвестицій у об'єкти гірськолижного туризму і розвиток санаторно-курортних закладів та туристичних баз;

- враховуючи направленість областей Західного регіону на промисловість вступ України до Європейського Союзу буде сприяти створенню на території Львівської області промислових зон, технологічних та індустріальних парків, оскільки в країнах-членах ЄС їхня роль щороку зростає і більшість з них працює у високотехнологічних секторах економіки, відтак для області в результаті створення таких зон та парків будуть створені нові інноваційні підприємства та нові робочі місця, буде відбуватися підвищення якості людського капіталу;

- в рамках проведення Європейським Союзом політики розвитку інфраструктури та зближення з країнами «Східного партнерства» буде відбуватись покращення прикордонних переходів та підвищення ефективності їхньої роботи, що своєю чергою покращить транспортування через кордони сировини, обладнання та готових виробів, сприяючи тим самим залученню іноземних коштів та ін.

Таким чином Львівська область як прикордонний регіон має неабиякі перспективи розвитку та поглиблення інвестиційної співпраці із країнами-членами ЄС, однак існують певні бар'єри, що гальмують ці процеси й потребують поступового та грунтовного усунення. Отже, ситуація вимагає комплексного підходу, реалізація якого потребує визначення основних пріоритетів та скоординованих дій уряду нашої держави.

1. Офіційний сайт Програми [Електронний ресурс]. – Режим доступу : cpe.gov.pl [minrd.gov.ua/diyalnist-/mijnarodne-/integratsiya-ukraini-do-es/integratsiya-ukraini-do-es/inf-dovidka2/
2. Офіційний сайт Головного управління статистики у Львівській області. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: lv.ukrstat.gov.ua/ 3. Представництво Європейського Союзу в Україні – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: eeas.europa.eu/delegations/ukraine/what_eu/eu_memberstates/index_uk.htm

Топоровський В.Я., Гнилянська Л.Й.
Національний університет «Львівська політехніка»

СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ

Сучасна економічна діяльність підприємств стає все більш пов’язана з розробкою, впровадженням і використанням нововведень, з перетворення організаційно-економічного механізму господарювання. На сьогоднішній день позиція України щодо конкурентоспроможності економіки значно погіршилася. Загрозливими для зміцнення конкурентоспроможності є низька якість інституційного середовища, низька ефективність товарних ринків, недостатня розвиненість фінансового ринку, низький рівень технологічної готовності і оснащеності новими технологіями. Рівень впровадження результатів НДДКР в Україні є надзвичайно низький. Процес інноваційного розвитку, що базується на кожному новому витку досягнутого рівня науково-технічного прогресу, у сучасних умовах вітчизняної економіки потребує формування спонукальних факторів інноваційного розвитку. Під стимулюванням інноваційної діяльності підприємств розуміється процес використання конкретних засобів на користь людини і підприємства, передусім суб’єктів фінансування інновацій для появи в них спонукального мотиву у здійсненні інноваційної діяльності та підвищенні її ефективності. Основним мотивом підприємства є отримання доходів у коротко- та довгострокових періодах. Стимулювання інноваційної діяльності є складним завданням. Серед основних його цілей є: скорочення циклу «дослідження-розробка-впровадження», забезпечення економічної ефективності інноваційних робіт, високого науково-технічного рівня інновацій, підвищення якості виконання проектів, збільшення кількості інноваційних пропозицій, зростання інноваційного потенціалу підприємства.

У сфері інноваційної діяльності держава застосовує стимули двох видів - позитивні та негативні. До позитивних належать пільги та переваги, що надаються суб'єктам інноваційної діяльності з метою їх заохочення до здійснення такої діяльності. Позитивне стимулювання інноваційної діяльності включає фінансову підтримку та пільги. Фінансова підтримка за рахунок Державного бюджету України, бюджету Автономної Республіки Крим, місцевих бюджетів може надаватися у таких формах:а) повного безвідсоткового кредитування; б) часткового (до 50%) безвідсоткового кредитування; в) повної чи часткової компенсації; г) надання державних гарантій комерційним банкам, що здійснюють кредитування пріоритетних інноваційних проектів; д) майнового страхування реалізації інноваційних проектів у страховиків відповідно до Закону України "Про страхування". Негативні стимули у формі відповідальності за порушення вимог інноваційного законодавства та умов договорів інноваційного характеру спрямовані на захист публічних інтересів у цій сфері, а також законних приватних інтересів суб'єктів інноваційної діяльності та тих її учасників, що належать до інноваційної інфраструктури. Система негативних стимулів у формі відповідальності за порушення вимог інноваційного законодавства виконує не лише стимулюючу, а й інші функції - попередження правопорушень у сфері інноваційної діяльності, контролю за ефективністю діяльності її суб'єктів, інформування учасників інноваційної діяльності про результати діяльності. Негативне стимулювання застосовується у таких формах: відшкодування збитків; позбавлення передбачених законом пільг; анулювання державної реєстрації інноваційної структури та виключення її з Державного реєстру інноваційних структур. Мотиви стимулювання розвитку виробництва диктуються внутрішнім і зовнішнім середовищем підприємства, і включають в себе: відповідність вимогам ринку; своєчасне виявлення нових ринкових можливостей для уникнення збитків, а в кращому випадку – отримання додаткових доходів; завоювання більшої частки ринку; зростання обсягів виробництва в поточному та наступному періодах.

Для інтенсифікації розвитку інноваційної діяльності в Україні необхідно розширити міждержавне співробітництво та джерела фінансування, активізувати працівників у створенні та впровадженні інновацій, здійснити ефективну державну інноваційну політику, вдосконалити механізм захисту прав інтелектуальної власності та процедур патентного захисту інновацій, забезпечити сприятливий клімат для створення власних наукомістких виробництв повного циклу.

Фещур Р.В.*, Тимощук М.Р.**
* Національний університет «Львівська політехніка»
** Львівський інститут банківської справи УБС НБУ (м. Київ)

ПЛАНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО СПРЯМОВАНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

В умовах трансформації національної економічної системи, що характеризуються швидкою зміною умов зовнішнього середовища функціонування підприємств, загостренням конкурентної боротьби на ринку зростає рівень залежності успішності діяльності вітчизняних підприємств від рівня їх інноваційного розвитку.

Інтенсивна конкуренція на глобальному ринку та існуючі можливості для бізнесу припускають активне застосування інноваційних підходів, технологічних рішень та фінансових інструментів – «жорстких» чинників розвитку бізнесу. Ще п'ять років тому позиції України за складовою інновації в Індексі глобальної конкурентоспроможності були близькі до того, щоб вважатися конкурентною перевагою (52-е місце в ІГК 2008). В останньому ІГК 2013 в України вже 93-тя позиція, причому порівняно з попереднім роком відбулося падіння на 22 позиції [1].

Показники фінансового забезпечення сфери науки в Україні є значно нижчими за світові стандарти, що зумовлює подальше посилення технологічного відставання української економіки від провідних економік світу. У розвинених країнах зберігається тенденція до збільшення асигнувань на НДДКР: глобальні витрати за останнє десятиліття зростали швидше, ніж глобальний ВВП, що є ознакою широко розповсюджених зусиль економічних систем інтенсифікувати розвиток знань і технологій. Упродовж останніх десяти років зростання капіталовкладень у НДДКР відмічається у США (на 46%), Японії (на 27%), ЄС (на 18%). Високі темпи демонструють також Фінляндія, Ізраїль, Угорщина, Китай та Індія. Витрати на наукову сферу України також щорічно зростають в абсолютному вимірі, але при цьому їхня частка у ВВП становить 0,75% ВВП [2].

Вітчизняна практика державного регулювання інноваційної діяльності в Україні має хаотичний характер; досить часто потреби інноваційного розвитку задовольняються за залишковим принципом, зокрема у сфері бюджетного фінансування НДДКР. Ураховуючи реальний рівень інвестування в економіку України та те, що досягнення конкурентоспроможності на основі інновацій потребуватиме тривалого часу, актуальним є пошук ефективних напрямів державного планування та регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності. Метою дослідження є виявлення перспективних першочергових заходів щодо імплементації ефективного міжнародного досвіду державного індикативного планування інноваційно-інвестиційної діяльності в реальному секторі економіки в контексті забезпечення соціально-економічного розвитку України.

В Україні однією з головних перешкод будь-якого конструктивного перетворення економічної системи є відсутність рівноправного діалогу та співпраці між державними органами влади, науковцями, бізнесом, профспілками, громадськими організаціями. Для налагодження співпраці між ними необхідно розробити та впровадити такий механізм взаємодії, що дозволяв би: державі – в повному обсязі виконувати її соціальні функції; науковцям – впливати на прийняття рішень щодо встановлення обґрунтованих макроекономічних параметрів та напрямів державних інвестицій; бізнесу – функціонувати на засадах екологічно та соціально збалансованого економічного зростання; громадянам – забезпечення конституційних прав. Без модернізації економіки, активного впровадження інноваційних технологій реалізувати такий механізм не можливо. Значною мірою вплинути на створення належних умов для цього здатна система індикативного планування [3].

У кожній країні організація індикативного планування має свої особливості, що випливають із специфіки національного законодавства, набутого досвіду, застосування різних методів непрямого регулювання соціально-економічних процесів та масштабів його впливу. Проте принципи організації індикативного планування, як і його цільова орієнтація, багато у чому загальні, незалежні від національного забарвлення економіки.

Ключова ідея індикативного планування полягає в тому, що планові органи розробляють конкретні рекомендації, які мають забезпечувати реалізацію необхідних напрямів розвитку науково-технічної і соціально-економічної сфери і отримання бажаних результатів в масштабах країни, галузі, регіону.

Індикативне планування відрізняється гнучкістю форм: воно може бути втілене в єдиному загальнонаціональному документі, який деталізують на галузевому, регіональному і функціональному рівнях. Важливою умовою раціонального індикативного планування є правильний вибір об'єктів регулювання. Це мають бути соціально-економічні структури і процеси, системи зв'язків між ними і їх частинами у сфері виробництва, обігу та споживання. Індикативний характер планування передбачає строгий облік та контроль внутрішніх закономірностей функціонування і розвитку економічних систем, в іншому разі різко знижується результативність такого планування. При цьому стрижнем усіх планових заходом має бути орієнтація на вирішення соціальних завдань розвитку суспільства [4].

Перехід до індикативного планування в економічній практиці важливий ще й з тієї точки зору, що він дозволяє розвивати та удосконалювати взаємовідносини урядових органів з бізнес-середовищем, з інститутами громадянського суспільства. Для цього треба, в першу чергу, забезпечувати доступність до інформації про плани уряду господарюючим суб'єктам і населенню. Ефективності індикативного планування може значною мірою сприяти залучення громадськості до процесу розробки державних рішень. Важливо підкреслити, що уся система індикативного планування має бути побудована так, щоб поставлені завдання на усіх рівнях управління не зводилися лише до виконання державних функцій накопичення і перерозподілу. Суть індикативного планування полягає у створенні рівних умов для діяльності усіх економічних суб'єктів в кожному регіоні (з урахуванням рівня його економічного розвитку) і до стимулювання щодо розвитку виробництва. Інструментами дії індикативного плану на економічну поведінку виробників і споживачів повинні бути не стільки вимоги і вказівки державних органів, скільки важелі регулювання, в тому числі і непрямої дії. До числа таких інструментів-регуляторів можна віднести: переважне надання державних замовлень, полегшений доступ до природних та інших ресурсних джерел, пільгове кредитування та оподаткування, митні пільги, державні субсидії, субвенції, дотації, сприяння інвестуванню.

Досягнення згоди між державою і бізнесом щодо добровільного дотримання бізнесом курсу, визначеного в перспективному державному плані, є можливим, якщо план міститиме гарантовані зобов'язання держави перед підприємцями і споживачами, що діють відповідно до цього курсу. Виконувати ці і аналогічні умови непросто, адже планування, у тому числі індикативне, передбачає пріоритет громадських інтересів над приватно-корпоративними. Необхідно створити суспільно прийнятні механізми підпорядкування інтересів окремих верств суспільства державним, національним інтересам країни, що потребує об’єднання зусиль науки, найвищих органів державної влади та громадськості.

В Україні доцільною є реалізація індикативного планування інноваційно спрямованого соціально-економічного розвитку, що ґрунтується на впливі держави шляхом макроекономічного регулювання на процес розподілу обмежених ресурсів та забезпечує механізм узгодження інтересів суб’єктів інноваційної діяльності та їх взаємодії з державою.

1. Звіт про конкурентоспроможні сит регіонів України 2013 // Фонд «Ефективне управління/. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: feg.org.ua/docs/FEG_report _2013_body_ukr_web.pdf. 2. Науково-технічна сфера України // Державне агентство з питань науки, інновацій та інформації України, 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: dknii.gov.ua/?q=system/files/buklet_2013.pdf). 3. Подлєсна В.Г. Індикативне планування: сутність та роль у здійсненні інноваційно спрямованого соціально-економічного розвитку / В.Г. Подлєсна // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2010. – №1(3). Том. 2. – С. 262–266. 4. Андрюшкевич О.А. Индикативное планирование в экономиках разного типа /О.А. Андрюшкевич / [Електронный ресурс]. – Режим доступа: kapital-rus.ru/articles/article/199716/.

Фокіна І.В.
Інститут економіки промисловості НАН України, м. Донецьк

ВИЗНАЧЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ДЕРЖАВНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ У ВУГІЛЬНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Ефективний розвиток вугільної промисловості на основі активізації інновацій у галузі створює фундамент для забезпечення енергетичної безпеки та незалежності України. Інноваційний процес у вугільній промисловості передбачає комплекс заходів щодо підвищення техніко-економічного рівня виробництва на основі його технічного переоснащення, тобто впровадження передових технологій, модернізації та заміни морально застарілого обладнання, капітальне будівництво. Однак технічне переоснащення підприємств галузі пов'язане з браком фінансових коштів на заміну застарілого обладнання, низькими темпами розвитку та модернізації шахтного фонду, тривалістю виготовлення гірничошахтного устаткування й відсутністю узгодженості робіт між усіма учасниками інноваційного процесу, включаючи вугледобувні та шахтобудівні підприємства, машинобудівні та ремонтні заводи, науково-дослідні, проектно-конструкторські організації.

Інноваційна сфера у вугільній галузі не є привабливою для інвесторів і останні роки забезпечувалася в основному за рахунок субсидій із бюджету. Протягом тривалого часу підприємства державного сектору вугільної промисловості отримували фінансування на покриття витрат із собівартості продукції, капітальні вкладення, гірничорятувальні та інші заходи.

Спочатку надання субсидій на технічне переоснащення шахт було передбачене на основі кошторисів відповідних витрат, тобто аналогічно дотаціям. Надалі, ураховуючи обмеженість бюджетних коштів і з метою забезпечення їх ефективного використання, субсидування технічного переоснащення мало відбуватися за результатами конкурсу. Разом із тим державними субсидіями фінансувалося не впровадження нової техніки, а проста заміна зношеного обладнання, а це, у свою чергу, було обумовлено винятком амортизації на обладнання, придбане за державні кошти, з витрат при визначенні дотацій на покриття збитків. Субсидії на технічне переоснащення перетворювалися на дотації, що не дають ефекту.

Політика державного субсидування, при якій отримані бюджетні кошти використовуються як дотації на поточні витрати, не сприяє розвитку інновацій у галузі, підвищенню її конкурентоспроможності та зміцненню позицій України на світовому вугільному ринку, а в умовах вимог Світової організації торгівлі (СОТ) здатна привести до компенсаційних заходів за порушення правил міжнародної торгівлі. Для країн-членів СОТ правилами цієї організації позначений трирічний термін з моменту вступу для приведення національного законодавства до її норм. Україна є членом СОТ з 2008 р., проте належним чином не визначилася з пріоритетними напрямами свого інноваційного розвитку, зокрема у сфері вуглевидобутку. Унаслідок цього в країні в цілому відсутній механізм державного регулювання інноваційних процесів, його фінансові елементи і положення щодо відповідності нормам СОТ.

Оскільки правилами СОТ неадресні субсидії визнані незабороненими заходами державної підтримки, вважаємо, що пряме державне субсидування інноваційного розвитку вугледобувних підприємств максимально допустимою мірою може бути заміщене непрямим. Чинний механізм державного субсидування вугледобувних підприємств виключає елементи непрямого й адміністративного державного регулювання, включаючи податкові пільги, гарантії при банківському кредитуванні та іноземному інвестуванні, забезпечення фінансової збалансованості шахт, тощо.

Слід зазначити, що політика держави в інноваційній сфері має достатньо способів її стимулювання. У вугільній промисловості України протягом відносно нетривалого періоду часу крім субсидій на технічне переоснащення вугледобувних підприємств як механізми залучення інвестицій пропонувалися: державно-приватне партнерство, формування фонду учасників оптового ринку вугільної продукції України, іноземні інвестиції, банківське кредитування, у тому числі шляхом здешевлення кредитів, фінансовий лізинг, облігаційні позики. Однак фактично основним зовнішнім джерелом фінансування інвестиційних проектів державних вугледобувних підприємств були субсидії з бюджету. З усього арсеналу загальновизнаних інструментів державного регулювання інноваційної діяльності у вугільній галузі лише в 2006 р. на додаток до прямого субсидування технічного переозброєння була введена часткова компенсація за бюджетні кошти процентної ставки за кредитами, взятими підприємствами для

будівництва та придбання обладнання. А протягом 2010-2011 рр. здійснювалися поставки обладнання за договорами фінансового лізингу і вперше було укладено договори між двома вугледобувними підприємствами та інвесторами у рамках державно-приватного партнерства. Але й ці заходи не дістали належного поширення.

Таким чином, результати досліджень свідчать про те, що крім прямого субсидування для стимулювання інноваційного процесу у вугільній промисловості, налагодження взаємодії між його учасниками необхідне впровадження інших інструментів державної інноваційної політики, серед них:

формування податкових умов за допомогою зниження податкового навантаження, застосування податкових пільг, стимулюючих інвестиції в інноваційний процес, введення податкових знижок при розробці вичерпаних родовищ;

зниження інвестиційних ризиків при освоєнні нових родовищ шляхом забезпечення стабільності податкового законодавства на період реалізації відповідних проектів;

забезпечення державної участі в узгодженні з Національним банком України питань щодо зниження вартості банківського кредитного капіталу;

спрощення процедури оформлення залученого іноземного капіталу на умовах державних гарантій;

забезпечення поточної фінансової збалансованості за рахунок надання в запланованому обсязі коштів для покриття витрат із собівартості продукції на період необхідного технічного переоснащення підприємства;

зниження цінової диспропорції на вугільну продукцію і гірничошахтне устаткування шляхом організації спрощеної процедури закупівлі вугледобувними підприємствами обладнання безпосередньо у підприємств-виробників;

створення інституційного середовища для залучення приватних інвесторів у рамках державно-приватного партнерства;

забезпечення відповідності норм національного законодавства нормам СОТ щодо державного регулювання інноваційного процесу у вугільній промисловості та інших галузях;

сприяння при формуванні наукових фондів з підтримки різних аспектів інноваційної діяльності (фонди фундаментальних досліджень, технологічного розвитку, виробничих інновацій) із наступним виключенням з оподатковуваної бази з податку на прибуток коштів, виділених у рамках цільового фінансування проектів технічного переоснащення з таких фондів і з державного бюджету. Кошти фондів слід розподіляти на конкурсній основі між підприємствами розробниками та користувачами, як підтримку високоефективних інвестиційних проектів, що забезпечують створення й упровадження нових технологій.

Упровадження пропонованих інструментів державної інноваційної політики у вугільній промисловості України мають сприяти залученню інвестицій для проектів із технічного переоснащення та модернізації в галузі.

Дослідження виконано в рамках науково-дослідної роботи «Розвиток інституціонального середовища промислового виробництва з урахуванням галузевої специфіки» (номер держреєстрації 0113U004371) Інституту економіки промисловості НАН України.

Цогла О.О.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ БЕЗПЕЧНИХ УМОВ ПРАЦІ НА ВИРОБНИЦТВІ

Новітні технології та безпечні умови праці... Інноваційним процесам належить конститутивна роль в економіці держави взагалі та в галузі охорони праці зокрема. Адже, застосування новітніх технології, позначається на зростанні продуктивності праці, заощадженні енергоресурсів, зниженні травматизму та плинності кадрів. А в результаті підвищується конкурентоспроможність підприємства. Заразом з тим, поліпшення умов і охорони праці, що відповідає інтересам не тільки безпосередньо працівників, а й роботодавців, а також всього суспільства в цілому, в умовах ринку, тісно пов'язано з вдосконалення технологій, механізацією та автоматизацією виробничих процесів.

Так, на державному рівні було прийнято «Загальнодержавну соціальну програму поліпшення стану безпеки, гігієни праці та виробничого середовища на 2014-2018 роки» де зазначено, що пріоритетним є розроблення та впровадження у діюче виробництво інноваційних технологій, нових видів засобів індивідуального та колективного захисту з використанням сучасних матеріалів, наукових досягнень у сфері охорони праці [1].

Проте, з доповіді голови Держгірпромнагляду України про стан виробничого травматизму в Україні у 2013 році, стає зрозумілим, що найбільш травмонебезпечними галузями економіки в Україні є вугільна, машинобудівна промисловість, агропромисловий комплекс та соціально-культурна сфера. На підприємствах цих галузей травмовано 71% працівників від усієї кількості травмованих на підприємствах в Україні. Лише на підприємствах вугільної галузі травмується 37% від загальної кількості працівників, постраждалих на виробництві. Аналіз причин нещасних випадків зі смертельним наслідком свідчить, що 65% таких випадків сталось з організаційних причин, з технічних – 23%, а з психофізіологічних – 12% [2].

Статистика стверджує: щорічні економічні втрати України в сфері охорони праці становлять 60 млрд гривень, так як значна кількість людей щороку припиняють трудову діяльність. Понад 1 200 осіб гине на виробництві, а ще близько 12,5 тисяч працівників стають інвалідами праці, хоча, якби не травми або захворювання, вони могли б у найближчі роки ще повноцінно працювати і примножувати національний добробут. Втрата їх працездатності, викликає у держави, в особі Фондів соціального страхування, додаткові витрати з виплати пенсій, грошових компенсацій сім'ям, утримання малолітніх дітей потерпілих. Сьогодні Україна лікує, забезпечує медико-соціальними послугами близько 310 тисяч інвалідів праці. Серйозними є і економічні втрати самих підприємств. Втрата кваліфікованих робітників змушує роботодавця витрачати додатковий час і кошти на підготовку нових спеціалістів, крім того, зриваються терміни виконання контрактів, і доводиться платити штрафні санкції [3].

Безпечні умови праці не є постійним фактором, оскільки розуміння їх сутності безпосередньо залежить від панівних у суспільстві правових і соціальних доктрин, а також темпів модернізації виробництва (технологічного процесу). Рівень захищеності працівників від дії шкідливих і небезпечних факторів виробничого середовища підвищується шляхом розроблення і впровадження у виробництво новітніх безпечних технологій, нових видів засобів індивідуального та колективного захисту з використанням сучасних матеріалів, наукових досягнень у сфері охорони та гігієни праці, промислової безпеки. Сьогодні інноваційний напрям розвитку є опорною стратегією для бізнесу, де новітні технології разом з трудовим капіталом створюють конкурентні переваги країни та її регіонів в більшій мірі ніж наявні природні ресурси.

1. zakon4.rada.gov.ua/laws/show/178-18; 2. zakon4.rada.gov.ua/laws/show/178-18; 3. tsn.ua/groshi/virobnichiy-travmatizm-schorichno-obhoditsya-ukrayini-v-60-mlrd-griven-312691.html

Шабайкович В.А.
Львівський інститут менеджменту

ЗАНЕПАД ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ВІТЧИЗНЯНОМУ ВИРОБНИЦТВІ

Інноваційна діяльність має комплексний системний характер, яка охоплює пошук ідей, ліцензій, патентів, організацію дослідницької роботи, винахідництво, раціоналізацію, конструювання, технологію, інформаційну та наукову діяльність. Основою інноваційної діяльності на підприємстві є освоєння нових видів продукції, технології її виготовлення, організації та управління. Основою інноваційної діяльності є пошук принципово нових рішень, які створюють додатковий ефект.

До основних чинників, які негативно впливають на інноваційну діяльність, можна віднести відсутність джерел фінансування, слабкість матеріально-технічної та наукової бази, високий економічний ризик, відсутність попиту на продукцію, ускладнення та подорожчання науково-дослід-них розробок, низький науково-інноваційний потенціал держави, регіонів, підприємств. Гальмівними організаційно-управлінськими чинниками є надмірна централізація, консервативність ієрархічних принципів побудови організації, перевага вертикальних потоків інформації, установча замкненість, труднощі в міжгалузевих взаємодіях, орієнтація на усталені ринки, орієнтація на короткотермінову окупність, відсутність науково-інноваційних організаційних структур, недостатність міжнародного науково-технічного співробітництва. Гальмують також юридичні чинники, такі як недосконаліть законодавчої бази з питань інноваційної діяльності, охорони інтелектуальної власності, а також соціально-психологічні чинники: опір змінам, які можуть викликати такі наслідки як зміна статусу, необхідність нової діяльності, зміна стереотипів поведінки, існуючих традицій, страх невизначеності, страх відповідальності за помилку, опір усьому новому, низький професійний статус новатора, відсутність матеріальних стимулів і умов творчої праці, відплив наукових кадрів.

Відомий ряд чинників, які сприяють інноваційній діяльності. Це наявність резерву фінансових та матеріально-технічних заходів, наявність необхідної господарської та науково-технічної інфраструктури, розвиток конкуренції та скорочення тривалості життєвого циклу наукоємної продукції, збереження науково-технічного потенціалу та державна підтримка інноваційної діяльності; гнучкість організаційних структур, демократичний стиль управління, перевага горизонтальних потоків інформації, властивість планування, допущення коригувань, децентралізація, автономія, формування цільових проблемних груп, міжнародна науково-технічна кооперація, створення інноваційної інфраструктури; законодавчі заходи, особливі пільги закони, що заохочують інноваційну діяльність, забезпечують інтелектуальну власність; сприйнятливість до змін, нововведень, винагорода, суспільне визнання, можливість самореалізації, розвиток умов творчої праці, моральні та матеріальні стимули.

Сучасний стан інноваційних процесів в *Україні* вимагає суттєвої активізації. На підприємствах немає відповідних економічних основ для інноваційної діяльності. Якщо у 2004 році цією справою займалось менше 10% підприємств, а тепер ще менше, то у *США, Японії, Франції* впроваджують інновації 70-82% загальної кількості підприємств. Причин на це досить багато. В першу чергу це недостатність фінансових ресурсів, незадовільна податкова система, відсутність мотивації, брак висококваліфікованих фахівців і їх відтік за границю, недостатність інформаційного забезпечення, дифузія інновацій, відсутність ефективного механізму здійснення інноваційної діяльності та інші. Про це свідчать низькі показники реалізації інноваційної продукції (в *Україні* – 3,8%, в 2006-2011 роках ще знизилась на 2,9%, в *Євросоюзі* – 75%), крім того подіяв негативний вплив в державі (16%) та низька кваліфікованість персоналу (20%).

Для відродження інноваційної діяльності необхідно: вдосконалити нормативно-правову базу державного регулювання та стимулювання інноваційної діяльності, збільшити адресне та цільове фінансове забезпечення наукових розробок, створити ефективну іннова-ційну систему, сформувати систему державного замовлення науково-технічної та інноваційно-технологічної продукції, сформулювати на державному рівні стратегію та тактику науково-технічного інноваційного розвитку, створити умови для формування інноваційної інфраструктури, розробити план відродження та вдосконалення інноваційних розробок, відтворити зруйноване інноваційне поле цілого народного господарства. Однак основною є методика розробки інноваційного рішення, котра допомагає розробнику вийти на потрібну конструкцію, технологію чи організацію, виконану на найвищому рівні, тобто патенту.

Юринець О.В., Малиш Я.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПЕРЕШКОДИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЛЬВІВЩИНИ У 2013-2015 РОКАХ

Конкурентоспроможність економіки держави та її національна безпека значною мірою залежить від розвитку інноваційної діяльності. Потреба у створенні власної інноваційної інфраструктури набуває особливої актуальності у контексті підвищення конкурентоспроможності держави через розвиток регіонів, що полягає у втіленні фундаментальних наукових розробок у практичній чи виробничій діяльності.

Основні стратегічні напрямки розвитку інноваційної діяльності регулюється Законом України "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні", який передбачає освоєння енергоощадних технологій, а також інноваційних підходів у транспортній системі, виробництві, агропромисловому комплексі, фармацевтичній галузі, медицині, комунікаціях тощо.

Статистичні дані, надані Головним управлінням статистики у Львівській області, свідчать про позитивну динаміку інноваційної діяльності підприємств, адже 102 промислові підприємства займались інноваційною діяльністю протягом 2012 року, минулого року зросла частка промислових підприємств, що займались інноваційними розробками - більше 13,4 %.

Структура основних напрямків, у яких втілювали інновації промислові підприємства має наступний вигляд: 41 підприємство реалізувало інноваційні процеси, 32 підприємства випускали інноваційну продукцію, 13 здійснили інновації у сфері маркетингу та менеджменту. У сфері промислового виробництва реалізовано 117 інноваційних видів продукції, з них 31 вид товару реалізовано у сфері техніки. У сфері машинобудування реалізовано 43 види продукції, у харчовій галузі – 26 інноваційних товарів. Модернізація виробничих процесів передбачала втілення 29 видів інноваційних технологій.

Важливо зазначити, що інноваційна інфраструктура забезпечує зв'язок між суб'єктами інноваційної діяльності. До основних структурних елементів інноваційної продукції відносять бізнес-інкубатори, інноваційні наукові парки і техноцентри, технопарки, технополіси. Розбудова інноваційної структури сприяє ефективній діяльності малих та середніх за розміром підприємств, які є максимально гнучкими у реалізації інноваційних стратегій.

Сьогодні в Україні існує 20 інноваційних центрів, 11 центрів комерціалізації інтелектуальної власності, 24 інноваційні бізнес інкубатори, 12 технопарків, 15 центрів науково-технічної та економічної інформації. До інноваційної інфраструктури Львівської області входять:

1. Західний науковий центр Національної академії наук України та Міністерства освіти і науки;
2. Науково-технологічний парк "Яворів";
3. Державна бюджетна установа "Львівський регіональний центр з інвестицій та розвитку" ;
4. Львівський Державний центр науки, інновацій та інформатизації;
5. Західноукраїнська регіональна асоціація інноваційних фірм "Львівтехнополіс".

Основними перешкодами інноваційного розвитку Львівської області є відсутність пільгового кредитування підприємств, які займаються інноваційною діяльністю, низька обізнаність у програмах підтримки інноваційної діяльності зацікавлених осіб, відсутність централізованого підходу на загальнонаціональному рівні, низький рівень продуктивності співпраці науковців та практиків.

Основою інноваційного розвитку Львівщини має бути конструктивний діалог між науковцями, представниками влади та бізнесу. Заходи реалізації програм підтримки інноваційної діяльності підприємств мають передбачати розробку системи вимірності її ефективності, за допомогою якої можна буде відслідковувати стан інноваційного розвитку регіону.

1. Рішення Львівської обласної ради №681 «Про затвердження Регіональної програми інноваційного розвитку Львівської області на 2013 – 2015 роки» від 19 лютого 2013 року. 2. Розпорядження голови Львівської обласної державної адміністрації від 10.02.2011 № 97/0/5-11.

СЕКЦІЯ 2.
ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ УЧАСНИКАМИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ

Strychalska-Rudzewicz Anna
University of Warmia and Mazury in Olsztyn

INVESTIGATION OF ORGANIZATIONAL CULTURE'S INFLUENCE ON INNOVATION ACTIVITIY OF PRODUCTION COMPANIES IN POLAND

Innovation is a major force in economic development (Freeman & Soete, 1997, pp. Verspagen 2006, pp. 487–513). Therefore the knowledge of factors that promote or constrain innovation benefits the welfare of many people. According to A. Kaasa and M. Vadi (2010, pp. 583–604) innovation is often hindered by problems that can be explained by tapping into concepts of culture. Culture is even mentioned as the first issue when the 'Big 10' Innovation Killers are presented (Wycoff 2003, pp. 17–21). Generating a culture of innovation is the necessary ingredient for economic progress (Samli, A.C. 2011). Most companies have default innovation cultures in which various values, norms, assumptions and beliefs all compete for influence over employees' actual behavior. The dominant ones that win out ultimately shape the culture. Innovation culture can been defined as a multi-dimensional context which includes the intention to be innovative, the infrastructure to support innovation, operational level behaviors necessary to influence a market and value orientation, and the environment to implement innovation (Dobni C. Brooke 2008, pp. 539-559).

The question for leaders today is not if culture is important for success but how culture can drive successful innovation. It is important to answer the questions what leaders can do to influence the kind of culture that leads to innovative behavior. Ahmed (1998, pp. 30-43), Filipczak (1997, pp. 32-40), Martins E., Martins N. (2002, 58-65), O'Reilly (1989, pp 9-25), Pinchot & Pinchot (1996, pp. 9-10) among others have worked on identifying values, norms and assumptions involved in promoting and implementing innovation. However, very few empirical studies, especially quantitative research, appear to have been carried out to support the research findings. Therefore the purpose of current research was to present the results of a study aimed at identifying factors of organizational culture that influence innovation of enterprises, as well as to determine the strength of this effect.

In the scope of research were included 86 production companies from Warmia and Mazury. Taking into consideration the age of the companies that participated in the research, the largest share was of companies between 11 to 20 years (43%). Respondents were asked to assume their attitude towards ascertainment reflecting the organizational culture factors influencing the process of introducing innovations in a company through assessment measured in five-level Likert scale (1 – strongly disagree, 2 – disagree, 3 - neither agree nor disagree, 4 – agree, 5 - strongly agree). The correlation between the coefficients and the statement: "due to innovations our company is developing" was the area of research.Correlation between the declaration of innovativeness of the company and organisational culture was measured by means of Pearson product-moment correlation coefficient. Correlation coefficient indicates the relationship direction. If variables have positive correlation, together with the increase of one value, the other values increase. If these have negative correlation, together with the increase of one value, the decrease of the other value follows. What is more, if the absolute value of correlation coefficient is closer to one, then the dependence between the variables is stronger. Afterwards, correlation coefficient significance test was conducted.

Having analysed the data, it can be proved that factors shaping organisational culture of the businesses participating in the research exert an influence on innovativeness. It refers to both the characteristics of the businesses and their employees. On the basis of the research, nine strong and influential factors have been distinguished, together with nine factors with moderate impact and eight factors without any crucial influence on the level of innovativeness of businesses.

The foremost and the most crucial statistically correlation has been noticed between the innovativeness of a company and the introduction of the innovation in the company's mission and vision ($R = 0{,}685$ $R = 0{,}685$). Table 1 presents the responses made by respondents from innovative companies to the factors, which have a strong influence on the innovativeness of companies.

Table 1

Factors of organisational culture, which have a strong influence on the innovativeness of companies

Lp.	Factor	Due to innovations our company is developing
1.	The company has a vision and a mission from which comes the need for innovation	0,685*
2.	In the company work creative people	0,608*
3.	In the company there is a strong commitment to work	0,603*
4.	Open communication and clear communication	0,572*
5.	The image of our company in the market is very good	0,558*
6.	Regular work on innovation, not only when see an opportunity in the market	0,537*
7.	The priority of the company is competitiveness	0,508*
8.	Technologies used in the company support the flow of information and decision-making in processes of innovation	0,501*
9.	No ability to deal with conflict within the company	-0,627*

* The correlation coefficient significant at the level $\alpha = 0{,}05$ $\alpha = 0{,}05$

In this research, no correlation between innovativeness and organisational culture factors presented in Table 2 was proved. Pearson product-movement correlation coefficients have low values and they are not statistically significant.

Table 2

Factors of organisational culture, which have not influence on the innovativeness of companies

Lp.	Factor	due to innovations our company is developing
1.	Our suppliers are involved in the innovation process	0,128*
2.	Staff can achieve their goals in a creative way	0,094
3.	Employees do not have the time to implement their ideas	0,048
4.	In the enterprise there is a large bureaucracy	-0,087
5.	The company does not have a teamwork	-0,256
6.	The company does not have support for change	-0,261
7.	Qualifications of staff involved in innovation are low	-0,280

* The correlation coefficient significant at the level $\alpha = 0{,}05$ $\alpha = 0{,}05$

Taking into consideration the influence of organizational culture coefficients on the innovativeness of companies based on the results of the research, one may assume that some of them have a strong or moderate influence; and in case of other the correlation was not proved. The foremost and the most crucial statistically correlation has been noticed between the innovativeness of a company and the introduction of innovation in the company's mission and vision, creativity of employees, strong commitment to work, open communication and good flow of information, the image of the company, regular work on innovation, competitiveness as a priority, use of information technology in the flow of information and decision-making in the innovation process. The research shows that the number of product innovations implemented (brand new and upgraded) and process innovations (brand new and upgraded) that increase together with the enterprise size. These results are compatible with the research results supplied by the Polish Central Statistical Office (Działalność 2012). The results of the analyses also indicate that there exists a statistically essential correlation between the majority stake of the company and the number of marketing innovations introduced and the number of organisational innovations. Cramer's V measure of association and contingency coefficient indicate that the correlation is moderately strong. More marketing and organisational innovations were implemented in companies dominated by foreign capital than in those with majority domestic capital. It is possible that companies with foreign capital are more expansive on the market.

Алькема В.Г., Коробенко О.В.
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ІННОВАЦІЙ

Постіндустріальний розвиток суспільства, характерними рисами якого стали інформаційні технології та кардинальні зміни в темпах впровадження інновацій, потребують адекватних змін в організації та фінансуванні цих процесів. Теоретичні доробки економістів і управлінців протягом XX століття розробили і ввели в практику великий набір фінансових та інших механізмів стимулювання та регулювання розвитку індустріального виробництва. Та все ж основна робота по розробці адекватного фінансового механізму стимулювання та управління впровадження інновацій ще попереду і тому спроби ідентифікувати підходи до сучасного фінансового менеджменту інновацій є особливо актуальні.

Після того як в 70-х роках минулого століття автор концепції постіндустріального суспільства Д. Белл дав визначення такому суспільству[1] розпочалися наукові дослідження за вузько направленими складовими суспільства споживання, або інноваційно-інформаційного [2]. Дослідження Р.Акоффа, Р. Нельсона та інших дозволило сформулювати теорію інновації. Традиційний підхід до аналізу фінансових складових інформаційно-інноваційних процесів розділився на два напрямки. Перший, найбільш поширений, вивчення інвестування в нові технології, а другий, представлений дослідженнями світового та українського досвіду розвитку та стимулювання інноваційних підприємств. Проведені вченими дослідження дозволили виділити нові форми участі приватного капіталу в інноваційній діяльності та використовувати організаційні особливості інформаційного простору для пошуку партнерів з впровадження інновацій, що дозволило прийняти низку державних рішень зі створення сприятливої інфраструктури. Та все ж методологія фінансового менеджменту інновацій потребує подальшого дослідження та теоретичного осмислення.

Мета дослідження проаналізувати сучасні науково-практичні підходи до фінансового менеджменту інновацій.

Інновація займає особливе місце серед чинників розширеного відтворення. Це особливе місце обумовлене операційною різноманітністю творчої діяльності людини з одного боку, корисністю та доступністю для споживачів цього результату з іншого та значною невизначеністю можливого кінцевого ефекту. Індустріалізація, поєднавши в собі симбіоз освіти та машинної технології створила ще один феномен сучасності - науково-технічний прогрес, який став рушійною силою для росту суспільних продуктивних сил за рахунок конвеєрного впровадження в виробництво інновацій.

В літературі можна знайти безліч оригінальних визначень поняття інновація починаючи від лінгвістичних і закінчуючи філософськими. Для подальшого розуміння нашого підходу до поняття фінансового менеджменту інновацій визначимо інновацію як форму впровадження наукових досягнень в розвиток продуктивних сил. За часи незалежності в Україні створена інфраструктура покликана сприяти розвитку інноваційного малого бізнесу[2], яка включає в себе державну підтримку у вигляді профільних комітетів в Уряді та Верховній Раді та прийнята ціла низка Законів. В цій сфері діють недержавна громадська організація-Українська асоціація інвестиційного бізнесу (УАІБ), асоціація-Приватні інвестори України та інші. В Україні за рік реєструється більше 500 патентів з яких до розробки та впровадження потрапляють одиниці. В нашому розпорядженні немає матеріалів які б ілюстрували структуру малого бізнесу в Україні за видами діяльності та все ж можна стверджувати, що доля інноваційних фірм-виробників мізерна.

З точки зору фінансування інновацій як системи нас найбільше цікавлять зовнішні інвестори. Їх завдання забезпечити збільшення фінансування проекту для проведення необхідних дослідно-конструкторських робіт та пілотне вивчення ринку, юридичне оформлення господарського статусу. Якоїсь узагальнучої статистики з соціальної характеристики зовнішніх інвесторів ми не знайшли і тому будем припускати, що вони не будуть кардинально відрізнятися від характеристики бізнес-ангелів. Часто бізнес-ангелів ототожнюють з неформальним ринком венчурного капіталу, так як вони виступають в ролі приватних інвесторів, які інвестують свої особисті кошти в нові і зростаючі малі фірми. Це і є їх основною особливістю на ринку ризикованого капіталу. Венчурні компанії, які теж присутні на цьому ринку управляють чужими коштами. Більшість бізнес-ангелів це успішні підприємці, які мають значний досвід

розвитку свого бізнесу. Це також високооплачувані спеціалісти в крупних компаніях, такі як топ – менеджери, консультанти, адвокати. Згідно західним дослідженням середній вік бізнес-ангела 45-65 років, 99% чоловіки, кожний п'ятий - міліонер. Вони отримали свою назву тому, що мало хто окрім них згодиться фінансувати ризиковані проекти, без достатнього забезпечення. В основному, бізнес ангели викупають міноритарний пакет акцій компаній, так як вони зацікавлені в тому, щоб підприємець був достатньо мотивований на реалізацію свого проекту. Бізнес-ангели є одним з найважливіших, класом інвесторів, які заповнюють розрив між первісним вкладом власників компанії з наступними джерелами фінансування, таким як традиційний венчурний капітал, банківське фінансування, публічне розміщення акцій. Феномен бізнес-ангелів окрім фінансової підтримки нових організаційних форм малого інноваційного бізнесу несе з собою неоціненний досвід управління розвитком нової справи. Безкоштовна допомога та консультації такого інвестора дорого коштує для того хто розпочинає свою справу. Факти свідчать,що ім'я бізнес-ангела часто є вирішальним в збільшенні привабливості компанії в очах інших інвесторів. Дві третини бізнес-ангелів розглядають проекти, розташовані в своєму регіоні, таким чином беруть участь в розвитку своєї території. За кордоном все більша кількість інвестувань бізнес-ангелів реалізується через мережі бізнес-ангелів. Такі мережі працюють як на місцевому так і на регіональному рівні. Їх основна мета, забезпечити доступ до більшого числа угод, що дозволяє їм брати участь в синдицірованих угодах. Виходячи з наведених прикладів можна з впевненістю констатувати появу нового напрямку та правил інвестування приватних коштів. Це кошти персонально направлені інвестором в ним же вибраний предмет, ним же контрольоване не лише цільове використання коштів, але й безпосередня його участь в організаційному супроводі реалізації проекту. Ми бачимо в цьому випадку появу нових форм симбіозу фінансів та управління. Симбіозу який з одного боку розширяє реалізацію управлінського досвіду інвестора, міцно пов'язуючи прийняті ним адміністративні рішення з особистим матеріальним благополуччям, та виховання менеджерів нового бізнесу в виробничих умовах, де його кар'єра та матеріальне благополуччя залежать від його швидкого засвоєння принципів виробничого управління. Різнонаправленість в орієнтації на переваги індивідуальних інвесторів та їх синдикованих колег в венчурних фондах обумовлена в тому числі і організацією управління коштами.

В літературі доволі часто можна зустріти спроби отожнювати бізнес-ангелів та фонди венчурного капіталу. При цьому для їх відокремлення використовується термін неформальні, для першої категорії, та формальні, для другої.Такий підхід принципово не вірний, так як змішує різні види діяльності, суть яких зводиться до визначення ролі суб'єкта управління, а не походженням коштів, як об'єкта управління. Бізнес-ангел вкладає кошти в добре для нього знайомий напрямок інновацій і приймає найактивнішу участь в реалізації предмета інновації як професійний менеджер. Для інженера-професіонала ризик проекту інновації виглядає зовсім по іншому ніж для фінансиста.

Отже особливе місце в ланцюгу руху інновації до споживача бізнес-ангели займають особливе місце і інтегрують (хоч, здебільшого, і інтуїтивно) окремі ланки ланцюга між споживчою цінністю і ринковою вартістю. Розуміння цього взаємозв'язку особливо важливе для управлінців при створенні державних та міждержавних структур покликаних забезпечити сприятливе соціально-економічне середовище для розвитку та поширення інноваційної діяльності. Швидка зміна правил залучення приватного капіталу, створення для нього преференцій, що спостерігається в США забезпечили цій країні лідерство в освоєнні світового інноваційно-інформаційного простору. За США увагу на приватний капітал, як локомотив першої стадії розробки інновацій, звернули увагу і європейські країни. Україна в цьому плані робить лише перші кроки і тому розширення наукового аналізу процесів розвитку постіндустріального суспільства на базі інновацій, доведення їх до практичних рекомендацій для урядових структур є важливим науково-практичним завданням.

1. Bell D.The Coming of Hjstindustrial Society:F Vtnture of Social Forecasting/D.Bell-N.Y.:O[ford University Press,1973.-428 p. 2. Одягайло Б.М. Національне та інтернаціональне в економічній системі України (спроба методологічного синтезу): Монографія / Б.М. Одягайло. - Кривий Ріг, 2009. – 183 с.

Барабаш О.М., Прийма Л.Р.
Національний університет "Львівська політехніка"

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Функціонування економіки на засадах інноваційної моделі розвитку потребує створення адекватного механізму фінансового забезпечення, який би дозволив при наявності обмежених фінансових ресурсів перетворити його зі статусу витратного у механізм, що забезпечує її прогнозовану ефективність. Вирішення стратегічних завдань раціонального фінансового забезпечення інноваційного розвитку потребує раціонального використання наявних фінансових ресурсів на рівні як окремого підприємства, так і держави в цілому. Слід зазначити, що перехід України до інноваційної моделі розвитку національної економіки є єдино можливим шляхом до підвищення якості економічного зростання [1, с. 9]

Система фінансового забезпечення інноваційного розвитку має власний понятійний апарат, в якому головним є таке поняття, як «фінансове забезпечення». Найбільш ґрунтовне визначення поняття «фінансове забезпечення інноваційного розвитку» дає Колодізєв О.М.: «фінансове забезпечення розвитку інноваційного потенціалу треба розглядати як систему фінансових відносин, що діють через сукупність законодавчо закріплених форм і методів створення, мобілізації і використання фондів фінансових ресурсів з метою забезпечення інноваційного розвитку як на рівні підприємства так і на рівні країни» [2].

Слід зазначити, що для ефективного функціонування системи фінансового забезпечення інноваційного розвитку необхідно забезпечити: єдність науки, освіти і практики в умовах формування нового типу суспільства, заснованого на знаннях; комплексність підходу до розв'язання наукових проблем фінансового забезпечення інноваційної діяльності; задоволення потреб інноваційного розвитку економіки у фінансових ресурсах;адекватність визначення фінансових можливостей (потенціалу) стабільного інноваційного розвитку економіки; моніторинг внутрішніх і зовнішніх загроз фінансового забезпечення розвитку в умовах відповідного етапу боротьби з світовою фінансовою кризою; оперативність і гнучкість реагування на попередження виникнення загрозі дестабілізуючих чинників з використанням наявних можливостей; своєчасність та ефективність інформаційного забезпечення на базі використання новітніх технологій і інноваційних програмних продуктів.

Інноваційний розвиток української економіки стримується переліком факторів, таких як: недостатній ступінь державного регулювання розвитку інноваційної діяльності, практично повна відсутність інноваційної інфраструктури, венчурного фінансового капіталу, правового захисту інтелектуальної власності, слабка фінансова та банківська системи [3].

Однією з основних проблем інноваційного розвитку є нестача в національній економіці фінансових ресурсів. Проблема фінансування інноваційної діяльності залишається невирішеною, оскільки внутрішні інвестори не мають достатньої кількості коштів, а іноземні не мають бажання вкладати їх в Україну. Бюджетні кошти є обмеженими та виділяються у відповідності до цілей і пріоритетів державної інноваційної політики.

Варто наголосити, що пряме фінансування прискорює здійснення наукових досліджень та освоєння новітніх галузей промисловості, а створення пільгових умов підвищує технічний рівень виробничої бази діючих підприємств, стимулює впровадження ними прогресивних технологій та результатів прикладних досліджень і нововведень. При цьому основними видами інноваційної діяльності є: науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи; розроблення технологій, розширення раніше освоєних виробництв на базі продуктивніших технологій; створення промислового зразка та проведення промислових випробувань; придбання патентів, ліцензій і ноу-хау; інвестиційна діяльність, необхідна для реалізації інноваційних проектів; сертифікація та стандартизація інноваційної продукції, а також матеріалів, необхідних для її виготовлення; маркетинг і організація ринків збуту інноваційної продукції; підготовка та перепідготовка кадрів для інноваційної діяльності.

Ще одним проблемним місцем українського інноваційного розвитку є трансфер технологій:
державою фінансуються наукові розробки, внаслідок чого вітчизняні вчені одержують готовий науковий продукт, проте інноваційні підприємства, знаходячись в інформаційному вакуумі, не мають можливості впроваджувати даний продукт у виробництво. Це спричинено відсутністю центрів трансферу технологій при освітніх і наукових установах, які б здійснювали пошук фахівців для виконання досліджень за

замовленням підприємств, пошук потенційних покупців винаходу, вирішення питань, пов'язаних з придбанням прав на об'єкти інтелектуальної власності та їх захисту тощо. За допомогою даних центрів інноваційні технології були б забезпечені інформаційною, організаційною, економічною та правовою підтримкою [4].

Суттєвим недоліком системи національного регулювання розвитку інноваційної сфери є те, що вона, на відміну від законодавства більшості країн світу, не лише не сприяє розширенню джерел фінансування інноваційного розвитку, але й протидіє залученню не бюджетних коштів та виключає можливість формування спеціальних, в тому числі відомчих фондів фінансування інноваційних проектів і програм [5, с. 132–134].

Досвід розвинених країн світу свідчить про існування низки ефективних форм підтримки інноваційної сфери [6, с.37-38]: гарантування державою позик, пільгове кредитування інноваційного підприємництва, податкові пільги щодо стимулювання науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, податкове списання (зменшення оподатковуваного доходу), податковий кредит (зменшення суми податкового зобов'язання), банківське кредитування, вкладання коштів у розвиток інноваційної інфраструктури, активне використання програмно-цільових методів у разі розподілу бюджетних коштів, зворотне та незворотне фінансування малих інноваційних фірм на конкурсних засадах, венчурний (ризиковий) капітал тощо. Про ефективність міжнародного досвіду підтримки інноваційної діяльності свідчить знаходження високотехнологічних корпоративних структур на вершині рейтингу найдорожчих брендів світу.

Установлено, що для здійснення інноваційної діяльності необхідно використовувати різні джерела фінансування, оскільки кожне з них має свої переваги та недоліки. Відповідно вирішення наявних проблем планування, використання та управління фінансуванням інноваційного розвитку забезпечить конкурентоспроможність національної економіки.

Ефективне функціонування системи фінансового забезпечення інновацій є однією з ключових передумов, які визначають темп і результат реального втілення інноваційного проекту та активізації інноваційного розвитку економіки України в сучасних умовах. Взаємозв'язок інноваційної діяльності та інвестиційного фінансового забезпечення приводить до постійного розвитку економіки і суспільства.

1. Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2012 році : щорічне Послання Президента України до Верховної Ради України. – К. : НІСД, 2012. – 256 с. 2. Колодізєв О.М. Методологічні засади фінансового забезпечення управління інноваційним розвитком економіки: монографія / О.М. Колодізєв. – Х. : ВД ІНЖЕК, 2009. – 278 с. 3. Бражко О.В. Інноваційна модель економічних перетворень і джерела її фінансового забезпечення // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2004.– № 4.– С.36-41 4. Афанасьєв М.В., Тишенко Д.О. Діагностування потенціалу інноваційного підприємства // Проблеми науки. – 2006. – № 7. – С. 16 – 21. 5. Давідов М.В. Шляхи організаційнофінансового забезпечення інноваційного процесу на підприємствах України / М. В. Давідов // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 4 (82). – С. 130–134. 6. Власова І. Особливості фінансування інноваційної сфери в розвинених країнах світу / І. Власова // Вісник КНТЕУ. – 2009. – № 1. – С. 36-46.

Бортнікова М.Г., Стасюк Н.Р.
Національний університет «Львівська політехніка»

ФІНАНСОВА ДІАГНОСТИКА КОНСАЛТИНГОВИХ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Фінансова діагностика як консалтингових так і інвестиційних проектів являє собою процес визначення та оцінювання фінансових і матеріально-технічних ресурсів протягом проектного циклу, який направлений на ефективне досягнення його цілей шляхом використання відповідної інформаційної бази, методів та засобів дослідження, фінансових показників з метою своєчасного виявлення та ідентифікування наявних проблем та існуючих можливостей проектів, формування альтернатив для прийняття та реалізації управлінських рішень з врахуванням обсягу робіт, вартості, часу, якості і задоволення вимог учасників проекту.

Фінансова діагностика проектів зазвичай проводяться на замовлення організацій-клієнтів, інвесторів у зв'язку із купівлею бізнесу, злиттям і поглинанням, а також при реалізації інших консалтингових чи інвестиційних проектів. В процесі проведення фінансової діагностики проектів доцільно в першу чергу орієнтуються на цілі організації-замовника і ризики, які можуть загрожувати їх успішній реалізації.

Джерелами інформації при здійсненні фінансової діагностики консалтингових та інвестиційних проектів для підприємств є фінансова звітність (бухгалтерський баланс, звіт про фінансові результати, звіт про рух грошових коштів), а також статистична та оперативна звітність; планова інформація (бізнес-план), нормативна інформація, інформація про технічну підготовку виробництва, висновки експертів, результати різних опитувань.

Фінансова діагностика консалтингових та інвестиційних проектів передбачає:

– формування принципів управління фінансами, політики інвестування та фінансування бізнесу, ступеня централізації та децентралізації фінансових рішень;

– розроблення моделі фінансового управління та формування фінансової структури проекту;

– побудова бізнес-процесів управління фінансами, визначення зон відповідальності та повноважень працівників фінансового департаменту;

– формування формату результатів, яких повинні досягнути фахівці фінансового департаменту, визначення механізму та індикаторів їх досягнення;

– розроблення стандартів, регламентів, форматів первинних документів, аналітичної звітності та нормативно-довідникової інформації для управління фінансами;

– впровадження системи управлінського обліку (положення та механізм впровадження облікової політики, системи управління витратами);

– впровадження системи планування та бюджетування, яка спрямована на досягнення стратегічних і оперативних цілей;

– консолідацію різнорідної фінансової та нефінансової інформації;

– розроблення методології та технології проведення фінансового аналізування проекту, а також обґрунтування та експертизи управлінських рішень;

– розроблення рекомендації щодо підвищення ефективності використання фінансових ресурсів;

– впровадження системи управління активами;

– розроблення інвестиційної політики, вибору напрямів інвестування, оцінювання інвестиційних проектів,

– формування політики фінансування діяльності підприємства, оптимізації грошових потоків, спрямованих на підвищення вартості підприємства.

При здійсненні фінансової діагностики консалтингових та інвестиційних проектів для підприємств важливим є вибір методів і критеріїв, які залежать від специфіки конкретного проекту, закладених у ньому нововведень, типу галузі і ряду інших факторів.

Василишина О.В., Процак К.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

РОЛЬ ІНВЕСТИЦІЙ В ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ

Інноваційна діяльність в сучасних умовах функціонування створює передумови для формування конкурентних переваг підприємств, удосконалення виробничих, логістичних, управлінських, фінансово-економічних процесів на підприємствах.

Інноваційна діяльність при цьому є специфічною, оскільки характеризується значно вищими ризиками, більшими втратами, малопрогнозованістю успішності впровадження чи реалізації інновацій. Крім цього, інноваційна діяльність через високий рівень невизначеності результатів потребує особливого фінансування. Найбільш перспективним у сфері фінансування розвитку інноваційної діяльності є залучення інвестицій.

Цю тематику досліджували багато вчених, зокрема: модель К. Маркса теорії інвестиційного процесу включає категорію інноваційної діяльності, яку він передбачив задовго до того, як вона стала актуальною. Він зробив висновок, що інновації є фактором, з одного боку, що протистоїть натиску ринку на виробника, а з іншого — засобом, що стимулює інвестування. Крім того, інновації нівелюють дію законів спаду виробничих факторів і вирішують проблему обмеженості ресурсів. Заощадження з метою виробничого інвестування, за Марксом, використовуються в результаті конкурентної гонитви за перевагами, що дають змогу упровадження нової техніки у виробництво і забезпечення найбільшого прибутку (надприбутку) [1]. Вчені вважають, що інноваційний процес неможливий без інвестиційної діяльності, яка включає: маркетингові дослідження; вкладення коштів з метою збереження і збільшення капіталу; проектування, будівництво, пуск чи придбання готового об'єкта; отримання прибутку. Метою інвестицій є отримання прибутку від вкладених коштів, а метою інновацій - поліпшення об'єкта інвестування.

Вважається очевидним, що інвестування інноваційних процесів є ризикованим, але підприємці погоджуються на ризик, очікуючи в разі успіху додаткових прибутків. Причому простежується залежність — чим на більший успіх розраховує підприємець у майбутньому, тим на більші витрати він повинен погодитися тепер, при виборі інновації. Але проблема вибору об'єкта для інвестування не обмежується лише граничною сумою фінансових коштів. Як правило, компанії прагнуть фінансувати ті проекти, які мають високий потенціал ефективності й забезпечать їм надприбутки [2].

Інвестиції й інновації — дві нерозривно пов'язані сфери економічної діяльності, що найбільшою мірою були і залишаються уражені кризою. На ринку склалася така загальна ситуація, що інновації, які колись здійснювалися за рахунок централізованих джерел, звелися до мізерної величини, тоді як інвестиції, що володіли внутрішньою структурою, втратили її і стали невпорядкованими і неорганізованими, стимулюючи тільки короткострокові цілі інвесторів. Вихід з такого становища один — подолати економічну кризу неможливо без інноваційно-інвестиційного буму, відновлення основного капіталу на принципово новій, конкурентоспроможний основі. Отже, капітальні вкладення без інновацій не мають сенсу, оскільки безглуздо відтворювати застаріле обладнання, що не користується попитом і якому властиві високі витрати ресурсів. Отже, інновації без капітальних вкладень нереальні.

1. Гриньова В.М., Лепейко Т.І., Коюда В.О., Коюда О.П. Інвестування: Навч. посіб. / Гриньова В.М.// - Х. : Інжек, 2004. – 368с. 2. Новиков В.С. Інновації в туризмі: підручник / Новиков В.С. - М.: ИЦ "Академия", 2007. - 208 с.

Гавран В.Я., Грицай О.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Одним з визначальних факторів підвищення ефективності управління промисловими підприємствами виступає система контролю і аналізу. Вона надає необхідну інформацію щодо досягнення цілей управління підприємницькою діяльністю. Дослідження існуючих систем контролю свідчать про обмеженість їх використання щодо виявлення та оцінювання внутрішніх резервів для розвитку інноваційної активності промислових підприємств. Стає невідкладною розробка методологічних і організаційних засад контрольно-аналітичної системи в управлінні інноваційними процесами, яка б стала засобом формування релевантної інформації для прийняття управлінських рішень.

Питання обліку та контролю витрат на інноваційні процеси промислових підприємств висвітлені в роботах зарубіжних та українських учених О. Бородкіна, Л. Гнилицької, А. Єфремова, О. Кантаєвої, В.Озерана, А. Пустовіт та інших.

В сучасних умовах діяльності промислових підприємств актуальним є вдосконалення організації внутрішнього контролю в управлінні витратами на інноваційні процеси, яка встановлює підпорядкованість та відповідальність за виконання визначених завдань щодо цих витрат.

Зважаючи на те, що витрати на інноваційні процеси присутні у всіх економічних процесах та виробничій діяльності об’єктами внутрішнього контролю є ресурси, процеси та результати. Суб’єктами контролю витрат є головний інженер, відділ внутрішнього контролю (для великих підприємств) або окрема посадова особа з контрольними повноваженнями, інвентаризаційні комісії тощо. Джерела інформації для аналізу і контролю витрат на інноваційні процеси варто поділити на:

- документальні, до яких належать первинні документи з обліку витрат на інноваційні процеси (відомості нарахування заробітної плати, відомості нарахування амортизації, накладні, акти прийманні-передачі тощо); регістри синтетичного й аналітичного обліку за рахунками 39, 154, 12, Головна книга; звітність підприємств. Проте, беручи до уваги періодичність звітності, для проведення аналізу та контролю витрат на інноваційні процеси необхідно застосовувати аналітичні дані системи бухгалтерського обліку, які дають змогу аналізувати необхідні дані не лише на дату складання звітності, а й на будь-яку дату;

- інформаційних, до яких належить планова інформація та чинне законодавство, зокрема: План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій; Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій; П(С)БО 8 “Нематеріальні активи”; П(С)БО 9 “Запаси”; П(С)БО 16 “Витрати”; Закон України “Про інноваційну діяльність”; Закон України “Про наукову та науково-технічну діяльність”; Закон України “Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні”, Закон України “Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків”, Податковий кодекс України, Типове положення з планування, обліку і калькулювання собівартості науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, Наказ про облікову політику підприємства, внутрішні нормативні та планові документи тощо.

Важливою формою контролю є перевірка дотримання відхилення виконання проекту. Можна розрахувати безліч відхилень, але два з них гідні особливої уваги:

відхилення по витратах;

відхилення від графіка.

Відхилення від графіка вказує на те, що виконання проекту відстає від планового графіка за часом виконання. Отриману інформацію можна використовувати при прогнозуванні загальної суми і дати завершення проекту. Розглядаючи відхилення, керівник проекту може як прогнозувати більш пізню дату завершення, так і прикладаючи зусилля виправити загальні бюджетні кінцеві витрати.

Багато проектів піддаються змінам після початку робіт, тобто кінцевий продукт може відрізнятися від запланованого. Зміни в розмірах впливають на якість, виробничий графік і витрати. Проекти часто підрозділяються по серіях робіт, кожна з який має індивідуальний графік., дотримання якого має

величезне значення. Також необхідний компроміс між якістю і витратами.

Інший ключовий аспект контролю: залишки незавершених робіт. Тобто для керівництва не повинно бути несподіванкою майбутні витрати і час, необхідні для завершення проекту. Непрямі витрати залежно від розмірів підприємства, розгалуженості його організаційної структури та потреб економічного аналізу витрат можуть контролюватись на рівні підприємства або бути розподілені за декількома центрами обліку витрат. Кількість центрів витрат відповідає кількості проектів, що виконує підприємство у звітному періоді. Для кожного центру обліку витрат створюється окремий обліковий регістр (у паперовій або електронній формі), який відкривається у момент здійснення перших витрат за окремим проектом, і закривається в момент здійснення останніх витрат за проектом і має свій шифр. Проекти унікальні, неповторні, мають великий ступінь невизначеності, вимагають високої кваліфікації фахівців і координації робіт протягом тривалого часу. Контроль і аналіз витрат проводиться на основі відхилень фактичних витрат від граничних, затверджених у планових кошторисах. Даний аналіз проводиться за кожним видом робіт у звітному періоді і консолідовано з початку реалізації проекту методом освоєного обсягу, який передбачає зв'язок між рівнем витрат і інтенсивністю виконання робіт для прогнозу строків завершення робіт, а також визначення кінцевої вартості реалізації проекту.

Вихідною інформацією для планування витрат на інноваційні процеси є дані проектно-кошторисної документації, довідки і специфікації виробничо-проектного (конструкторського) відділу про робочу структуризацію проекту, в яких відображаються вимоги до об'єкту (технічні вимоги), набір робіт, які потрібно виконати відповідно до технічної вимоги (технічна специфікація на роботу і матеріали). Виходячи з цих даних і ґрунтуючись на оціночних характеристиках, що містяться в базі даних про структуру витрат завершених проектів проводиться підрахунок трудових ресурсів, які необхідно залучити для проведення робіт, ґрунтуючись на нормах виробітку і відрядних розцінках робітників та необхідного часу роботи спеціалістів і тарифних ставках.

Основна увага при оцінці витрат на певний інноваційний проект повинна бути приділена визначенню розмірів допроектних витрат і нормативів для визначення вартості відшкодування накладних витрат враховуючи умови роботи організації в плановому періоді, технологічні та організаційні умови, передбачені проектами організації і проектами виконання робіт, результати аналізу рівня витрат по проектам, що вже завершені.

Інформація про фактичні витрати, що надходить з операційного напрямку управління витратами на інноваційні процеси, доповнюється інформацією про непрямі витрати, яка накопичується у відповідних облікових регістрах в межах економічного напрямку управління зазначеними витратами та групується за етапами інноваційного процесу для проведення їхнього аналізу.

1. Бородкін О.С. Про формування та облік собівартості продукції в ринкових умовах // Бухгалтерський облік і аудит. – 2002.- С. 32-41 2. Гнилицька Л. Удосконалення обліку витрат на освоєння і розробку нової продукції в приладобудуванні // Бухгалтерський облік і аудит. – 2000- №10. – С. 45-48. 3. Ефремов А.В. Учетные системы управления затратами на инновации // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2006. - №4. – Ч. 2. – С. 105-109. 4 Кантаєва О.В. Питання розвитку теорії та практики обліку і аналізу інноваційної діяльності підприємств // Бухгалтерський облік і аудит №4, 2009р. С. 25-31 5. Костирко Р.О. Організація внутрішнього контролю в управлінні витратами машинобудівного підприємства: Монографія / Костирко Р.О., Щеголькова С.В. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2009. – 296 с. 6. Озеран В.О., Гик В.В. Методичні підходи до бюджетування витрат на інноваційні процеси // ztu.edu.ua/ua/science/conference/files/ world_bok_2013 / Ozeran_Hyk+.doc 8. Пустовіт А. Облік витрат на освоєння нових видів продукції // Бухгалтерський облік і аудит. – 2000- №10. – С. 40-44.

Зарицька О.Л.
Національний університет «Львівська політехніка»

СПОСОБИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ТА ЧИННИКИ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ЙОГО РЕЗУЛЬТАТИ

Зважаючи на синхронність інновацій та інвестицій, можна зробити висновок, що для оцінки ефективності інноваційних проектів є достатнім використання показників ефективності інвестицій. Але необхідно зауважити, що на відміну від інвестиційного проекту, для інноваційного проекту є важливим не тільки фінансові результати, але і його новизна, що задовольняє попит споживачів та виробників.

В роботі [1] Петровича Й.М. та Мороз Л.І. для оцінки ефективності інновацій рекомендовано використання наступних показників:

1) народногосподарської (інтегральної) ефективності, які враховують кінцеві результати інновацій загалом по народному господарству, тобто інтегральний ефект у розробників, виробників, споживачів і бюджету;

2) виробничої (або оперативної), фінансової і інвестиційної ефективності, які враховують кінцеві результати реалізації інновацій у кожного з учасників інноваційного процесу;

3) бюджетної ефективності, які враховують фінансові наслідки інновацій для регіонального і місцевих бюджетів.

Г.В. Савицька [2] систему показників оцінювання ефективності інновацій поділяє на три групи:

1) показники, що характеризують виробничий ефект від застосування інновацій: приріст обсягу виробництва, приріст доданої вартості, економія матеріальних ресурсів, економія витрат від зниження собівартості продукції, скорочення робочого часу на виробництво продукції, зростання середньогодинного виробітку працівника, зниження матеріаломісткості продукції, зниження витратомісткості продукції;

2) показники, що характеризують фінансову ефективність нововведень: приріст маржі покриття, приріст чистого доходу, приріст прибутку до виплати процентів і податків, приріст чистого прибутку після виплати процентів і податків, приріст маржинальної рентабельності, приріст рентабельності витрат, приріст рентабельності обігу, приріст чистої норми прибутковості продукції, приріст рентабельності сукупного капіталу, приріст рентабельності власного капіталу;

3) показники інвестиційної ефективності інновацій: чистий приведений дохід (NPV), внутрішня ставка дохідності (IRR), індекс прибутковості (PI), період окупності (PP).

На даний момент часу економічна теорія та практика не визначили абсолютного еталону оцінки економічної ефективності. Тому при економічному оцінюванні використовуються відносні, порівнювальні критерії.

Вибір ефективного варіанту інвестицій проводиться в порівнянні з альтернативними можливостями використання одних і тих самих ресурсів, а саме – альтернативних затрат.

Альтернативні затрати (неявні, упущена вигода, недоотриманий прибуток) – це сама по собі досить складна для розуміння категорія, що приймає в динамічних системах абстрактний вигляд та оцінюється за допомогою ставки дисконту E [3].

Досліджуючи врахування фактора часу шляхом дисконтування грошових потоків проекту Козик В.В. та Федоровський В.А. зазначають [4], що при визначенні ставки дисконту необхідно враховувати податкову систему країни, де реалізується проект стосовно податку з прибутку та податків, що стягуються при вивезенні іноземним інвестором прибутку за кордон.

Наявність значної кількості чинників, що впливають на результати економічного оцінювання ІЕП машинобудівних підприємств вимагає проведення їх класифікації. Запропоновану нами таку класифікацію подано у табл. 1.

Таблиця 1

Групування чинників, які впливають на результати економічного оцінювання інноваційної енергозберігаючої продукції (ІЕП) машинобудівних підприємств

Класифікаційні ознаки	Групи чинників	Приклади чинників
1. За суб'єктом оцінювання	1.1. Чинники, що характеризують виробника ІЕП	Собівартість та капіталомісткість ІЕП
	1.2. Чинники, що характеризують споживача ІЕП	Ціна виробника ІЕП, експлуатаційні витрати споживача ІЕП
	1.3. Чинники, що характеризують покупця продукції споживачів ІЕП	Ціна на продукцію та експлуатаційні витрати покупця продукції споживачів ІЕП
2. За видом ІЕП	2.1. Чинники, що характеризують умови експлуатації робочих машин та обладнання (ІЕП виробничого призначення)	Питомі енерговитрати на виробництво одиниці продукції у споживача ІЕП
	2.2. Чинники, що характеризують умови експлуатації силових машин та обладнання (ІЕП енергогенеруючого призначення)	Собівартість виробництва одиниці енергоресурсів з використанням даного виду ІЕП
3. За відношенням до результатів оцінювання	3.1. Зовнішні чинники	Ціни на виробничі ресурси та кінцеву продукцію, ставка дисконту
	3.2. Внутрішні чинники	Норми витрат виробничих ресурсів
4. За ступенем прогнозованості	4.1. Чинники з високим рівнем прогнозованості	Обсяги інвестиційних та виробничих ресурсів, норми їх витрачання
	4.2. Чинники з середнім рівнем прогнозованості	Собівартість виробництва продукції, ставка дисконту
	4.2. Чинники з низьким рівнем прогнозованості	Ціна реалізації продукції споживачів ІЕП
5. За рівнем узагальненості показників, що характеризують чинники впливу	5.1. Чинники, що характеризуються первинними показниками інноваційного проекту	Норми витрат та ціни на ресурси, ціни на продукцію, ставка дисконту, розмір потрібних інвестицій
	5.2. Чинники, що характеризуються вторинними показниками інноваційного проекту	Величина прибутку та чистого грошового потоку за роками експлуатації проекту, тривалість його здійснення
	5.3. Чинники, що характеризуються узагальненими показниками економічної оцінки інноваційного проекту	Термін окупності проекту, величина чистої теперішньої вартості проекту, рівень внутрішньої норми доходності та індексу доходності проекту

Застосування наведеної у табл. 1 класифікаційної схеми у практиці оцінювання ІЕП підприємств машинобудування дозволить зробити процедуру такого оцінювання більш точною за рахунок як повнішого урахування чинників впливу, так і кращого розуміння місця кожного з них у загальній моделі економічного оцінювання інноваційної продукції машинобудування.

1. Петрович Й.М. Оцінка інноваційної діяльності підприємств у ринкових умовах господарювання / Й.М. Петрович, Л.І. Мороз // Проблеми економіки та управління. Вісн. НУ «Львівська політехніка». – 2005. № 533. - С.3-11. 2. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: [навч. посіб.] / Г.В. Савицька. – [3-тє вид., випр. і доп.]. – К.: Знання, 2007. – 648 с. 3. Зарицька О.Л. Зв'язок методів ціноутворення на інноваційну машинобудівну продукцію та способів оцінювання ефективності інноваційних проектів / О.Л. Зарицька, О.Я. Колещук // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – № 1. – С. 11-16. 4. Козик В.В. Оцінка ефективності інвестиційних проектів / В.В. Козик, В.А. Федоровський // Фінанси України. – 04. 2001. – С. 59-70.

Кандєєва В.В.
Одеський національний політехнічний університет

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Суспільство має загальну тенденцію до зростання і ускладнення, збільшення обсягу і диференціації структури потреб, щоб їх задовольнити, кожна система повинна вдосконалюватися або поступатися своїм місцем іншій системі, здатної задовольнити ці потреби [1]. Складні процеси реформування економічних відносин і розвиток нових ринкових умов господарювання вимагають нових підходів до організації виробничо-господарської діяльності, принципів і методів управління виробництвом.

У сучасних умовах інноваційно-інвестиційна діяльність визнається у світовій економічній науці і практиці як основний фактор соціально-економічного розвитку підприємства. В даний час в Україні на державному рівні приділяється досить велика увага розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності.

Необхідно відзначити, що на сучасному етапі на розвиток як національної економіки, так і окремо взятого підприємства, впливає така категорія як «інноваційно-інвестиційна діяльність», яка досить широко в останні роки висвітлювалася у вітчизняній і зарубіжній літературі.

Дослідженню проблем розвитку інноваційної та інвестиційної діяльності приділяли увагу у свої роботах вітчизняні та зарубіжні вчені: Амоша О., Бутенко А., Геєць В., Денисенко М., Іллященко С., Койре А., Мартіно Дж., Санто Б., Семеноженко В., Сич Є., Федулова Л., Філиппова С., Чухрай Н., Шумпетер Й.

Для ефективного розвитку підприємства необхідно створення цілісної системи, що враховує вплив різноманітних факторів на інноваційно-інвестиційну діяльність підприємства. Частина цих факторів пов'язана безпосередньо з діяльністю підприємства (внутрішні), а частина не залежить від діяльності підприємства (зовнішні), але впливає на його діяльність. На рис. 1 представлена система факторів які сприяють та перешкоджають інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства. Зовнішні факторі прямо або опосередковано впливають на діяльність підприємстві і некеровані з боку підприємства.

Економічний фактор. Стабільність розвитку економіки визначає стабільність розвитку підприємства і інтерес іноземних інвесторів до капіталовкладень.

Політико-правовий фактор. Вплив політико-правових факторів на інноваційно-інвестиційну діяльність підприємства є досить суттєвим. Від політичного курсу країни у сфері інновацій, державної ідеології, законів з підтримки інноваційної діяльності залежить курс вибраний підприємством.

Соціально-психологічний і культурний фактори - це традиції, життєвий уклад, менталітет людей, а люди це споживачі які будуть користуватися продукцією підприємства відповідно зі своїми цінностями.

Науково-технічний фактор. Сьогодні, розвиток науки, зміни в техніці і технології відіграють ключову роль в історичному розвитку суспільства, в тому числі й економічної системи. У розвинених країнах підвищенні ефективності економіки і перехід до нового етапу її зростання відбувається за допомогою впровадження нових технологій, які створюють нові виробничі можливості. Рівень розвитку характеризується технологічним укладом. За даними Інституту економічного прогнозування НАН України майже 60% обсягу промислової продукції України припадає на 3-й технологічний уклад, 38% - на 4-й уклад, близько 4% - 5-й уклад. Сьогодні в Україні майже 70% витрат на науково-технічні розробки припадає на четвертий і лише 23% на п'ятий технологічний уклад, 60% інноваційних витрат - на четвертий уклад, 30% - на третьому, а на п'ятому - лише 8,6% [2].

Природно-географічний і демографічний фактори також впливають на інноваційно-інвестиційну діяльність підприємства. Різноманітність природних умов у різних країнах надає їм різні можливості в розвитку. Населення Землі постійно зростає, а значить і зростає число споживачів у яких постійно зростають потреби до поліпшення життєвих умов. Але при цьому зростає і безробіття, що призводить до падіння числа платоспроможного населення. Зовнішні фактори, які в своїй сукупності і взаємодії формують кон'юнктуру ринку.

Внутрішні фактори являють собою ті дії, процеси та предмети, які обумовлені діяльністю підприємства в сфері управління, обліку й виробництва.

Зовнішні	Фактори макросередовища (опосередковані)	- економічні; - політико-правові; - соціально-псіхологичні; - культурні; - науково-технічні; - демографічні; - природо-географичні;	Фактори, що сприяють: -стан економіки; - політична та соціальна обстановка в країні; - демографічне становище; - НТП; - створені умови для залучення іноземних інвестицій; - досконаліть нормативної бази в галузі інвестиційної діяльності; - закони та державні програми, що підтримують інноваційну діяльність.
			Фактори, що перешкоджають: -стан економіки; - політична та соціальна обстановка в країні; - демографічне становище; - рівень інфляції; - обмеження з боку антимонопольного, податкового, патентно-ліцензійного законодавства; - заперечення всього нового.
	Фактори мікросередовища (прямі)	- конкуренція; - споживачі; - поведінка контрагентів; - визнання на ринку; - внутрішньогалузеві; - виробничо-технологічні; - інноваційно-інвестиційний потенціал підприємства.	Фактори, що сприяють: - інноваційна привабливість; - інвестиційна привабливість. -рівень диверсифікації виробництва в галузі.
			Фактори, що перешкоджають: - інноваційні ризики; - інвестиційні ризики; -низький рівень матеріальної та науково-технічної бази; - рівень конкуренції.
Внутрішні	Визначальний	-виробничі ; - науково-технологічні; - організаційно-управлінські; - фінансово-економічний; - людський фактор.	Фактори, що сприяють: -НДДКР; - наявність матеріально-технічних засобів; - рівень кваліфікації працівників; - заохочення учасників інноваційного процесу; - наближеність до споживчого ринку; - наявність науково-технічної інфраструктури; -інноваційний клімат.
			Фактори, що перешкоджають: - фактор часу; - нестача коштів для фінансування інноваційних проектів; - слабкість матеріальної та науково-технічної бази, відсутність резервних потужностей; - знос обладнання та основних фондів;- помилки при прийнятті управлінських рішень.
	Спеціалізовані	-промислові характеристики інновацій; - особливості внутрішнього середовища підприємства.	Фактори, що сприяють: -особливості продукції; - технічний рівень виробництва; - якість і конкурентоспроможність продукції, що випускається; - компетентність керівників підприємства і ступінь досконалості управління підприємством; - прогресивні технології.
			Фактори, що перешкоджають: - наявність екологічно - шкідливих виробництв; - вплив факторів сезонності на виробничу активність галузі.

Рис. 1 Система факторів інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства

Інноваційно-інвестиційна діяльність підприємства - безперервний процес безпосередньо пов'язаний з розвитком науки, технічним прогресом, в результаті якого створюються нові види техніки і технології. Інноваційна діяльність в Україні ведеться вкрай пасивно. Причина такої низької інноваційної активності є відсутність фінансових ресурсів, тобто інвестицій. Зв'язок інновацій з інвестиціями очевидна, так як впровадження нових технологій і техніки потребує фінансових ресурсів. Інноваційна діяльність на підприємстві передбачає наявність стабільної і надійної системи фінансування, що дозволить створити умови для накопичення і пересування фінансових коштів. Будь-які інновації на ринку капіталу повинні бути інвестиційно привабливими і конкурентоспроможними. Для будь-якого інвестора інновації повинні мати практичний інтерес. Інновації та інноваційна діяльність стають ключовими факторами успіху підприємства на ринку, необхідними умовами технологічної переваги, головними її інструментами ведення конкурентної боротьби. Сьогодні, на підприємстві, яке займається інноваційно-інвестиційною діяльністю, особливе місце займають не тільки технології, але і людина. На більшості українських підприємств проблема починається з відторгнення нового, з низького рівня інноваційної культури працівників. Інноваційну культуру необхідно розглядати як явище професійне, саме професіонали, привносять нове в різні сфери діяльності. Для її становлення та подальшого розвитку необхідний потужний організаційно-управлінський та правовий імпульс з тим, щоб запрацювали механізми саморегулювання. Для цього потрібно інституціалізація інноваційної культури, тобто перетворення її розвитку в організований, упорядкований процес з певною структурою відносин, правилами поведінки і відповідальністю учасників.

Необхідно відзначити, що інноваційна культура невіддільна від людської культури і розвиваючи її розвивається культура професійної діяльності. Таким чином, підвищення інноваційної культури на підприємстві сприятиме зростанню рівня мотивації працівників до інноваційно-інвестиційної діяльності.

Зовнішні і внутрішні фактори по відношенню до підприємства виступають рушійною силою, яка визначає напрямок і характер діяльності підприємства. Зовнішні та внутрішні фактори оказують комплексний вплив на інноваційно-інвестиційну діяльність підприємства. Тільки враховуючи всі фактори у сукупності, підприємство зможе не тільки виживати, але й розвиватися в теперішніх нелегких умовах.

1. Яковец Ю. Эпохальные инновации XXI века: монография // Ю.В. Яковец - М.: Экономика 2004. – с. 444. 2. semynozhenko.org.ua/documents/2004/5/227.html

Катан Л.І.
Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ МОДЕЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

В умовах глобалізації та інтернаціоналізації економічних відносин розвиток сучасного суспільства характеризується стрімкими змінами структурного й інституційного характеру, що пов'язано з активізацією інноваційної діяльності, яка забезпечить перехід на моделі сталого розвитку як окремих видів економічної діяльності, так і національного господарства в цілому. Визначною мірою це стосується аграрної сфери та її окремих складових.

Аграрна сфера визначена як складова соціально-економічної і одночасно вразливої агробіологічної системи природи й суспільства з диверсифікованими функціями – життєзабезпечення (виробництво агропродовольства і сировини), життєдіяльності (зайнятість, умови і якість життя господарюючих суб'єктів, сільського населення, нації загалом), життєоблаштування (освоєність території та середовища проживання). Раціональне виконання аграрною сферою цих різноманітних функцій можливе лише за умови функціонування на засадах сталого розвитку.

Ми вважаємо, що сталий розвиток аграрної сфери – це довгостроковий розвиток, збалансований з точки зору соціально-економічних і агроекологічних параметрів, головним критерієм якого доцільно визнати підвищення якості життя агровиробників, сільського населення, усієї нації на основі збереження її життєзабезпечуючих комплексів та забезпечення продовольчої безпеки держави.

Інвестиції та інновації є невід'ємними складовими фінансового забезпечення процесу відтворення капіталу аграрної сфери для формування умов її сталого (збалансованого) розвитку.

Останнім часом розгорнулася дискусія щодо визначення ролі держави у розвитку аграрної сфери та переході її на модель сталого розвитку з врахуванням впливу глобалізації. На нашу думку, варто погодитися з тими вченими-економістами, які стверджують, що для формування засад сталого агрогосподарювання необхідного використовувати більш прагматичну політику, при цьому пріоритетне значення повинно мати державне регулювання економіки, яке здійснюється формуванням аграрної політики держави, підтримкою відповідних механізмів, розробкою правових та організаційних основ діяльності суб'єктів аграрної сфери.

До джерел фінансового забезпечення аграрної сфери, які мають тісний зв'язок з її розвитком належать інвестиції в основний капітал сільського господарства (коефіцієнт кореляції дорівнює 0,89) та прямі іноземні інвестиції (коефіцієнт кореляції дорівнює 0,94), але вони не впливають на зростання валового продукту сільського господарства (зростання прямих іноземних інвестицій на 1 млн дол. США стимулювало зростання на 0,14 млн грн). Такі результати свідчать про те, що інвестиційна діяльність в аграрній сфері як внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів залишається другорядною. У результаті суми наявних інвестованих ресурсів не відповідають обсягам необхідних. Основним джерелом покриття розриву, що виникає при інвестуванні основного капіталу аграрної сфери виступають власні кошти сільськогосподарських підприємств, сформовані за рахунок прибутку та амортизаційних відрахувань. Встановлено наявність тісного зв'язку (коефіцієнт кореляції дорівнює 0,72) між бюджетним фінансування видатків аграрної сфери та її валовим продуктом. Побудоване адекватне регресійне рівняння (коефіцієнт детермінації 0,92), дозволяє зробити важливий соціально-економічний висновок: за відсутності бюджетної підтримки валовий продукт аграрної сфери може зменшитися на 619,5 млн грн, тобто на таку саме суму може зменшитися ВВП національної економіки за браком державної підтримки аграрної сфери. Такий висновок, ще раз підтверджує, що в аграрній сфері України держава повинна здійснювати державне регулювання інвестиційного процесу і здійснювати як контроль за наданими інвестиціями, так і використовувати ці інвестиційні ресурси для фінансового забезпечення національних проектів, цільових і регіональних програм.

Враховуючи актуальність в Україні перетворень та економічного розвитку аграрної сфери, переконані, важливим є досвід країн Європейського союзу. Особливий інтерес являє досвід Франції, яка має сильні тенденції державного регулювання регіонального, економічного та соціального розвитку, а також досвід формування сталого економічного розвитку сільських регіонів Німеччини та Польщі, багато

проблем яких схожі з аналогічними економічними проблемами аграрної сфери України.

Варто зазначити, що в умовах глобалізаційної економіки, у межах обраної державної інвестиційної політики, необхідно мати якісно нові фінансово-економічні механізми та інституціональні рішення у сфері трансформації державного управління, які б здійснювали координацію загальної стратегії розвитку та соціально-економічної політики.

Для розв'язання цієї проблеми нами запропоновано динамічну модель інвестиційного забезпечення сталого розвитку аграрної сфери України:

$$\Delta I_{сг} \geq \Delta ЕК_{сг} \geq \Delta ВП_{сг} \geq \Delta ПП_{сг},$$

де ΔІсг – темпи приросту інвестицій в основний капітал сільського господарства;

ΔЕКсг – темпи приросту експорту сільськогосподарської продукції;

ΔВПсг – темпи приросту валового продукту аграрної сфери;

ΔППсг – темпи приросту продуктивності праці в аграрній сфері.

Запропонована модель інвестиційного забезпечення побудована відповідно до теорії «нового прагматизму», який для України, виступає логічним продовженням нового підходу до модернізації державного управління інноваційною діяльністю як в аграрній сфері, так і інших видах економічної діяльності.

В країнах ЄС привабливим для України є підхід до державної підтримки цього напряму, який полягає в тому, що бюджетні кошти повинні «прискорювати» процес сталого розвитку. В бюджеті ЄС на 2012 р. превалюють видатки на сталий розвиток (44,7 %) і збереження природних ресурсів та управління ними (42,8 %). Видатки на сталий розвиток розподіляються на: конкурентоспроможність (8,7 %) і зайнятість (36,0 %). Видатки на збереження природних ресурсів та управління ними включають: прямі виплати та пов'язані з ринком витрати (31,9 %) і розвиток сільських територій, довкілля, рибальства (10,9 %)., тобто в центрі уваги довгостроковий економічний розвиток і зайнятість.

Таким чином, можна констатувати, що фінансове забезпечення інноваційної діяльності в аграрній сфері України і підвищення інвестиційної привабливості суб'єктів аграрної сфери в контексті концепції сталого розвитку сталого розвитку вимагає мати якісно нову модель інвестиційного забезпечення, яка б дозволяла здійснювати трансформації державного управління та координувати загальну стратегії розвитку та інвестиційну політику. Крім того, для переходу на модель сталого розвитку аграрної сфери України необхідно на державному та регіональному рівнях реалізувати ряд заходів: стабілізація макроекономічної ситуації; формування стабільної нормативно-правової бази для залучення інвестицій; збільшення джерел фінансування капітальних інвестицій на природоохоронні заходи; посилення гарантій захисту інвестицій та доходів інвесторів; забезпечення вільного руху капіталів та переміщення товарів тощо; розвитку комплексного законодавчого забезпечення запровадження ринку земель сільськогосподарського призначення; здійснення заходів щодо оптимізації використання земельних ресурсів тощо; впровадження необхідних державних програм розвитку сільських територій: забезпечення належного рівня інфраструктури аграрного сектору та реалізація масштабних інвестиційно-інноваційних проектів.

Кльоба Л.Г.
Національний університет "Львівська політехніка"

НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ КРЕДИТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Подальший розвиток української економіки за інноваційним сценарієм неможливий без опори на інтенсивні напрями економічного зростання. Враховуючи світовий досвід, одним з таких напрямків в Україні може стати активізація банківського інвестиційного кредитування інноваційної діяльності. Кредитування стратегічно важливих для держави інноваційних проектів здатне стати організуючою силою, яка об'єднує зусилля держави, комерційних банків в справі розвитку української економіки за інноваційною спрямованістю. Проте, кризове ураження вітчизняного банківського сектора продемонструвало різке звуження обсягів інвестиційних кредитів в інноваційну діяльність, яке триває й досі. Сьогодні недостатньо обґрунтованими залишаються питання, пов’язані з: активізацією банківського інвестиційного кредитування інноваційної діяльності в Україні; функціональними заходами, спрямованими на його розвиток та вдосконалення як на національному рівні, так і в окремому банку; розробкою методичних основ вдосконалення банківського інвестиційного кредитування інноваційної діяльності.

Враховуючи необхідність інтеграції України у європейське та світове конкурентне середовище необхідне проведення заходів з розвитку теоретико-методологічних засад здійснення банківського інвестиційного кредитування інноваційної діяльності та розробки методичних підходів і рекомендацій з його ширшого використання. Такі завдання потребують перегляду теоретичних положень і практичного досвіду банківського кредитування інноваційної діяльності, адже його розвиток сприятиме вирішенню широкого кола проблем, зокрема: розвитку промислового виробництва та підвищення рівня його конкурентоспроможності на тривалу перспективу, збільшення робочих місць, покращення соціальної та економічної сфер життя.

Особливого інтересу зараз набувають питання, пов’язані з: формуванням сприятливих умов для інвестиційного кредитування інноваційної діяльності в Україні, обґрунтуванням напрямів і механізмів їх реалізації, що сприятиме стабільному функціонуванню вітчизняної економіки.

Інноваційна діяльність − одна з форм інвестиційної діяльності, що здійснюється з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво і соціальну сферу. Інноваційні інвестиції як вкладення капіталу, пов’язані із науково-технічним прогресом.

О.Д. Вовчак – як вкладення коштів у нематеріальні активи [2, с.49]. С.К. Реверчук вважає що формами інноваційних інвестицій також є вкладення коштів у придбання ліцензій, програмних продуктів, фінансування наукових розробок [3, с.49]. Банківське інвестиційне кредитування інноваційної діяльності - це діяльність, зосереджена на активне залучення інвестиційних ресурсів та ефективному вкладенні банком реальних та фінансових інвестицій з метою отримання прибутку та максимального задоволення потреб клієнтів у ресурсах необхідних для реалізації інноваційних проектів.

Активізація інвестиційного кредитування інноваційної діяльності повинна здійснюватись на усіх рівнях. На державному (макрорівні) це передбачає регулювання діяльності банків в інвестиційній сфері шляхом створення відповідної законодавчої та нормативної бази. На рівні банку (мікрорівні) інвестиційне кредитування інноваційної діяльності повинно спрямовуватись на підвищення ефективності діяльності банку і на запобігання або зниження ризику втрат за кредитно-інвестиційними операціями. На регіональному рівні це полягає у створенні місцевими органами влади сприятливих й однакових умов щодо здійснення інвестиційної діяльності для всіх банків. Дані рівні є взаємозалежними і взаємопов’язаними.

1.Вовчак О.Д. Банківська інвестиційна діяльність в Україні: монографія. – Львів, вид-во Львівська комерційна академяі, 2005. – 544 с. 2. Реверчук С.К. Управління і регулювання банківською інвестиційною діяльністю: монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. С.К. Реверчука / С.К. Реверчук, Л.Г. Кльоба, М.Б. Паласевич. – Львів: Вид-во "Тріада плюс", 2007. – 352 с.

Кравчук І.С.
Тернопільський національний економічний університет

ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ ЧЕРЕЗ МЕХАНІЗМ ФОНДОВОЇ БІРЖІ

На сучасному етапі розвитку економічних відносин світові ринки капіталу пропонують для реципієнтів інвестицій різноманітні механізми акумулювання фінансових ресурсів. Основними організаційними утворення ринку капіталів є фондові біржі, що централізовано концентрують попит і пропозицію на цінні папери, які в свою чергу є документальним відображенням процесів інвестування в певні господарські інститути.

Еволюція фондових бірж на протязі останніх років в результаті конкурентних процесів призвела до запровадження даними інститутами різних інфраструктурних платформ для акумуляції та перерозподілу фінансових ресурсів компаніями різної фінансової потужності. Так, біржі почали створювати окремі сегменти для розміщення цінних паперів невеликих компаній, яким необхідні ресурси для трансформації ідей в інновації та їх наступної дифузії.

Як правило, на початковому етапі стартапи розвиваються в бізнес-інкубаторах та фінансуються на посівних стадіях з допомогою венчурного капіталу (в тому числі бізнес-ангелів). Надалі, при сприятливому процесі трансформації ідей в певний продукт, послугу чи технологію, для дифузії інноваційної розробки необхідні значні обсяги інвестицій, які можуть бути отримані або від стратегічного інвестора, або на основі кредиту в банківських інститутах, або шляхом емісії цінних паперів. В першому випадку підприємець-інноватор може втратити контроль над компанією та над майбутніми грошовими потоками. Кредит в банку для фінансування інновацій отримати доволі важко, оскільки банки на сучасному етапі активно вдосконалюють системи ризик-менеджменту, які передбачають кредитування менш ризикованих компаній з більш прогнозованими грошовими потоками. А результат діяльності інноваційних підприємств має високий рівень невизначеності.

Доволі перспективним є механізм отримання інвестицій для фінансування інновацій через спеціальні торгівельні платформи фондових бірж.

Так, «Українська біржа» нещодавно заявила про створення окремого біржового сегменту «Ринок залучення капіталу» для сприяння залученню інвестицій, перш за все, для невеликих та швидко зростаючих компаній, які прагнуть реалізувати свій потенціал росту. Вимоги до компаній-емітентів є наступними: бізнес повинен функціонувати не менше 1 року, мінімальна оцінка бізнесу – 8 млн. грн., наявність чіткої стратегії та бізнес-плану на 3 роки, наявність політики з корпоративного управління компанії, плани щодо залучення коштів від 8 млн. грн., готовність мати free float не менше 15-25%, форма власності – публічне акціонерне товариство, юридична особа має існувати не менше 3 місяців [1]. За станом на кінець квітня 2014 року жодна з компаній ще не здійснила розміщення акцій на «Ринку залучення капіталу.

Для порівняння у Польщі можливості інноваційних компаній щодо залучення інвестицій на фондовій біржі є значно ширшими. Варшавська фондова біржа в 2007 році запустила ринок акцій у формі альтернативної системи обігу NewConnect [2]. На протязі шести років функціонування даного ринку 20 акціонерних товариств використало цей механізм і на поточному етапі їх акції вже котируються на головному ринку Варшавської фондової біржі.

Основна особливість NewConnect – це надання можливостей невеликим компаніям, в тому числі технологічним установам інноваційного спрямування, отримати фінансові ресурси на основі випуску акцій, при цьому вимоги до емітента є значно меншими, ніж на основному ринку Варшавської біржі.

Так, якщо в 2007 році на NewConnect котирувалися акцій 24 емітентів, то за станом на березень 2014 року – 442 компанії представлені на цьому сегменті біржового ринку. Капіталізація ринку за станом на березень поточного року складає 10,1 млрд. злотих або 2,4 млрд. євро.

Вимоги до компаній-емітентів є більш ліберальними, ніж встановлені «Українською біржею» (УБ), зокрема:

- компанія повинна мати статус акціонерного товариства як публічного, так і приватного (в Україні лише публічний статус);

- мінімальна вартість власного капіталу емітента – 500 тис. злотих або близько 120 тис. євро, а на УБ

– більше 500 тис. євро;

- для захисту міноритарних акціонерів встановлено, що мінімум 15% акцій повинно бути у володінні не менше 10 акціонерів, серед яких кожен володіє не більше ніж 5% загальної кількості голосів;

- емітент має підготувати інформаційний документ, вимоги до якого менші, ніж до проспекту емісії при розміщенні на основному ринку Варшавської біржі.

На відміну від «Ринку залучення капіталу» УБ на NewConnect компанії мають можливість залучити кошти шляхом приватного розміщення акцій серед обмеженого кола інвесторів (не більше 149). У цьому випадку для компанії будуть менші витрати як на організацію продажу, так і на залучення меншої кількості радників з емісії цінних паперів.

Оплата за введення акцій в обіг на NewConnect складає близько 1,4 тис. євро, а здійснення подальших додаткових емісій акцій – лише 600 євро. Плата за котирування акцій складає в першому календарному році – 360 євро, в наступних роках – 0,02 % від ринкової вартості всіх акцій емітента, але не менше 720 євро і не більше 1,9 тис. євро. В середньому компанія на ринку залучає близько 850 тис. євро при середніх витратах 4,89 %. При цьому середній витрати при приватному розміщенні складають 5,2 %, а при публічному – 2,47 % від суми емісії.

Розмір витрат на залучення капіталу зменшується зі збільшенням суми емісії. Так, при емісії акцій на суму до 120 тис. євро витрати складають 16,53 %, а при сумі емісії більше 12 млн. євро – лише 2,06 %.

З метою залучення більшої кількості компаній на NewConnect створено три сегменти для різних видів емітентів:

1) NewConnect Lead – котируються найкращі емітенти ринку з високим потенціалом для переходу на основний ринок Варшавської фондової біржі. Середня ринкова вартість компаній-емітентів перевищує 5 млн. євро, а free float більше 10 %.

2) NewConnect High Liquidity Risk – здійснюють обіг акції з підвищеним рівнем ризику. Ринкова вартість компаній-емітентів менше 240 тис. євро

3) NewConnect Super High Liquidity Risk – котируються акції з найвищим рівнем ризику, середня змінність курсу акцій більше 10 % і компанії мають певні фінансові труднощі.

Про участь інноваційних компаній в залученні капіталу на NewConnect свідчать дані щодо галузевої представленості емітентів. Так, сектор інформатики представляють 41 емітент, технологічних сектор – 36 емітентів, еко-енергетики – 9 емітентів.

З українського бізнесу на NewConnect представлена лише одна компанія «Агроліга».

Особливий сегмент ринку створила і «Московська біржа» – «Ринок інновацій та інвестицій» (з 2009 року) [3]. Це є біржовий сектор для високотехнологічних компаній. Однак, у порівнянні з Польщею, вимоги до емітентів є вищими. Розміщення акцій має здійснюватися з допомогою спеціальних лістингових агентів, які зареєстровані на біржі, і є професійними інвестиційними установами щодо надають послуги з організації продажу акцій. Крім того, в Росії інноваційна компанія може отримати субсидії на відшкодування витрат, пов'язаних з виведенням цінних паперів на інноваційний сектор «Московської біржі». Обсяг субсидій складає до 50 % понесених витрат, але не більше 50 млн. руб. (близько 1 млн. євро). За станом на квітень 2014 року на «Ринку інновацій та інвестицій» здійснюють обіг 23 акції, в тому числі чотири компанії-емітенти представлять сектор інтернет технологій, три – сектор біотехнологій.

Таким чином, інноваційні компанії мають можливість використовувати механізм фондових бірж для залучення фінансових ресурсів, що підтверджується міжнародною практикою. Однак для активізації цього способу фінансування в Україні необхідно вдосконалення діяльності фондових бірж України в напрямі спрощення доступу для емітентів до біржового ринку, а також створення сприятливого інвестиційного клімату з метою залучення інвесторів на ринок цінних паперів України.

1. Рынок Привлечения Капитала [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу: ux.ua/s309. 2. NewConnect [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу: newconnect.pl/index.php?page=root. 3. Рынок Инноваций и Инвестиций Московской Биржи [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу: moex.com/s25.

Кривоногова І.Г.
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

ОБҐРУНТУВАННЯ ЕТАПІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТІВ РОЗВИТКУ В ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

На теперішній момент спроби однозначно замінити іноземне слово «девелопер» на український аналог не вдаються, подібна невизначеність і неоднозначність термінології, а отже, розуміння місця, ролі й функцій девелоперської компанії утрудняють процес виділення девелоперської діяльності в особливу професійно-підприємницьку форму на українському ринку нерухомості, тому для розуміння сутності девелоперської компанії слід відразу провести розділовий бар'єр між поняттями «генеральний підрядник», «керуюча компанія» і «девелопер». Девелоперська компанія здійснює керування всім циклом створення об'єкта, починаючи від маркетингового й інвестиційного аналізу при виборі й придбанні земельної ділянки до реалізації об'єкта на ринку в заданий термін і в межах існуючих бюджетних обмежень. Орієнтація девелоперської компанії насамперед на комерційну складову проекту відрізняє її від керуючої компанії, що виконує функцію керування будівництвом, здійснюючи організаційно-економічні й технічні функції, забезпечуючи відповідність вимогам проекту за вартістю, строкам, якості, і від генерального підрядника, відповідального безпосередньо за фізичне зведення об'єкта. У діяльності девелопера головними є фінансово-економічні аспекти - вибір комерційно заможного проекту, залучення інвестицій, забезпечення фінансової стійкості проекту і його реалізація на ринку. Девелоперська компанія орієнтована не на виконання будівельних робіт, а на економічний, інвестиційний, інноваційний і маркетинговий аналіз.

Девелопмент являє собою систему економічних, організаційних, правових і фізичних відносин між суб'єктами ринку нерухомості, пов'язану із соціально-економічним розвитком територій.

Універсального підходу до поділу процесу здійснення проекту девелопмента на етапи не існує. Опираючись на результати дослідження проведені автором і особистий практичний досвід, доцільно запропонувати наступні етапи по реалізації девелоперського проекту (рис.1): ініціювання; передпланова підготовка; проектування; реалізація; завершення.

Етап ініціювання й розробки концепції проекту є найбільш значимим у процесі девелопмента. На даному етапі оформляється сама ідея проекту й здійснюється його попередній аналіз.

Ініціація девелоперського проекту може йти з позицій власника об'єкта нерухомості (земельної ділянки, будинку, об'єкта незавершеного будівництва) або інших активів (прав на реалізацію інвестиційного проекту), зацікавленого в підвищенні його цінності за рахунок якісних перетворень, або з позицій девелопера, що веде пошук для найбільш вигідного вкладення засобів і професійної активності. Джерелом одержання прав на реалізацію проекту можуть служити інвестиційні конкурси й програми, які організує адміністрація міста.

Вхідною інформацією на етапі ініціювання є пропозиція про вхід у проект, що містить необхідну для ухвалення рішення вихідну інформацію про проект: опис ділянки, правовстановлюючу документацію, проектну документацію або результати передпроектних проробленъ (при наявності), комерційна пропозиція про можливі умови участі в проекті.

Слід розуміти, що від стадії розробки, на якій перебуває пропонований для реалізації проект: ділянка під забудову з невизначеним функціональним призначенням, наявність передпроектних проробленъ, повністю готова вихідно-дозвільна або проектна документація, а також характеру якісних перетворень об'єкта нерухомості: нове будівництво, продовження робіт на базі існуючого об'єкта незавершеного будівництва або реконструкція (модернізація), залежить обсяг розв'язуваних девелопером завдань.

Першим завданням при розробці концепції майбутнього об'єкта є вибір сегмента ринку, виходячи з існуючих типів нерухомості й визначення його потенціалу як можливої сфери ділової активності.

Вихідним пунктом для такого вибору є дослідження ситуації на регіональному ринку нерухомості з урахуванням тих факторів, які впливають на його стан і тенденції розвитку.

Критеріями вибору є такі параметри, як прогнозована прибутковість, можливі ризики проекту й ліквідність створюваного об'єкта нерухомості.

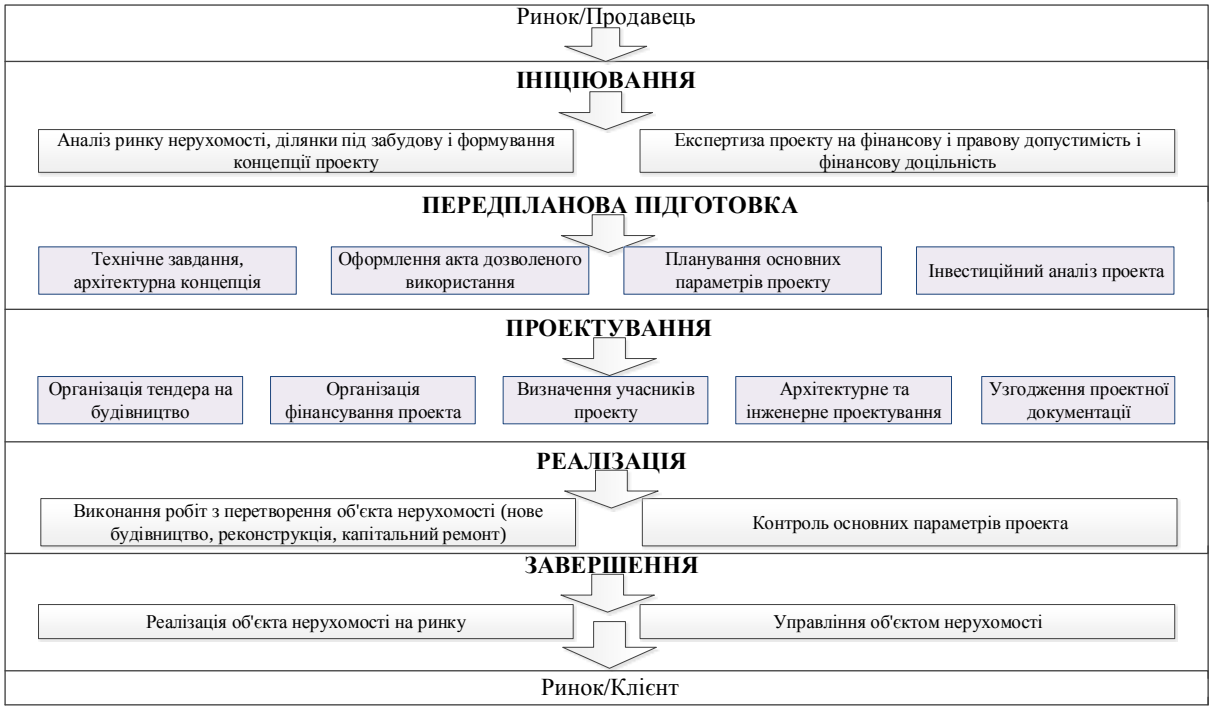


Рис. 1. Основні етапи здійснення й реалізації проекту девелопмента

Позитивний розв'язок про вхід у проект ініціює наступний етап життєвого циклу проекту - передпланову підготовку. Основні завдання, розв'язувані девелопером на етапі передпланової підготовки: створення команди проекту; розробка й узгодження архітектурної концепції проекту, одержання акту дозволеного використання ділянки, планування основних показників проекту.

Результатом планування тимчасових параметрів проекту є календарний план проекту - директивний графік, що відображає склад і взаємозв'язок робіт проекту й регламентуючий строки виконання окремих робіт і проекту в цілому.

Результатом планування вартісних параметрів проекту є бюджет-директивний документ, що представляє собою реєстр планових витрат і доходів з розподілом по відповідних до статей.

Метою етапу реалізації є виконання робіт з перетворення об'єкта нерухомості: нове будівництво, реконструкція або капітальний ремонт і контроль девелопером основних параметрів проекту, який реалізується через виконання наступних завдань: керування будівництвом, керування вартістю, керування грошовими вступами по проекту.

Функції девелопера на етапі реалізації: забезпечення виконання робіт з розвитку об'єкта нерухомості з необхідними строками, контроль якості будівельних робіт, контроль над виконанням, бюджету будівництва й оплатою фінансових рахунків, контроль над реалізацією всіх договірних зобов'язань по проекту, технічний нагляд і контроль здачі об'єкта в експлуатацію, контроль продажів площ об'єкта.

Основними завданнями девелопера на стадії завершення є: організація правових і маркетингових умов для реалізації створеного об'єкта нерухомості на ринку; контроль виконання графіка продажів і здачі в оренду; керування грошовими вступами від реалізації площ об'єкта; організація процесу експлуатації об'єкта нерухомості й керування нерухомістю.

Основна мета завершального етапу - реалізація площ об'єкта нерухомості в бажаний термін при досягненні запланованих показників економічної ефективності проекту.

Виконання поставлених завдань починається до безпосередньої реалізації об'єкта на ринку нерухомості, задовго до закінчення будівництва. Даний етап життєвого циклу проекту є частково сполученим з попередніми стадіями.

Кулиняк І.Я., Дубодєлова А.В., Глянцева О.І.
Національний університет "Львівська політехніка"

ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЛЬВІВЩИНИ

Інноваційно-інвестиційний потенціал розглядають як систему інноваційно-інвестиційних ресурсів, чинників та умов, що створюють можливості для здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності, акумулювання та освоєння інвестиційних коштів з метою забезпечення інноваційного розвитку та досягнення конкурентних переваг підприємства.

На основі виконаного аналізу наукової літератури, а також власних досліджень сформовано комплекс показників для оцінювання інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємств, а саме: оборотність інвестованого в розвиток капіталу, рентабельність інвестицій, обсяг впроваджених нових технологічних процесів, обсяг освоєних інноваційних видів продукції, частка реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової. Ці показники розраховано на основі даних діяльності десяти підприємств легкої промисловості Львівщини: ПАТ «Шкіряне підприємство «Світанок», ПАТ «Калина», ПАТ «Льонокомбінат «Старосамбірський», ПАТ «Золочівська швейна фабрика», ПАТ «Городоцька швейна фабрика», ПрАТ «Трикотажна фірма «Промінь», ПрАТ «Львівська перо-пухова фабрика», ПАТ «Бориславська швейна фабрика «Спецодяг», ПАТ «Стрийська швейна фабрика «Стрітекс», ПАТ «Вірність».

Оскільки показники мають різні одиниці вимірювання, то їх було стандартизовано за формулою:

$$X'_{ij} = X_{ij} / \overline{X}, \tag{1}$$

де $\overline{X}$ – середнє значення показника по аналізованих підприємствах.

Інноваційно-інвестиційний потенціал кожного з підприємств оцінено за допомогою інтегрального коефіцієнта (K) за формулою:

$$K = \left(\sum_{i=1}^{n} X_i \right) / n, \tag{2}$$

де X_i – частковий персоніфікований показник, що входить до сукупності факторів, які характеризують певну складову потенціалу; n – кількість часткових персоніфікованих показників, що становлять сукупність інноваційно-інвестиційного потенціалу.

Результати розрахунку інтегральних показників оцінювання інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємств легкої промисловості Львівщини наведено в табл. 1.

Відповідно до розрахунків найвищий рівень використання інноваційно-інвестиційного потенціалу виявлено у ПАТ «Бориславська швейна фабрика «Спецодяг», ПАТ «Стрийська швейна фабрика «Стрітекс» та ПАТ «Шкіряне підприємство «Світанок», а найнижчий – у ПАТ «Льонокомбінат «Старосамбірський», ПАТ «Вірність» та ПАТ «Золочівська швейна фабрика».

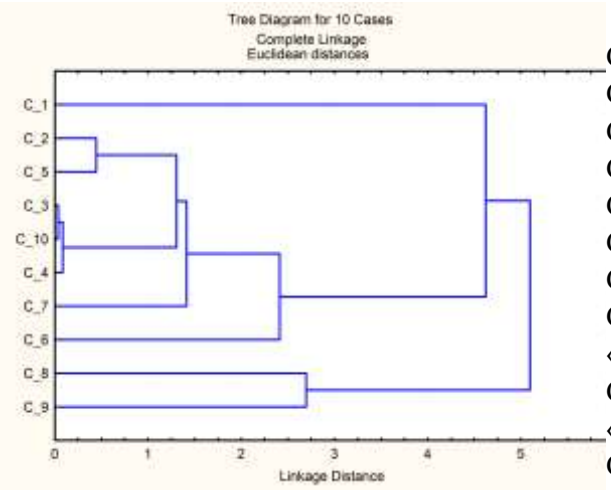
Групування досліджуваних підприємств за допомогою кластерного аналізу (рис. 1) на основі значень інтегральних показників оцінювання інноваційно-інвестиційного потенціалу дозволило виокремити три кластера. До першого кластера віднесено підприємства, які значну увагу надають введенню інновацій – це ПАТ «Шкіряне підприємство «Світанок». До другої групи віднесено підприємства, які працюють з давальницькою сировиною і відповідно мають більший доступ до інвестиційних ресурсів і впровадження інновацій. Сюди входять ПАТ «Бориславська швейна фабрика «Спецодяг» та ПАТ «Стрийська швейна фабрика «Стрітекс». До третьої кластеру належать підприємства, які пасивно вводять інновації і в які майже не залучаються інвестиції. До даної групи входять підприємства: ПАТ «Калина», ПАТ «Городоцька швейна фабрика», ПАТ «Льонокомбінат «Старосамбірський», ПАТ «Вірність», ПАТ «Золочівська швейна фабрика», ПрАТ «Львівська перо-пухова фабрика» і ПрАТ «Трикотажна фірма «Промінь».

Таблиця 1

Значення інтегральних показників оцінювання інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємств легкої промисловості Львівщини за 2008-2012 рр.

Підприємства	Значення інтегральних показників				
	2008 р.	**2009 р.**	**2010 р.**	**2011 р.**	**2012 р.**
ПАТ «Шкіряне підприємство «Світанок»	1,82	2,11	0,9	0,37	2,37
ПАТ «Калина»	1,29	0,9	2,35	0,55	0,53
ПАТ «Львонокомбінат «Старосамбірський»	0,02	0,03	0,03	0,03	0,03
ПАТ «Золочівська швейна фабрика»	0,05	0,42	0,03	1,59	0,05
ПАТ «Городоцька швейна фабрика»	2,25	0,36	0,54	0,11	0,36
ПрАТ «Трикотажна фірма «Промінь»	0,91	0,72	1,12	0,93	0,88
ПрАТ «Львівська перо-пухова фабрика»	0,12	1,01	0,18	1,12	0,37
ПАТ «Бориславська швейна фабрика «Спецодяг»	1,7	0,25	0,98	1,65	2,62
ПАТ «Стрийська швейна фабрика «Стрітекс»	1,79	4,14	3,84	3,62	2,75
ПАТ «Вірність»	0,04	0,05	0,02	0,03	0,04

Джерело: розраховано авторами на основі [2] та даних підприємств



Умовні позначення підприємств:
C_1 – ПАТ «Шкіряне підприємство «Світанок»;
C_2 – ПАТ «Калина»;
C_3 – ПАТ «Львонокомбінат «Старосамбірський»;
C_4 – ПАТ «Золочівська швейна фабрика»;
C_5 – ПАТ «Городоцька швейна фабрика»;
C_6 – ПрАТ «Трикотажна фірма «Промінь»;
C_7 – ПрАТ «Львівська перо-пухова фабрика»;
C_8 – ПАТ «Бориславська швейна фабрика «Спецодяг»;
C_9 – ПАТ «Стрийська швейна фабрика «Стрітекс»;
C_10 – ПАТ «Вірність».

Рис. 1. Дендрограма кластерного групування підприємств легкої промисловості Львівщини

Поданий у роботі алгоритм розрахунку рівня інноваційно-інвестиційного потенціалу може на практиці використовуватися підприємствами й інших галузей промисловості. Результати розрахунків доцільно врахувати органам влади для формування Стратегії розвитку Львівської області на 2014-2020 роки з прогнозом до 2025 року, а саме для підвищення ефективності розвитку легкої промисловості Львівщини як передумови підвищення конкурентоспроможності економіки України.

1. Самко О.О. Оцінка туристичного потенціалу регіону та рівня його використання [Електронний ресурс] / О.О. Самко. – Режим доступу: archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/en_re/2010_7_4/41.pdf.
2. Офіційний сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: smida.gov.ua/db.

Мірошник Р.О., Коник О.А.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах господарювання рівень конкурентоспроможності підприємств визначається здатністю до нововведень, тобто істотно залежить від рівня інноваційної діяльності, яка є неможлива без відповідного фінансового забезпечення. Питання фінансового забезпечення є актуальним, оскільки, зважаючи на дефіцит власних фінансових ресурсів, значна складність залучення інвестицій та високий рівень відсотків за банківські кредити.

Найважливішим завданням забезпечення збалансованості економіки підприємства та підвищення рівня його конкурентоспроможності на ринку сьогодні є збільшення темпів інноваційного відновлення, розширення масштабів застосування досконалої техніки і технологій, перехід від екстенсивного типу економічного зростання до інтенсивного, заснованого в першу чергу на інноваціях. Активізація науково-технічного розвитку обумовлює необхідність створення цілісної системи його фінансового забезпечення, узгодження інтересів держави, фінансових установ та суб'єктів господарювання щодо розширення темпів, напрямків і механізмів акумуляції та трансформації фінансових ресурсів. Вказані процеси повинні відбуватися в контексті забезпечення інвестиційних потреб економіки підприємства щодо реалізації технологічних змін та належної мотивації інноваційного підприємництва [1].

Вагому роль у забезпеченні соціально-економічного розвитку підприємства і країни загалом відіграє інноваційна діяльність, яка вимагає постійного вкладення коштів в економіку, у створення і модернізацію основних фондів усіх галузей господарства, їх технічне переозброєння, створення нової техніки і впровадження новітніх технологій. Проте недосконалість фондового ринку й окремі негативні тенденції в економіці стримують ефективний процес активізації інноваційної діяльності. З іншого боку, низький рівень життя населення й слабкий фінансовий стан суб'єктів господарювання звужують можливості банківських установ щодо мобілізації вільних коштів як потенційного інвестиційного ресурсу.

Недостатні обсяги інноваційних засобів призвели до значного фізичного зносу виробничого обладнання, підвищенню додаткового споживання електроенергії, продовження терміну експлуатації діючого обладнання, яке вичерпало свій ресурс. Тому потребують обґрунтування напрямки інноваційної діяльності на кожному підприємстві, а на рівні держави – розроблення інноваційної політики та інноваційної стратегії. Залучені іноземні інвестиційні ресурси можуть використовуватися як додаткове джерело фінансування інноваційно-інвестиційних проектів разом з власними ресурсами підприємства (прибутком, амортизаційними відрахуваннями тощо) та відповідними коштами цільової підтримки підприємства [2].

Основними елементами державної фінансової політики сприяння розвитку інноваційного середовища є: створення фінансових механізмів державної підтримки інноваційної діяльності у напрямі фінансування через систему державних науково-технічних програм різного рівня та через спеціально створені фонди; організаційно-правові методи впливу держави на формування інфраструктури інноваційної сфери; створення інформаційної бази на ринку інноваційної продукції; інституційне та організаційно-правове забезпечення функціонування ефективного механізму реалізації фінансової політики держави [3].

Одним із потужних засобів інноваційного розвитку вітчизняної економіки є державний фінансовий сектор. За допомогою бюджетних коштів потрібно стимулювати таких виробників, які не можуть розвиватися та функціонувати самостійно за рахунок власних ресурсів, особливо це стосується суб'єктів інноваційної сфери. Серед доходів бюджету особливе місце займають кошти, отримані від приватизації державного майна, які можуть слугувати потужним джерелом фінансування інноваційного оновлення і модернізації державних підприємств.

Важливою складовою політики фінансового забезпечення інноваційного розвитку в Україні на сучасному етапі є податкова політика. У контексті утвердження інноваційної моделі економічних перетворень ефективною буде лише податкова політика, яка ґрунтуватиметься на таких засадах: максимальній узгодженості та взаємозалежності фінансової, інноваційної та податкової політики;

активізації функціонування податкової системи у забезпеченні інноваційного розвитку економіки; застосуванні податкових пільг, пільгового кредитування інноваційних проектів та відповідної амортизаційної політики і політики для стимулювання інноваційної діяльності [3].

На основі аналізу проблем оподаткування суб'єктів підприємницької та науково-технічної діяльності можна зробити висновок, що вітчизняна система оподаткування потребує радикального реформування щодо диференційованого і жорсткого упорядкування механізму надання податкових пільг та посилення контролю за цільовим використанням коштів від їх отримання. Крім того, пільговий режим оподаткування мав охоплювати всі стадії життєвого циклу інновацій, а також етапи розробки, виробництва, реалізації, використання та обслуговування нововведень.

У вітчизняній економіці дотепер не набула достатнього рівня розвитку інституційна інфраструктура фінансової підтримки інноваційної діяльності. Так, позабюджетні галузеві фонди, фонди підтримки наукових ініціатив та спеціалізовані фінансово-кредитні установи не стали дієвими учасниками реалізації на макро- і мікрорівнях інвестиційно-інноваційної політики, спрямованої на технічну модернізацію підприємств, упровадження новітніх науково-технічних розробок та відродження вітчизняного конкурентоспроможного виробництва [2].

Ефективність проведення реструктуризації підприємств та економіки на інноваційних засадах у цілому залежить від оптимального співвідношення джерел фінансування інноваційного розвитку. У промислово розвинутих країнах для вирішення проблеми пошуку фінансування інноваційного розвитку залучаються пенсійні фонди, страхові компанії, інвестиційні та венчурні фонди, які оперують так званими "довгими грошами", що надає їм можливість брати участь в інноваційних проектах зі значним терміном реалізації та здійснювати довгострокове інвестування. [4].

Аналіз процесів, які відбуваються в Україні, доводить, що невід'ємною складовою фінансової підтримки інноваційного розвитку є створення умов для найширшого залучення різноманітних джерел фінансування суб'єктів інноваційного процесу. В Україні ні фінансовий ринок, ні банківська система не можуть у повному обсязі задовольнити потреб інноваційного розвитку підприємства, оскільки однією з основних проблем банківської системи України є домінування короткострокових кредитів, які не здатні забезпечити повний цикл реалізації інноваційних продуктів. Рівень інноваційного забезпечення розвитку підприємства пов'язаний із необхідністю пошуку нових методичних підходів, що дають змогу оцінювати найефективніший напрям наукових досліджень, технологій, відновлення виробничого потенціалу і випуску нової продукції відповідно до вимог ринку. Отже, фінансова політика інноваційного розвитку має базуватися на логіці реалізації інноваційного продукту, а саме включати фінансове забезпечення освіти і науки (науково-дослідні роботи і програми), виробництва та продажу інноваційних продуктів, створення науково-технічних передумов для комплексного техніко-технологічного оновлення підприємств.

1. Сокирська І.Г. Діагностика фінансового забезпечення діяльності підприємства / І.Г. Сокирська // Фінанси України – 2003. – С. 89 – 93. 2. Аніловська Г.Я. Інтеграція України у світове господарство / Г.Я. Аніловська // Фінанси України. – 2003. – № 10. – С. 6-9. 3. Рассуждай Л.М. Напрямки фінансового забезпечення інноваційної діяльності промислових підприємств [Електронний ресурс] / Рассуждай Л.М.; Інститут економіки промисловості НАН України Донецького юридичного інституту Луганського державного університету МВС України – Текст. дані. – [Режим доступу]: vuzlib.org/articles/4775. – Назва з екрана. 4. Карлін М.І. Фінансова система України: навчальний посібник для студ. вузів / М.І. Карлін. - К. : Знання, 2007. - 324 с.

Мних О.Б., Гілета Ю.І., Гречин Б.Д.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПОШУК НОВИХ ТОЧОК ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ І ПОЖВАВЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ФІНАНСОВО-ПОЛІТИЧНОЇ КРИЗИ В УКРАЇНІ

Поглиблення кризи в Україні (політичної, соціальної, фінансової, екологічної) в умовах зростаючих зовнішніх загроз щодо національної безпеки країни вимагає активізації науково-пошукових досліджень для розроблення нової моделі інноваційного розвитку вітчизняної економіки та оцінки її ефективності в іншій системі координат функціонування українського бізнесу. Підприємці змушені змінювати маркетингову географію (переорієнтація з ринків Митного союзу – в країни ЄС і в Азію), коригувати умови колишніх угод між партнерами з РФ, вибирати нові закордонні ринки збуту, критично переоцінювати виробничі можливості задоволення потреб на конкурентних європейських ринках і враховувати нові шанси (чи загрози) на внутрішньому ринку після введення в дію з 1 квітня 2014р. Антикризового закону з більш жорсткими фінансовими обмеженнями для бізнесу.

Для міжнародних компаній створюються більш вигідні умови завдяки лібералізації експорту української продукції в країни ЄС [1], адже Європейська Рада 06.03.14р. задекларувала свою підтримку для стабілізації української економіки (пакет допомоги із бюджетом в 11 млрд. євро; так оцінено фінансові наслідки від зменшення або скасування митних зборів ЄС на товари, що походять з України). Однак преференції не є замінником ГВЗВТ (глибокої та всеохопної зони вільної торгівлі) та діятимуть для України лише обмежений період часу – до 1 листопада 2014 року. Чинні тарифи ЄС щодо промислових товарів, які експортуються з України, будуть негайно усунуті для 94,7% продукції. Відповідно, при умові повної готовності використання нових шансів на ринках ЄС українські експортери зможуть скористатися преференційним доступом до ринків ЄС (завдяки введеню сукупності торговельних положень, за оцінками експертів, щорічна економічна вигода для України становитиме близько 500 млн. євро).

Зміна напрямків і сили дії факторів політико-правового і технологічного середовища в Україні з неминучістю призведе і до зміни пріоритетів в інноваційній діяльності підприємств, пошуку нових точок економічного зростання, які в меншій мірі будуть пов’язані з матеріальними активами, адже на оновлення основного капіталу вітчизняного бізнесу потрібні значні капітальні інвестиційї і тривалий час на їх повне освоєння. У зв’язку з цим особливо важливу роль на початковому етапі інноваційного пожвавлення у виробничій сфері відіграватимуть такі бізнес-моделі, в основі яких – економія операційних витрат завдяки організаційно-управлінським інноваціям, прискоренню дифузії інновацій і постійного трансферту знань у виробництво. Вкрай важливо на вищих ешелонах влади критично осмислити негативні наслідки пасивності держави, як ринкового агента, у формуванні інноваційної економіки і визнати допущені стратегічні промахи у стимулюванні інноваційних процесів, в тому числі і в сфері екології. Зауважимо, що тривалий час в Україні штучно обмежувалася кількість виробників екологічно чистого палива, адже біоетанол могли виробляти лише державні заводи, а добавки на його основі – лише підприємства, які вибиралися КМ України.

В сучасних умовах поглиблення системної кризи менеджери повинні шукати адекватні системні ресурси для підсилення економічого потенціалу виробництва і суттєво звужувати простір дії застарілих неефективних моделей управління економікою [2], адже хвилі творчого руйнування, які були визначені австрійсько-американським економістом Шумпетером, розмивають державні кордони, особливо в умовах відкритих економік. Для прикладу, у Польщі, завдяки створенню сприятливих умов для розвитку малого і середнього бізнесу, протягом світової кризи не було рецесії, і вона вже стала найбільшим європейським споживачем продукції з України (2012р. – на $2 млрд.576, 2 млн.), обійшовши Італію. На польському ринку активно реалізується не тільки вітчизняний метал і руди, а й машини та обладнання. Серед інших країн виділяється Китай із зростанням українського імпорту за 10міс. 2012р. на 47,9%.

Здобуття стійких конкурентних переваг вітчизняними машинобудівними підприємствами у ринкових умовах багато в чому залежить від вміння та від здатності працювати не тільки у сфері «продукти-ринки», а й у сфері технології. Важливим є виявлення технологічних можливостей та розуміння менеджерами того, як ці можливості можуть принести успіх підприємству у короткостроковій та довгостроковій перспективах. Тому зміцнення конкурентних позицій машинобудівного виробництва

України з високим рівнем технологічної готовності продукції повинно бути в центрі економічної політики держави, а також при вирішенні проблем ресурсного забезпечення виробників – фінансового, кадрового, інформаційного, маркетингового, логістичного.

В сучасній економічній літературі все ширше використовується таке поняття як криза інновацій. Так, інтернет-підприємець П. Тіль, стверджував, що зусилля із боротьби з рецесією через вільну грошово-кредитну політику і гіперагресивні фінансові стимули лікують не те захворювання і, отже, потенційно є дуже шкідливими, а основний тиск на світову економіку викликаний не стільки довгостроковою столітньою кризою інновацій, скільки наслідками системної фінансової кризи [3]. Значна девальвація гривні весною 2014р. не тільки підірвала фундамент українського бізнесу, в якому в складі загальних витрат домінували зовнішні витрати на придбання імпортних матеріальних ресурсів, але й унеможливила впровадження моделі соціальної відповідальності бізнесу, зокрема, фармацевтичного, що поглибило соціальну кризу в Україні.

В Україні рівень фінансування у сфері інновацій складає менше 1% від ВВП і така модель «підтримки» інновацій не може бути прийнятною для креативної, "розумної" економіки. Оскільки в Україні основним джерелом фінансування інноваційного розвитку є державний бюджет, тому ключовою залишається роль держави у формуванні інноваційного середовища в країні і в стимулюванні інновацій в реальному секторі економіки, у трансформації маркетингових і логістичних ресурсів у стратегічні активи бізнесу. Як показує досвід концерну Сіменс, при формулюванні вимог і розробки концепції виробу домінують маркетингові служби, оскільки вони відповідальні за стратегію бізнесу і ринкову стратегію відділення. Крім того, велике значення має вирішення питання з комплектуючими безпосередньо в концепції розробки виробу, причому розглядається не тільки вибір шляхів придбання і постачальників, а й передусім можливості власної розробки комплектуючих. Зараз у провідних промислових країнах половина життєвого циклу продукту не перевищує трьох років. Це означає, що 50% загального обсягу продаж фірми, яка вперше вийшла на ринок, припадає на перші три роки. Скорочення життєвого циклу нової техніки призводить до різкого зниження цін на продукцію, яка вже реалізується деякий час на ринку, що спонукає виробників до швидкого оновлення своєї продукції

Будуючи систему факторів для аналізу інноваційної діяльності, потрібно враховувати:по-перше, тісний взаємозв’язок факторів, що характеризуються силою, з якою зміна одного фактора впливає на інші фактори інноваційного середовища; по-друге, складність переорієнтації бізнесу на нових замовників і ринки просування інновацій; по-третє, швидкість, різні темпи змін факторів середовища в сучасних умовах суттєвих змін в маркетинговій географії і зміни векторів логістичних потоків господарюючих суб’єктів під тиском політичної кризи в країні.

1.Європейська Комісія пропонує тимчасове зниження тарифів на український експорт до ЄС (12/03/2014) [Електронний ресурс].- Режим доступу: eeas.europa.eu/delegations/ ukraine/press_corner/all_news/news/2014/2014_03_12_01_uk.htm 2. Кузнєцов К. Криза руйнує інноваційний розвиток в Україні). [Електронний ресурс].- Режим доступу: / epravda.com.ua /publications/2009/05/20/193811/. Актуально на 20.05.09. 3. Фінансова криза чи криза інновацій? [Електронний ресурс].- Режим доступу: news.finance.ua/ua/~/2/0/all/2012/12/10/292758 / Актуально на 10.12.12.

Олексів І.Б., Шпакович І.Р.
Національний університет «Львівська політехніка»

МЕТОД ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВЕНЧУРНИХ ІНСТИТУТІВ СПІЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Розвиток національної економіки України в значній мірі залежить від залучення інвестиційних капіталів юридичних та фізичних осіб та їх використання у вигляді вкладів в інститути спільного інвестування (ІСІ). Серед діючих інвестфондів левову частку становлять венчурні фонди – "це найбільш ризиковий тип фондів, учасники якого здебільшого юридичні особи. Вони є тільки закритого типу та не диверсифіковані".

Масштаби та результати діяльності венчурних фондів в Україні мають значний розкид: розміри вартості чистих активів складають від 26 356,19 грн. (ЗНПВІФ «Сі. Пі. Джі. Кепітал») до 2 843,64 млн. грн. (ПВНЗІФ «Концепт»), а дохідність коливається від -70,18% (ПІФ "АВЕК Інвестмент" ЗНВ) до + 491.72% (ПВНЗІФ "ВІП Ріал Істейт"). Тому значний інтерес становить застосування методів статистичного аналізу для визначення залежності ефективності діяльності венчурних фондів від різноманітних параметрів та показників, з метою покращення результатів діяльності венчурних ІСІ шляхом визначення методів впливу на фонди, як на державному рівні так і безпосередньо в процесі його роботи. Разом з тим, економічна класифікація інвестфондів є необхідною, оскільки, дозволить сформувати різноманітні нормативні акти для кожної з груп підприємств.

Такий метод розроблено для венчурних інвестфондів, оскільки така група фондів є найбільш поширеною і найбільш ризиковою серед всіх видів ІСІ, діяльність яких здійснюється на території України. Для ефективного результату аналізу діяльності венчурних ІСІ доцільно чітко визначити послідовність етапів його реалізації. Слід зазначити, що така послідовність дозволить сформувати інструмент, який здатний оцінити рівень успішності венчурних фондів:

1. Вибір венчурних інвестиційних фондів, аналіз діяльності яких буде проводитись та показників, які характеризують та дозволяють оцінити успішність їх роботи, здатність до адаптування в умовах ринку та відображають рівень розвитку венчурних фондів.
2. Визначення методу аналізу статистичних даних: оскільки ціллю є формування методу економічної класифікації ІСІ в однорідні групи, враховуючи набір обраних показників, тому доцільно використати кластерний аналіз.
3. Визначення алгоритму застосування методу. Перший крок – ієрархічна класифікація, яка дозволяє визначити оптимальну кількість кластерів за заданою кількістю показників та венчурних ІСІ. Другий крок – кластеризація за методом k-середніх, що проводиться за результатами першого кроку і безпосередньо групує спостереження в певні однорідні групи за заданою кількістю кластерів, визначеною в процесі ієрархічної класифікації.
4. Реалізація аналізу за обраним методом. Застосування ієрархічного методу дозволило сформувати деревоподібну діаграму – ієрархічних графік та графік евклідових відстаней, які є взаємно підтверджувальними при визначенні числа кластерів. Проведено економічну класифікацію ІСІ в однорідні групи та встановлено середнє значення по показниках для кожної з них.
5. Економічна інтерпретація отриманих результатів. Визначивши кількість кластерів, які демонструють залежність ефективності діяльності венчурних фондів від різноманітних параметрів та показників, можна зробити висновки щодо результатів аналізу венчурних ІСІ та розробити рекомендації для оптимізації діяльності.

Запропонований метод економічної класифікації венчурних ІСІ дозволяє потенційним та вже діючим інвесторам вивчати діяльність інвестфондів, виявляти особливості, причини зниження або зростання дохідності кожної з груп підприємств та формувати рекомендації щодо підвищення ефективності інвестиційного процесу.

Партин Г.О.*, Євтух Л.Б. **
* Національний університет «Львівська політехніка»
** Львівський інститут банківської справи Університету банківської справи НБУ

НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ ФІНАНСУВАННЯ

В умовах євроінтеграційних процесів подальше економічне зростання не можливе без інновацій. Суб'єкти господарювання різних організаційно-правових форм та видів економічної діяльності здійснюють пошук резервів ефективного використання обмежених фінансових ресурсів та збільшення прибутку, що можна здійснити шляхом інноваційного розвитку підприємств. Тому питання визначення напрямів інноваційного розвитку підприємств та їх фінансування залишаються актуальними, що зумовило обрання даної теми дослідження і визначило мету – розкрити перспективні напрями інноваційного розвитку підприємств та засоби їх фінансування.

Інноваційний розвиток підприємства розглядають як «процес спрямованої закономірної зміни стану підприємства, що залежить від інноваційного потенціалу цього підприємства та джерелом якого є інновації, що створюють якісно нові можливості для подальшої діяльності підприємства на ринку шляхом реалізації уміння знаходити нові рішення, ідеї та у результаті винаходів» [1]. Окремі фахівці [2] вважають, що інноваційний напрям розвитку підприємств передбачає використання принципово нових прогресивних технологій або удосконалення існуючих, перехід до випуску високотехнологічної продукції, інтелектуалізації виробничої діяльності тощо.

Державна служба статистики України здійснює спостереження зі статистики інноваційної діяльності. У відповідності до розробленої методики [3] розрізняють такі види інноваційної діяльності: здійснення внутрішніх науково-дослідних розробок; придбання зовнішніх науково-дослідних розробок; придбання науково-дослідних розробок, виконаних іншими підприємствами; придбання машин, обладнання та програмного забезпечення; придбання зовнішніх знань; навчальна підготовка для інноваційної діяльності; ринкове впровадження інновацій; розробка дизайну; інші види інноваційної діяльності. При цьому під інноваційною діяльністю розглядають усі наукові, технологічні, організаційні, фінансові й комерційні дії, що призводять до здійснення інновацій або задумані з цією метою. За даними статистичної звітності, у 2013 р. підприємства зменшили витрати на технологічні інновації до 9,6 млрд.грн. (11,5 млрд.грн. у 2012 р.). І надалі на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення витрачається найбільше (58% обсягу витрат за напрямами інноваційної діяльності), на внутрішні та зовнішні науково-дослідні розробки було затрачено 17,1%; 0,9% витрачено на придбання інших зовнішніх знань (придбання нових технологій) [4].

У 2013 р. інноваційною діяльністю у промисловості займалися 16,8% підприємств (2012 р. – 17,4%). Найбільша частка інноваційно активних підприємств функціонувало у Запорізькій (28,8%), Миколаївській (24,9%), Харківській (23,2%), Херсонській (23,6%) областях та у м. Києві (25,6%). Попри те, найвища частка реалізованої інноваційної продукції була в Закарпатській та Сумській областях (15,5% та 10,4% відповідно). У цілому, по Україні лише 3,3% реалізованої продукції у 2013 р. можна назвати інноваційною [4]. За необхідності розробляти і впроваджувати інноваційну продукцію активізувати цей процес можливо шляхом пошуку відповідних фінансових ресурсів.

Звичайно, в умовах ринкових відносин основним джерелом фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств виступають власні кошти – 72,9% загального обсягу витрат у 2013 р. (63,9% у 2012 р.). Фінансова підтримка держави у 2013 р. була незначною 1,9% (2,2% – 2012 р.), кошти вітчизняних та іноземних інвесторів – 1,3% і 13,1% відповідно (1,3% і 8,7%); частка кредитів скоротилася і склала 6,6% (21,0% у 2012 р) загального обсягу витрат [4].

Зазначене вказує на необхідність впровадження на загальнодержавному рівні додаткових стимулів сприяння інноваційному розвитку підприємств. Зокрема, більш активну роботу повинні проводити державні структури, діяльність яких пов'язана із впровадженням інновацій. Це, зокрема Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, Міністерство аграрної політики та продовольства України, Міністерство промислової політики України, Міністерство інфраструктури України, а також Державне агентство з інвестицій та управління національними проектами України, Державне агентство екологічних інвестицій України, Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України та ін.

Зазначені органи виконавчої влади мають низку повноважень, пов'язаних із сприянням впровадження інвестиційних проектів інноваційного характеру, у тому числі шляхом державно-приватного партнерства. Так, Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України готує і подає Міністру освіти і науки, молоді та спорту України пропозиції щодо проектів державних цільових програм (ДЦП), науково-технічних та інноваційних програм і визначає обсяг коштів державного бюджету для їх фінансування; обґрунтовує утворення спеціалізованих державних інноваційних фінансово-кредитних установ для фінансової підтримки інноваційних програм і проектів; проводить аналіз результативності наукової, науково-технічної, інноваційної діяльності; організовує та проводить конкурс наукових і науково-технічних проектів, спрямованих на реалізацію завдань ДЦП за пріоритетними напрямами розвитку науки і техніки [5] та ін. Державне агентство з інвестицій та управління національними проектами України забезпечує реалізацію державної політики у сфері інвестиційної діяльності та управління національними проектами (стратегічно важливими проектами, що забезпечують технологічне оновлення та розвиток базових галузей реального сектору економіки України); сприяє залученню вітчизняних та іноземних інвестицій в економіку України; формує і подає Міністерству фінансів України пропозиції щодо реалізації ДЦП, які передбачається виконати у відповідному році з використанням бюджетних коштів; здійснює контроль за додержанням вимог законодавства з питань підготовки і реалізації національних та інвестиційних проектів; координує діяльність центральних і місцевих органів виконавчої влади, державних підприємств, установ та організацій щодо реалізації та впровадження національних проектів; розробляє пропозиції та здійснює підготовку інвестиційних проектів розвитку; виступає замовником розроблення попередніх техніко-економічних обґрунтувань і техніко-економічних обґрунтувань національних проектів [6] та ін. Проте такі повноваження можуть забезпечити інноваційне піднесення підприємств в Україні лише за умови прозорої діяльності зазначених органів виконавчої влади.

Отже, інноваційний розвиток підприємств пов'язаний як з його виробничою діяльністю, так і зі збутом, фінансовим забезпеченням, управлінською діяльністю. Впровадження інновацій на підприємствах повинно здійснюватись за усіма напрямами, зокрема необхідні як нові технологічні рішення, так і інноваційні зрушення в управлінні персоналом, пошук нових підходів до активізації трудових колективів, розширення шляхів збуту продукції що матиме подальший вплив на фінансові показники діяльності підприємства. Тільки спільні зусилля керівників підприємств та інвесторів за підтримки державних органів влади будуть давати позитивні результати і сприятимуть інноваційному розвитку підприємств.

1. Найдюк В.С. Сутність та передумови інноваційного розвитку підприємств // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – №3. – С. 251–263. 2. Гук З. Б. Фактори і напрями інноваційного розвитку підприємств / З. Б. Гук, Т. В. Лебідь, В. Ю. Самуляк // Проблеми економіки та управління : [збірник наукових праць] / відповідальний редактор Й. М. Петрович. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2010. – С. 223–228. – (Вісник / Національний університет «Львівська політехніка»; № 683). [Електронний ресурс] – Режим доступу: ena.lp.edu.ua:8080/handle /ntb/20293. 3. Методологічні положення зі статистики інноваційної діяльності. Затверджено Наказ №3 Державної служби статистики України від 10.01.2013р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: ukrstat.gov.ua. 4. Інноваційна діяльність промислових підприємств у 2013 році. Експрес-випуск. 14.04.2014 № 131/0/05.3вн-14. – Державна служба статистики України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: ukrstat.gov.ua/. 5. Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: dknii.gov.ua/. 6. Державне агентство з інвестицій та управління національними проектами України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: ukrproject.gov.ua/.

Просович О.П., Бобрик А.В.
Національний університет "Львівська політехніка"

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ

Ринкова економіка формує жорсткі умови функціонування та розвитку малих і середніх підприємств. Тому, для підтримки відповідного рівня конкурентоспроможності на ринку, підприємства постійно вдосконалюють та розвивають інноваційну складову своєї діяльності, яка неможлива без постійного фінансового забезпечення. Питання аналізу сутності, складових фінансового забезпечення інноваційної діяльності розглядали такі вчені, як І.В. Федулова, О.І. Москаль [1], І.Г. Сокирська [2], О.М. Колодізєв [3], Г.В. Возняк, А.Я. Кузнєцова [4], В.В. Зимовець [5].

В економічній літературі існує безліч визначень поняття фінансове забезпечення інноваційного розвитку. Колодізєв О.М. під фінансовим забезпеченням інноваційного розвитку розуміє сукупність економічних відносин, що виникають з приводу пошуку, залучення і ефективного використання фінансових ресурсів, а також організаційно-управлінських принципів, методів і форм впливу цих ресурсів на інноваційний розвиток національної економіки [3, с.231].

Проте найбільш поширеним є визначення фінансового забезпечення інноваційної діяльності як комплексу методів та важелів впливу на інноваційну діяльність, що реалізується в різних формах через відповідну систему фінансування [4, с.22]. Ми вважаємо, що основними завданнями фінансового забезпечення інноваційної діяльності є:

- прийняття рішень щодо визначення джерел ресурсів фінансування інноваційної діяльності;
- залучення необхідного обсягу фінансових ресурсів для реалізації нововведень на підприємстві.

Основною проблемою ефективного ведення інноваційної діяльності підприємства є недостатній обсяг фінансового забезпечення. Разом з тим, належний рівень фінансування інноваційної діяльності є чинником соціально-економічного зростання як окремих підприємств, так і усієї країни, оскільки ефективне фінансове забезпечення інноваційної діяльності сприяє вирішенню економічних, соціальних, екологічних й інших проблем розвитку всього суспільства загалом.

Фінансове забезпечення малого і середнього бізнесу може здійснюватися у таких формах:

- самофінансування (власні кошти);
- кредитування;
- зовнішнє фінансування.

До власних джерел фінансування відносять: нерозподілений прибуток, статутний капітал, кошти від емісії цінних паперів. Беручи до уваги те, що джерелом власних коштів, які спрямовуються на інноваційну діяльність є прибуток, а деякі підприємства в певні проміжки часу працюють зі збитками, то одразу стає зрозумілим чому такою низькою є їх рівень інноваційної активності. Ті ж підприємства, що отримують прибуток, не поспішають вкладати його в інновації тому, що інноваційна діяльність має високий рівень невизначеності. Адже, дуже важко передбачати, яке нововведення буде мати успіх на ринку, а яке не буде користатися попитом.

При недостатній кількості власних ресурсів, вирішення проблеми інноваційного розвитку підприємства стає можливе за допомогою кредитування: банківські кредити, лізинг, а також зовнішнього фінансування: державне фінансування, іноземні інвестиції, венчурне фінансування.

На нашу думку, швидкий інноваційний розвиток вітчизняних підприємств можливий за допомогою іноземних інвестицій. Проте, впродовж останніх років частка іноземних інвестицій у фінансуванні інноваційної діяльності значно зменшилася. Особливо такі зміни помітні протягом 2011-2013 рр. Ми вважаємо, що таке погіршення пов’язане насамперед з політичною нестабільністю нашої країни, негативним інвестиційним кліматом та недосконалістю законодавчої бази, що безпосередньо впливає на зменшення реалізації інноваційних розробок підприємствами.

Дуже важливим для підтримки інноваційної діяльності є венчурне фінансування, яке в Україні не отримало належного розвитку. Венчурний капітал вітчизняного походження майже відсутній, а венчурні фонди зарубіжного капіталу не зацікавлені у розвитку конкурентоспроможних малих підприємств і свої інвестиції спрямовують на великі підприємства енергетичної, машинобудівної промисловості, а не у

сферу малого та середнього бізнесу. Це пояснюється тим, що малий бізнес не приноситиме одразу великих прибутків та є менш надійним, а ніж великі підприємства. Що ж до державного фінансування, яке відбувається шляхом застосування методів прямої фінансової підтримки і містить: цільове безповоротне фінансування; державне замовлення; державне кредитування; державне гарантування та методи непрямого стимулювання інноваційної активності, до яких відповідно входять: податкова; кредитна; митна; амортизаційна політики [6]. Держава має значний пріоритет в інвестуванні інноваційної діяльності, тому що забезпечує фінансування інновацій з державного бюджету. Саме державні пільги забезпечили успіх інноваційної діяльності таких країн як США, Японія, Німеччина.

Варто зазначити й те, що для збільшення обсягів фінансування інноваційної діяльності вітчизняні підприємці повинні опиратися на закордонний досвід, тобто використовувати такі джерела фінансування, які зарекомендували себе в розвинутих країнах і практично не використовуються в нашій країні. На нашу думку, це може бути:

1) Створення спеціалізованих елементів фінансової інноваційної інфраструктури – венчурних фондів, а це в свою чергу потребує формування сприятливого середовища для їх розвитку:

- ✓ створення спеціальних умов оподаткування;
- ✓ упровадження системи гарантій фінансових ризиків.

2) Залучення іноземних інвестицій як прямих так і портфельних, для чого потрібно:

- ✓ створити сприятливий інвестиційний клімат: підтримка політичної та макроекономічної стабільності;
- ✓ прозора нормативно-законодавча база.

Проте, щоб уникнути деградації національної інноваційної системи України, держава повинна контролювати рівень іноземного фінансування інновацій та стимулювати інноваційний розвиток малого та середнього бізнесу.

Отже, підсумовуючи вище сказане, ми вважаємо, що з метою максимізації прибутку та забезпечення оптимального співвідношення росту капіталу слід застосовувати різні форми фінансового забезпечення одночасно, оскільки комплексне фінансування допоможе пришвидшити комерціалізацію інноваційного проекту. І це як наслідок збільшить обсяги фінансування інноваційної діяльності малого та середнього бізнесу в Україні.

1. Москаль О.І. Фінансове забезпечення розвитку агропромислового виробництва регіону: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук : спец. 08.04.01 "Фінанси, грошовий обіг та кредит"/ О.І. Москаль.−Київ., 2001. – 16 с. 2. Сокирська І.Г. Діагностика фінансового забезпечення діяльності підприємства / І.Г. Сокирська // Фінанси України. – 2003. – № 1. – с. 89–93. 3. Колодізєв О.М. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку національної економіки: дис. доктора економ. Наук: 08. 00. 08 / Колодізєв Олег Миколайович – К., 2011. – 508 с. 4. Возняк Г.В. Інноваційна діяльність промислових підприємств та способи її фінансування в Україні: монографія / Г.В. Возняк, А.Я. Кузнєцова. – К. : УБС НБУ, 2007. – 183 с. 5. Зимовець В.В. Акумуляція фінансових ресурсів та економічний розвиток: монографія / Відпов. ред. д.е.н., проф. В.І. Кононенко. – К.: Ін-т економіки НАНУ, 2003. – 314 с. 6. Зінько Н.Я. Удосконалення банківського та небанківського фінансування інноваційної діяльності в Україні : дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. Наук : 08.00.08 / Н.Я. Зінько. – Л.,2007. – 198 с.

Псюк Р.М.
Національний університет "Львівська політехніка"

ДЕТЕРМІНАНТИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах вітчизняні суб'єкти господарювання усвідомлюють обмеженість внутрішніх ринків збуту продукції і необхідність виходу на зовнішні ринки. Разом з тим, вихід на зовнішні ринки вимагає вирішення нових завдань, зокрема збору необхідної інформації, вивчення і врахування специфіки зарубіжного законодавства, обґрунтування доцільності зовнішньоекономічної діяльності. У зв'язку із цим важливо після здійснення тої чи іншої зовнішньоекономічної операції розрахувати її ефективність. Ця аналітична робота має значення для інформування підприємця, менеджера про пріоритети зовнішньоекономічної операції, рівень її ефективності та вплив на ефективність підприємства загалом.

Під ефективністю зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві слід розглядати результати виконання зовнішньоекономічних видів діяльності, які базуються на отриманні такого обсягу доходу, який забезпечує прибуток, що значно перевищує витрати на його досягнення. Окрім кількісного критерію визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства необхідно враховувати якісний критерій, який можемо оцінювати за рівнем виконання поставлених завдань, рівнем конкурентоспроможності продукції та послуг, що експортуються.

Оцінюючи ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства необхідно досліджувати різні напрями та шляхи її досягнення. Тут необхідно враховувати способи досягнення ефективності управління підприємством загалом. Найкраще це робити із використанням організаційного, економічного, соціально-психологічного критеріїв ефективності управління підприємством.

Організаційну ефективність зовнішньоекономічної діяльності можна оцінити за результатами організації даного виду діяльності на підприємстві. До уваги слід брати розподіл повноважень між працівниками підрозділу, що задіяні в сфері зовнішньоекономічної діяльності, відсутність дублювання функцій працівниками базового підрозділу та підрозділів, що його обслуговують, швидкість прийняття рішень, швидкість реагування на запити, скеровані у підрозділ, що пов'язані із виконанням зовнішньоекономічних операцій.

Економічна ефективність зовнішньоекономічної діяльності передбачає техніко-економічне обґрунтування зовнішньоекономічних операцій. До основних детермінант економічної ефективності зовнішньоекономічних операцій слід віднести обсяги експорту і імпорту, які забезпечують прибуток, вибір валюти ціни, валюти платежів та інших валютно-фінансових умов виконання зовнішньоекономічних контрактів. Розрахунок економічної ефективності проводиться шляхом зіставлення досягнутого економічного результату (ефекту) з витратами ресурсів на отримання цього ефекту. Під результатами розуміють вартісне оцінювання отриманого прибутку. Під витратами розуміють вартісне оцінювання виробничих ресурсів, які залучені у сферу зовнішньоекономічної діяльності: вартість сировини, матеріалів, енергії, трудових ресурсів, послуг сторонніх організацій, обов'язкові відрахування в різноманітні державні фонди та інші витрати, без яких зовнішньоекономічний контракт не може бути виконаним.

Відносним показником, що характеризує результат експортної діяльності підприємства є показник валютної ефективності експорту, який показує розмір валютної виручки на 1 грн. витрат:

$$Еф_{екс.} = \frac{\sum_{i=1}^{m} Ц_{екс i.} \times Q_{екс i}}{\sum_{i=1}^{m} B_E}, \quad (1)$$

де $Еф_{екс.}$ – валютна ефективність експорту, вал.од.; $Ц_{екс.i.}$ – валютна ціна одиниці і-го експортного товару (послуги), вал.од./од.; $Q_{екс i}$ – обсяг експорту і-го товару (послуги) натур.од.; $B_{екс.}$ – витрати на виробництво та реалізацію одиниці і-го товару (послуги), грн./од.; m – кількість видів товарів, що експортуються.

При оцінюванні експортної операції порівнюють розрахований показник з певною базою, якою при

експорті виступає непрямий валютний курс (валют.од./грн.). Якщо показник валютної ефективності експорту є більшим непрямого валютного курсу, здійснювати експорт вигідно. Оскільки альтернативою експорту може бути купівля іноземної валюти, то таке порівняне дозволить визначити, що для підприємства буде вигідніше – отримання валютної виручки від експорту чи купівля іноземної валюти.

Відносним показником, що характеризує результат імпортних операцій підприємства є показник валютної ефективності імпорту :

$$Еф_{імп.} = \frac{\sum_{i=1}^{m} Ц_{імп.i} \times Q_{імп\,i}}{\sum_{i=1}^{m} B_{імп}}, \quad (2)$$

де $Еф_{імп.}$ – валютна ефективність експорту, грн./вал.од.; $Ц_{імп.i}$ – ринкова ціна одиниці і-го товару, що імпортується, грн.; $Q_{імп\,i}$ – обсяг імпорту і-го товару (послуги) натур.од.; $B_{екс.}$ – витрати, пов'язані з імпортом одиниці і-го товару (послуги), вал.од.; m – кількість видів товарів, що імпортуються.

У даному випадку показник валютної ефективності імпорту порівнюють з прямим валютним курсом (грн./вал.од.). Якщо розрахований показник є більшим прямого валютного курсу, здійснювати імпорт вигідно. Необхідно враховувати, що у діяльності промислових підприємств імпорт продукції може здійснюватись як з метою її реалізації на внутрішньому ринку, так і для подальшого використання у виробництві. У другому випадку валютна ефективність імпорту вказує на економію від імпорту порівняно із ринковими цінами на національному ринку.

Інтегральний показник ефективності ЗЕД у випадку, якщо суб'єкт займається експортом і імпортом одночасно можна розрахувати за формулою:

$$E_{e-i} = \sum_{i=1}^{n} E_e + \sum_{j=1}^{m} E_i, \quad (3)$$

де $\sum_{i=1}^{n} E_e$ – сума ефектів за всіма експортними контрактами, здійсненими за відповідний період часу, грн.; $\sum_{j=1}^{m} E_i$ – сума ефектів за всіма імпортними контрактами, здійсненими за відповідний період часу, грн.

Таким чином, економічна ефективність зовнішньоекономічної діяльності у значній мірі залежить від обсягу здійснення зовнішньоекономічних операцій та курсу валют.

В сучасних умовах набуває вагомості соціально-психологічна ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Вона загалом характеризує культуру підприємства, що має вагомий сплив на формування його іміджу, лояльність споживачів.

Отже, досліджуючи ефективність зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств доцільно враховувати не тільки економічні детермінанти, а також звертати увагу на організаційний аспект та соціально-психологічний чинник.

Склярук Т.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

РОЛЬ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ У ФІНАНСОВІЙ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ УЧАСНИКАМИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ

Інноваційний процес спрямований на створення необхідного ринку продуктів, технологій або послуг і здійснюється в тісній єдності із середовищем: його спрямованість, темпи, мета залежать від соціально-економічного середовища, в якому він функціонує й розвивається. [2, с. 18–19]. Оскільки, інноваційний процес, охоплює перетворення наукового знання в інновацію, що задовольняє нові суспільні потреби та послідовний ланцюг дій, що охоплює всі стадії створення новизни і її практичного використання. Тому під час інноваційного процесу не лише створюються очікувані інноваційні продукти, а й можуть виникати супроводжувальні інновації, які є побічним результатом інноваційної діяльності на певному її етапі.

Важливим елементом вивчення даного питання постає розгляд трансакційних витрат, їх виникнення та роль у фінансовій взаємодії між учасниками інноваційного процесу. Оскільки, будь-яка інноваційна діяльність безпосередньо пов’язана із витратами в тому числі і трансакційними.

Під трансакційними витратами (ТВ) розуміємо витрати фінансових ресурсів підприємства на його контрактні відносини із зовнішнім оточенням: податковою адміністрацією та іншими державними інституціями, клієнтською базою, постачальниками, партнерами та на внутрішні комунікації із урахуванням фактора часу.

Аналізуючи інноваційний процес, бачимо що, це складний «механізм», який складається з таких етапів: фундаментальні дослідження (тобто концепції і теорії, які розробляються в академічних інститутах, вищих навчальних закладах, галузевих спеціалізованих інститутах і лабораторіях), дослідження прикладного характеру (тобто вирішення спеціальних проблем, оцінка можливостей), дослідно-конструкторські і експериментальні розробки (тобто розробки, що проводяться як у спеціальних лабораторіях, конструкторських бюро, дослідних виробництвах, так і в науково-виробничих підрозділах великих промислових підприємств), процес комерціалізації (тобто вихід з одержаним нововведенням на ринок для впровадження його у виробництво і є основною метою інноваційної діяльності).

Досліджуючи роль трансакційних витрат у фінансовій взаємодії між учасниками інноваційного процесу, слід також розглянути чинники, які безпосередньо впливають на формування трансакційних витрат. Серед чинників виділено такі групи: економіко-технологічні (контрактна природа; конкурентоспроможність суб’єкта господарювання, еластичність попиту на товар, етап життєвого циклу товару; перешкоди, що виникають при досягненні поставлених цілей тощо); соціально-правові (провадження діяльності в рамках закону; відхилення від легальних санкцій; відхилення від податків і нарахувань на заробітну плату; невідповідний кваліфікаційний рівень працівників; недостатній ступінь оснащеності управлінської праці; висока плинність кадрів серед працівників апарату у правління тощо); організаційні фактори (нечітко визначена мета і завдання; чисельність працівників для реалізації кожної управлінської функції тощо).

Саме на основі вивчення питань щодо формування трансакційних витрат можна успішно вирішувати питання підвищення ефективності фінансової взаємодії між учасниками інноваційного процесу.

1. Йохна М.А., Стадник В.В.. Навчальний посібник: Економіка і організація інноваційної діяльності // К. видавничий центр «Академія» - 2005 р. с. 400 2. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. - Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15 3. Нежиборець В. Інноваційна інфраструктура: проблеми, перспективи, рішення. Журнал «Теорія і практика інтелектуальної власності» № 5’2007. – С. 60-69.

Чухрай Н.І., Матвій С.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Ефективний та стабільний розвиток економіки країни великою мірою залежить від підвищення активності інноваційної діяльності вітчизняних підприємств, зокрема від масштабів впровадження новітньої техніки та технологій. Але водночас суб'єкти господарювання стикаються з такою серйозною перешкодою як хронічний дефіцит інвестиційних ресурсів.

Інвестиційне забезпечення інновацій підприємства можна розглядати як процес реалізації заходів щодо створення сукупності організаційно-економічних умов для здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності, формування та використання інвестиційних ресурсів та оцінювання рівня інвестиційного забезпечення з метою обґрунтування доцільності реалізації того або іншого рішення щодо впровадження інновацій [1]. В наш час інноваційна діяльність підприємства є своєрідним способом адаптації, який дає можливість динамічно приводити у відповідність внутрішні і зовнішні можливості розвитку, які генеруються міжнародним ринковим середовищем. В свою чергу, активізація інноваційної діяльності дозволить забезпечити на підприємстві технологічні зміни, покращити конкурентоспроможність продукції та зробити можливим вихід з виготовлюваною продукцією на міжнародний ринок.

Вітчизняні науковці в своїх дослідженнях обґрунтовують тезу про те, що за сучасного стану економіки більшість інвестицій мають бути інноваційно зорієнтованими - лише в такому разі національна економічна система в майбутньому зможе посісти гідне місце у світі. За розрахунками, в розвинених країнах приблизно 60 - 75 % інвестицій є інноваційно зорієнтованими, тобто такими, що несуть ефективні рішення щодо впровадження та комерціалізації інновацій. В Україні ці показники перебувають на рівні 10-15 % [2].

Щодо джерел фінансування інноваційної діяльності з табл. 1 видно, що протягом 2007-2012 рр. переважає фінансування за рахунок власних коштів підприємств (у 2012 р. це 7335,9 млн. грн., тобто 63,9 % від загальних витрат). Витрати за рахунок коштів державного бюджету зросли на 75,1 млн. грн. порівняно з 2011 р., проте їх частка у загальному розподілі все таки залишається досить низькою і становить 1,95 %. За досліджуваний період більш ніж втричі зросло фінансування за рахунок іноземних інвесторів (у 2012 р. 994,8 млн. грн. – 8,67 % від загальних витрат). Інші джерела у 2012 р. становлять 25,48 % загальної суми.

Таблиця 1

Джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні 2007 – 2012 рр.

Роки	Загальна сума витрат, млн. грн.	У тому числі за рахунок коштів							
		власних коштів		державного бюджету		іноземних інвесторів		інших джерел	
		млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%
2007	10850,9	7999,6	73,72	144,8	1,33	321,8	2,97	2384,7	21,98
2008	11994,2	7264	60,56	336,9	2,81	115,4	0,96	4277,9	35,67
2009	7949,9	5169,4	65,02	127	1,6	1512,9	19,03	1140,6	14,35
2010	8045,5	4775,2	59,35	87	1,08	2411,4	29,97	771,9	9,6
2011	14333,9	7585,6	52,92	149,2	1,04	56,9	0,4	6542,2	45,64
2012	11480,6	7335,9	63,9	224,3	1,95	994,8	8,67	2925,6	25,48

Джерело: розраховано на основі [3]

Інноваційні процеси в Україні характеризуються недостатнім обсягом інвестицій, значною різницею між інвестиційними вкладеннями та інвестиційними потребами, обмеженими можливостями фінансування інновацій з різних джерел. Це обумовлюється недосконалою законодавчою базою, високим податковим тиском, нерозвиненим фондовим ринком та фінансово-кредитною системою, неефективним використанням амортизаційних відрахувань і нерозподіленого прибутку [1].

Головною причиною низької активності підприємств щодо інвестування інноваційної діяльності є відсутність мотивацій здійснення довгострокових капіталовкладень, оскільки інвестори надають перевагу низькоризиковим та короткостроковим вкладенням. Тож завданням держави є створення ефективної й

адекватної вимогам сьогодення системи підтримки інвесторів, які вкладають кошти в інноваційний розвиток. Така підтримка має давати змогу прибутково здійснювати високопродуктивну інноваційну діяльність принаймні у пріоритетних сферах економіки.

З метою підвищення зацікавленості підприємств до інвестування інноваційної діяльності доцільно застосовувати механізми та інструменти державного регулювання, у тому числі на основі моделей державно-приватного партнерства в інвестиційній сфері, що адаптовані та впроваджені у країнах ЄС. Такі механізми передбачають насамперед, застосування переважно фіскальних важелів:

1) Пряме бюджетне фінансування конкретних інноваційних проектів у чітко визначених пріоритетних сферах економіки, які «…спрямовуються передусім на підтримку високотехнологічного експорту й розширення внутрішнього попиту на інноваційну продукцію вітчизняного виробництва…» [4].

2) Непряме державне фінансування розвитку найперспективніших видів діяльності (удосконалення механізму надання податкових пільг, зниження податкового тягаря для системних інвесторів тощо), зокрема, у сфері машинобудування (наприклад, виробництво медичної техніки, потенціал якої вимірюється майже 5 млрд. грн., проте ці можливості на сьогоднішній день не використовуються й на 10%), розвиток аграрного сектору, який зміг би вивести Україну на позицію провідного у світі постачальника сільгосппродукції, продуктів харчування на міжнародні ринки; створення об'єктів поводження з відходами (побутовими, промисловими та відходами, які утворилися в результаті добування та перероблення корисних копалин і виробництва електричної та теплової енергії); енергозбереження (Україна має великий потенціал для поліпшень, як з точки зору високої енерговитратності економіки, так і високої вартості енергоресурсів на світовому ринку); логістичної інфраструктури.

Окрім фіскально-адміністративних методів стимулювання інноваційної діяльності важливо активізувати ринкові важелі впливу на інноваційну діяльність. Для цього необхідно:

1) удосконалити нормативні та ринкові механізми (приведення вітчизняного законодавства у відповідність з нормами та стандартами ЄС та укладення Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, створення комплексної системи просування товарів вітчизняного виробництва на зовнішній ринок);

2) стимулювати розвиток конкурентного середовища і прозорості ринку шляхом стимулювання розвитку малого і середнього бізнесу та інноваційного підприємництва;

3) створити в Україні привабливе інноваційне середовище.

Зазначимо, що зміна влади різко підвищила інвестиційну привабливість України. Так, за даними аналізу Європейської бізнес асоціації (ЄБА), після мінімуму за всю історію вивчення індексу інвестиційної привабливості України в четвертому кварталі 2013 р. (коли він впав до 1,81 з п'яти можливих), за результатами першого кварталу 2014 р., індекс збільшився до 2,72 – максимуму після 2011 р. Саме проведення структурних реформ в Україні може сприяти зростанню економіки країни, оскільки «…дасть сигнал інвесторам про зусилля влади щодо створення сприятливого ділового клімату», – вважає віце-президент Світового банку в регіоні Європи та Центральної Азії Лаура Так [4]. Проте, щоб спрямувати ці інвестиції саме на інновації потрібно забезпечити правовий захист результатів інноваційної діяльності, спрощення адміністративних процедур, чітку регламентацію комерціалізації інновацій і технологій.

1. Борода Д.Р. Інвестиційне забезпечення інноваційної діяльності сучасного підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: rusnauka.com/15_NPN_2013/Economics/2_138491.doc.htm/. 2. Григоровська Р.В. Проблемні аспекти інноваційної діяльності в Україні як гальмуючий чинник економічного розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: tev-hnu.com/load/studentska_naukovo_praktichna_konferencija_2013/2_innovacijno_investicijnij_rozvitok_ukrajini_ta_jiji_integracija_u_svitovij_ekonomichnij_prostir/problemni_aspekti_innovacijnoji_dijalnosti_v_ukrajini_jak_galmujuchij_chinnik_ekonomichnogo_rozvitku/44-1-0-287/. 3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:ukrstat.gov.ua/ 4. Інвестиційне забезпечення інноваційного й технологічного розвитку промислових підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: spkneu.org/wp-content/uploads/2013/08/2.6-zaharin-147-159.pdf/. 5. Інвест-газета /[Електронний ресурс]. – Режим доступу:privatbank.ua/ua/news/

Ясинська Н.А.
Донецький державний університет управління

ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ: СИНТЕЗ ДЕРЖАВНОГО ТА ПРИВАТНОГО ФІНАНСУВАННЯ В УКРАЇНІ

Із розвитком фінансової системи як за кількістю учасників в різних формах прояву їх економічної активності, так і за варіативністю інструментів фінансового ринку, питання виконання чинних норм економічної поведінки за зростаючої конкуренції набувають кожного фінансового року все більшої актуальності. Кризові процеси доводять неефективність державного та ринкового регулювання, в особливості процесів інноваційного розвитку. Для подальшої еволюції економіки процес регулювання є недостатнім. Останні кризи, зокрема економічні й фінансові, дозволили виявити такі напрямки нарощування ризиків, які стримують інноваційні процеси:

надмірний оптимізм глобального економічного зростання та низьких відсоткових ставок;

інтенсифікація глобалізаційних процесів;

посилення дії ризиків, взаємозв'язків та взаємовпливів між фінансовими інститутами;

велика кількість саме фінансових інновацій на фінансовому ринку, збільшення яких веде до зростання ризиків;

проциклічність фінансової системи, що породжує значні коливання фінансової активності суб'єктів ринку [2, 3, 7].

Розв'язком проблеми фінансування інновацій в Україні є поєднання державного і приватного фінансування (табл. 1).

Таблиця 1

Національні можливості інноваційного розвитку економіки України [1, 4-6, 8-9, власні обрахунки]

Рік	ННІ[1] (max=10000)	Номінальні доходи населення відносно ВВП	Валютні резерви відносно ВВП	Глобальний індекс інновацій (max=100)	Індекс розвитку людського потенціалу (max=1)	Індекс глобальної конкуренто-спроможності (max=5,67)	Індекс фінансового розвитку (max=7)
2012	5736	0,103	0,139	36,100	0,740	4,140	2,560
2011	5994	0,096	0,192	35,010	0,737	4	2,620
2010	5714	0,102	0,253	30,600	0,733	3,900	2,750
2009	5590	0,098	0,226	27,700	0,796	3,950	2,710
2008	5844	0,089	0,176		Н/о	4,090	2,730
2007	5978	0,086	0,228	-	0,732	3,980	-
2006	5988	0,087	0,207	-	0,786	3,890	-
2005	6124	0,086	0,225	-	0,718	3,300	-
2004	6110	0,079	0,149	-	Н/о	3,270	-
2003	6136	0,081	0,139	-	0,673	-	-

Дані таблиці дають підстави стверджувати, що саме у не фінансових корпорацій та фізичних осіб є найкращі можливості для фінансування інноваційного розвитку. Тим не менш «правило інноваційної воронки» передбачає пріоритетність комерційного фінансування на початковому етапі розвитку одиниці інновації («ангели-інвестори», приватні інвестори і т.д.) та державного – за набуття нею масовості та прибутковості. Але все це не матиме сенсу у разі відсутності додаткового продукту, який

[1] Індекс Герфіндаля-Хіршмана обраховано на основі даних рахунків інституційних секторів економіки України за відповідні роки

формуватиметься за результатами інтелектуальної та фізичної праці. Якісні та кількісні показники праці є важливими соціальними індикаторами розвитку економіки будь-якої країни і мають фінансове підґрунтя успішної реалізації. Втім щорічні програми і плани розвитку не сприяють розв'язанню, а тільки поглиблюють проблеми продуктивності праці. Це пов'язано з тим, що додатковий продукт, навіть в економіці знань, продовжує визначатися кількістю прикладеної праці. Однак сучасна диверсифікація праці не завжди веде до виникнення додаткового продукту як результату продажу нового товару чи послуги, все частіше вона пов'язана з перерозподілом цього продукту. Відповідно вже недостатньо говорити про регулювання інноваційного розвитку – доцільно активно і швидко впроваджувати пруденційність. Сучасне розуміння пруденційного нагляду передбачає не тільки обов'язкове використання ризик-орієнтованого нагляду, але й необхідність дотримання правила «розсудливої людини» або «розумного інвестора». Таким чином, значущість фізичної особи-формувальника додаткового продукту як кваліфікованого фахівця і економічно грамотного суб'єкта фінансового ринку щороку збільшується: за екстенсивності формування додаткового продукту спостерігається інтенсивність фінансових потоків та пруденційності. На шляху інноваційного розвитку еволюція економіки України можлива при дотриманні пруденційних принципів активізації та модернізації фінансової діяльності суб'єктів ринку. Пруденційність фінансового ринку України означатиме: для населення та бізнесу – зниження вартості фінансових послуг і більший доступ до них, підвищення рівня захисту прав споживачів фінансових послуг, забезпечення конкурентоспроможного середовища фінансової діяльності, підвищення рівня корпоративного управління, активізація фінансових потоків, більша інноваційна активність; для уряду – збільшення довіри суспільства до інноваційної політики, створення передумов для сталого економічного зростання, вироблення стратегічного бачення та створення умов для стабільного й прозорого розвитку фінансового сектору України [10].

Очікувані результати: зростання капіталізації суб'єктів фінансового ринку; підвищення фінансової стійкості суб'єктів фінансового ринку; зміна структури та якості активів; концентрація ринку.

1. Aid for Trade Needs Assessment. Ukraine. Trade and Human Development / UNDP Regional Bureau for Europe and the Commonwealth of Independent States. - UNDP 2011. – p. 128 [Електронний ресурс]. – URL: unece.org/fileadmin/DAM/ trade/ ct/ct_2011/ AfT_Ukraine_E.pdf 2. Jácome L.I. Protecting the whole / L.I. Jácome, E.W.Nier // Finance&Development. - March 2012. - P.30-33. 3. Merrouche O. What caused the global financial crisis? Evidence on the drivers of financial imbalances 1999-2007 / O.Merrouche, E.W.Nier. – International Monetary Fund. – Working Paper 10/265. – December 2010. – 64 p. 4. The Explanatory Note on 2013 HDR Composite Indices. Ukraine: HDI Values and Rank Changes in the 2013 Human Development [Електронний ресурс]. – URL: Report hdr.undp.org/sites/default/files/Country-Profiles/UKR.pdf 5. The Global Innovation Index 2009/10: report [Електронний ресурс]. – URL: insead.edu/facultyresearch/centres/elab/rightnav/ documents/BOOK_INNOVATION.pdf 6. The Human Development Report 2013 [Електронний ресурс]. – URL: hdr.undp.org/sites/default/files/reports/14/hdr2013_en_complete.pdf 7. Unsal D.F. Capital flows and financial stability: monetary policy and macroprudential responses / D.F.Unsal // IMF Research Bulletin. – 2011. – V.12. – № 3. – P. 1, 4-5. 8. Исследование INSEAD: Глобальный индекс инноваций 2012 года. [Електронний ресурс] // Центр гуманитарных технологий. URL: gtmarket.ru/news/2012/07/06/4531 9. Офіційний сайт Всесвітнього економічного форуму: звіти [The Financial Development Reports 2009, 2011-2012; The Global Competitiveness Index 2002/2003, 2004/2005, 2005/2006, 2006, 2007, 2008–2009, 2009-2010, 2010–2011, 2011-2012, 2012-2013] [Електронний ресурс]. – URL: weforum.org/ 10. Поправка О.Г. Макропруденційний нагляд та регулювання банківської діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: rusnauka.com/18 _ADEN_2012/Economics/1_112747.doc.htm.

СЕКЦІЯ 3.
ІТ-ТЕХНОЛОГІЇ У ВЗАЄМОДІЇ МІЖ УЧАСНИКАМИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ

Janczewska Danuta
Social Academy of Science in Lodz, Poland

NEW MANAGEMENT METHODS IN THE MODERNIZATION PROCESS OF MICRO ENTERPRISES SECTOR

Growth of competitiveness os SMEs sector is now the main goal of Programme Horizon 2020, accessed by European Union in December 2013. The aim of Programme is innovativeness, especially addressed to micro enterprises. Concentration on smallest enterprises follows from great number of micro enterprises in economies of every country. The similar numbers there are on the other continents, where the smallest enterprises influence on economy in Asia, India and Africa. Issues of micro enterprises were noticed earlier. In Poland the pilot survey conducted from several years by PARP[2].

Survey in EU show that in EU countries the average quantity of micro enterprises is the similar as in Poland – over the 90 %.Issues of innovativeness of micro enterprises and modernization of Polish micro enterprises sector started after 2000 year and were survey by GUS[3]. There is a lack research in whole sector or industry branches in aspect of modernization of micro enterprises by using the new method of management. That is necessary to recognize and define the most effective method of modernization and management possible to use in micro enterprise

In conference speech author presents review of literature study and researches were conducted about modernization in SMEs sector in Poland. Own researches according the confectionery branch in Poland in years 200-2010 will be presented. Aim of own researches is description methods of management in micro enterprises and modernization of management. Choice of sample group was intentionally and results can be referenced to surveyed enterprises.

Issues concerning creation of a new method of management of micro enterprises as the answer to growing globalization processes and marginalization of small and micro enterprises in SMEs will be discussed. The pressure of surrounding environment that affects the activities of SMEs is the main barrier for developing micro enterprises. They do not have enough potential and cannot compete with big enterprises and international enterprises.

The present methods of management are created on the experience of big companies that realize the global market goals. It is very difficult to bring the methods and techniques of management applied in big organizations into micro enterprises having several employees. In conference speech the possibilities of modernization of micro enterprises sector by creating micro enterprises net structures will be presented, same as the results of author's own research conducted in 2000-2010 allowed to identify the effects from development of the new form of cooperation between micro enterprises in net structures.

Globalization process and marginalization of small and micro enterprises in SMEs make a negative pressure of surroundings environment affected non-profitable for activity of SMEs is the main barrier of development of micro enterprises. Some methods of modernization of management of micro enterprise can improve the competitive position of micro enterprise. One from those methods is creation a new cooperation structure. On example of confectionery branch in article presented the advantages for micro enterprises from creation of net's structure.

In conference speech author also presents and justifies the opinion about net cooperation from micro enterprise on the example of new area of development activity as: marketing, logistic, international activity.

2 PARP – Polish Agency of Development and Entrepreneurship
3 GUS – General Statistic Office in Poland

Андрушкевич З.М.
Хмельницький національний університет

ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ОПЕРАТОРІВ

У XXI столітті активно почав розвиватися туристичний бізнес, з'являється все більше нових туристичних операторів, які пропонують свої послуги як на території України, так і за її межами. Велике значення у туризмі приділяється тим заходам, що спрямовані на просування туристичного продукту. Поряд із стимулюванням збуту, персональними продажами та зв'язками з громадськістю особливе місце відводиться рекламі туристичного продукту.

Реклама туристичного продукту є цілеспрямованим розповсюдженням інформації про туристичний продукт з метою інформативного впливу на споживача для просування і продажу самого продукту, що сприяє появі у покупця зацікавленості і бажання купити даний продукт. Метою розробки реклами у сфері туризму є привернення уваги, зацікавлення споживача, передача споживачеві інформації про туристичний продукт, вплив на нього, який змушує діяти певним чином. Туристичні підприємства є одним з найбільших рекламодавців. В середньому, як показує світовий досвід, туристичні підприємства витрачають на рекламу 5-6% від доходів.

Серед завдань, які виконує реклама туристичного продукту, виділяють наступні:

- інформування про асортимент наявних у продажі туристичних продуктів;
- повідомлення про нові туристичні продукти;
- формування смаків покупців;
- нагадування про необхідність зробити сезонну покупку у зв'язку з якою-небудь подією або про можливість купівлі випадково (наприклад, знижка);
- інформування про місця зручнішого придбання туристичного продукту.
- пропагування туристичного продукту (компанії);
- вплив на попит і пропозицію шляхом вивчення і прогнозування запитів і побажань покупців [1].

Стимулювання придбання туристичного продукту може проводитись у наступних напрямах: стимулювання співробітників турфірми; стимулювання торгових посередників; стимулювання клієнтів (рис. 1).

Рисунок 1 – Напрями стимулювання продажів туристичних продуктів

Для стимулювання клієнтів багато фірм практикують зниження цін (знижки у випадку бронювання турів у встановлений термін, які надаються клієнтам при ранньому бронюванні турів, знижки сезонних

розпродажів, при купівлі так званих «гарячих» турів, знижки окремим категоріям покупців, наприклад дітям чи молодятам, знижки постійним клієнтам, групові знижки), використання купонів, що надають право власникові на знижку, надання додаткового обслуговування або декількох днів до основної поїздки.

Одним із заходів, які сприятимуть збільшенню обсягів продажів туристичних продуктів, є залучення до співпраці відомих людей. Так, відомий туристичний оператор Turtess у своїй рекламі, створеній для українського споживача, використав образ співачки Ані Лорак. В іноземному досвіді також має місце створення рекламних кампаній за участі відомих спортсменів, моделей та акторів.

Сьогодні все більше українських туристичних операторів починають використовувати у своїй повсякденній діяльності можливості мережі Інтернет. Під час опитування менеджерів провідних туроператорів України було з'ясовано, що більшість потенційних клієнтів отримують інформацію з таких джерел, як: друкована реклама – 29%, реклама на радіо – 5%, телебаченні – 4%, Інтернет-реклама – 25%, виставки – 3%, зовнішня реклама – 1%, порада друзів – 33%.

Таким чином, особливе місце у просуванні туристичного продукту займає Інтернет-реклама, так як саме туристичні послуги посідають перше місце за обсягами продажів в Інтернет мережі у країнах Європи і США. На туристичному ринку України Інтернет активно почав використовуватися в якості засобу просування туристичних послуг.

Види Інтернет-реклами туристичних послуг зазначені на рис. 2.

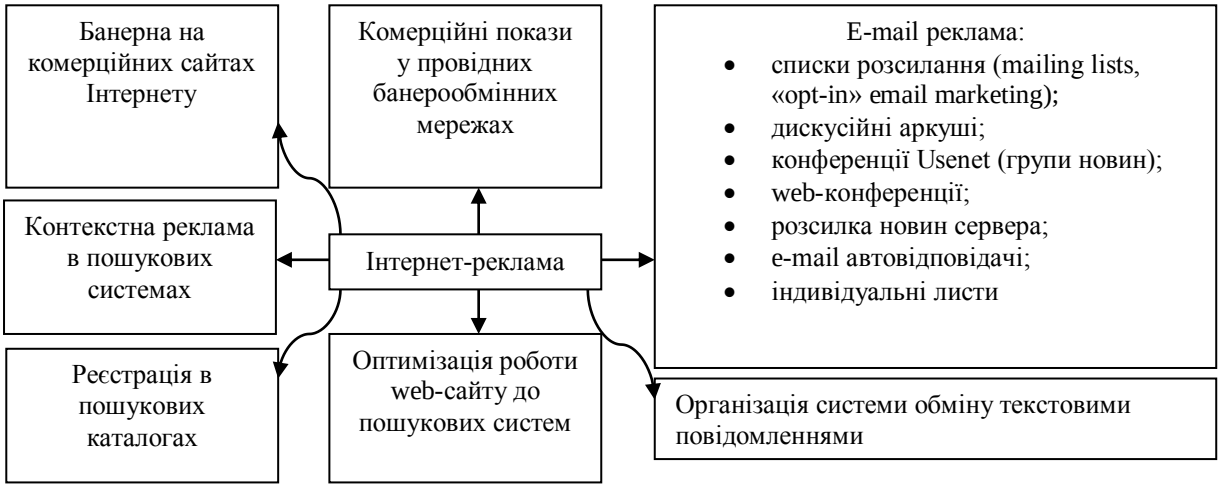


Рисунок 2 – Види Інтернет-реклами

Видами Інтернет-реклами туристичних операторів є: контекстная реклама фірми, пошукове просування туристичних послуг, контекстно-банерна реклама, реклама фірми в соціальних мережах, реклама турагентства в форумах.

Таким чином, на сьогоднішній день на туристичному ринку функціонує чимало агенцій та фірм, які ведуть між собою боротьбу за клієнтів. У процесі виробництва і розподілу туристичного продукту в умовах конкурентної боротьби, важливе місце займає застосування реклами. Для того щоб використовувати рекламу як надійний інструмент досягнення успіху на ринку, фахівцям туристичних підприємств необхідно опанувати його методологію та уміло застосовувати її в залежності від конкурентної ситуації.

Можливості глобальної комп'ютерної мережі Інтернет дозволяють використовувати її як ефективний засіб у діяльності туристичних фірм. Мережа Інтернет дозволяє туристичним фірмам долучитись до сучасних технологій, відкриває нові форми роботи з клієнтами, забезпечує можливість постійної взаємодії з партнерами, а також доступ до різних інформаційних джерел.

Галаз Л.В., Копець Г.Р., Дзюбіна А.В.
Національний університет "Львівська політехніка"

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ УЧАСНИКАМИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ОНОВЛЕННЯ ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ ПІДПРИЄМСТВ

Оновлення технічної бази підприємств є важливим через недостатню конкурентоспроможність продукції, її високу вартість, недосконалі параметричні та функціональні властивості. Це підтверджується як інформацією керівників вітчизняних підприємств, даними офіційної статистики, так і відгуками споживачів. Тому актуальним є впровадження інноваційних рішень у процеси виготовлення нової техніки та інформаційне забезпечення оновлення технічної бази підприємств.

Інноваційно-інвестиційні та інформаційні аспекти оновлення технічної бази підприємств розглядали вітчизняні та зарубіжні науковці: Амоша О., Бажал Ю., Варналій З., Волков О., Воронков А., Геєць В., Ілляшенко С., Калитич І., Коуз Р., Лапко О., Отенко В., Петрович Й., Соловйов В., Шумпетер Й. та інші.

Проблеми управління технологічними процесами виготовлення машин та його інформаційно-аналітичного забезпечення вивчали вчені Бондаренко С., Васильков В., Герасимчук В., Гліненко Л., Гриньов В., Делоу Д., Єфіменко Н., Желібов Є., Кібанов А., Круглов І., Курочкін А., Онищенко В., Пасічник Р. та інші вчені. При цьому отримано вагомі результати щодо забезпечення оновлення технічної бази підприємств, але розгляд вищезгаданих наукових напрямів не є комплексним і достатньо систематизованим. Тому для інформаційних потреб конкретних підприємств досить важко досліджувати та групувати дані щодо інформаційного забезпечення оновлення техніки та технологій.

Інформаційне забезпечення оновлення технічної бази підприємств включає такі фактори:

- зовнішні (функціонування інформаційних технологій (ІТ) у рамках національного інформаційного ринку та регіональної інформаційної інфраструктури, психологічна та технічна підготовленість споживачів для широкого застосування ІТ);
- внутрішні (інформаційна система менеджменту організації, організаційна структура управління та персонал організації).

Внутрішні фактори зумовлюють певний рівень розвитку інформаційного забезпечення організації, але рівень використання його може бути різним. Він залежить від величини інформаційних потоків, технічної бази та методів обробки інформації, грунтовності застосування методів управління самим підприємством. Тому при певному рівні розвитку інформаційне забезпечення взаємодії між учасниками інноваційного процесу оновлення технічної бази підприємств має різний рівень використання.

Для максимального використання інформаційного забезпечення інноваційного процесу оновлення технічної бази підприємств необхідно:

- враховувати специфіку вирішуваних підприємством завдань при формуванні технічної бази та раціональних способів її діяльності;
- мобілізувати необхідні фінансові ресурси для ефективної діяльності інформаційного комплексу підприємства;
- застосовувати сучасні методи обробки інформації, використовувати максимальний потенціал технічної бази та професійні версії відповідного програмного забезпечення;
- використовувати сучасні концепції менеджменту, такі як Lean Management, Time Business Management та Computer-Integrated Manufacturing;
- застосовувати адекватні методи управління організацією (ефективну оргструктуру управління, відповідні форми керівництва та лідерства, ефективний контроль та оцінку персоналу, мотивацію персоналу, моніторинг рівня розвитку персоналу та відповідності виконуваних ним виробничих функцій і управлінських завдань).

Григор'єва Н.С.*, Сорочак О.З.**
* Луцький національний технічний університет
** Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО РОЗРОБКИ МОДУЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ І ОБЛАДНАННЯВ СКЛАДАЛЬНОМУ ВИРОБНИЦТВІ

Інноваційний підхід до технологічних і конструкційних розробок полягає у реалізації нової концепції віртуальної розробки конкурентоспроможних гнучких модульних складальних процесів і проектування переналагоджуваного технологічного обладнання в тому числі і виробів, що виготовлятимуться в такому виробництві, полягає в одержанні динамічного віртуального образу на комп'ютері, технологічного та конструкційного інтерактивних середовищ, які включають в себе деякий набір технічних, програмних і апаратних засобів, а також інформаційних та інтелектуальних ресурсів для забезпечення високої якості об'єктів віртуальної розробки за рахунок оптимального управління станом вказаних середовищ.

Віртуалізація конструкційних розробок виробів і переналагоджуваного технологічного обладнання та оснащення передбачає наявність віртуальних суб'єктів конструкційного середовища і віртуальних форм їх взаємодії, в результаті чого постає віртуальна конструкція виробу, що проектується, чи процесу, що розробляється. При віртуалізації технологічних розробок передбачається наявність віртуальних суб'єктів технологічного середовища з віртуальними взаємозв'язками. При цьому під віртуальним суб'єктом розуміється сукупність технічних, апаратних і програмних засобів, які змінюються в часі в період його формування та є об'єднаними в цілісну структуру. При віртуалізації конструкції та технології інформаційні зв'язки мають бути гнучкими, а швидкість обміну інформацією достатньою для вирішення конструкційно-технологічних завдань в режимі реального часу.

Інноваційне віртуальне представлення модульного складання матиме велике значення в майбутньому комп'ютерно-інтегрованому виробництві (*CIM*), оскільки в комп'ютерному середовищі можна швидко зробити креслення об'єктів конструкції (виробів і технологічного оснащення), повністю підготовлених до конкретних заданих умов гнучкого виробництва, розробити оптимальний варіант гнучкого технологічного процесу автоматичного складання, підібрати або запроектувати найбільш підходяще для нього переналагоджуване технологічне обладнання та оснащення. Але головним при цьому є все таки те, що відкривається можливість перегляду на комп'ютері реалізації віртуального технологічного процесу складання, а також проглянути майбутню експлуатацію як складаного виробу в цілому, так і віртуального технологічного обладнання та оснащення або окремих його відповідальних вузлів. Створюється майже ідеальна ситуація, коли при відсутності реальних технологій та конструкцій, відкривається можливість роботи з їх віртуальними прототипами. Особливо цінно те, що на підставі одержаних результатів роботи віртуальних об'єктів з метою підвищення якості та конкурентоспроможності можна ввести всі необхідні зміни як в віртуальну конструкцію об'єктів, так і в гнучкі технологічні процеси автоматичного чи автоматизованого складання. Безумовно ефект був би неповним, якщо б одночасно не розглядались гнучкі технологічні процеси механічної та іншої обробки складових деталей конструкції. Оскільки віртуальні процеси проходять в середині комп'ютера, але включають в себе параметри реального виробу та гнучкої технології, то стає очевидним, що затрати, пов'язані з підвищенням якості конструкції та технології, а значить і конкурентоспроможності будуть мінімальними у порівнянні з традиційним підходом вирішення цієї проблеми. Можна стверджувати, що ні одна з відомих традиційних методик не забезпечить такі високі результати. Фактично працемісткість оптимізації складальної конструкції та гнучкої технології замінюється розрахунком і моделюванням потрібних параметрів на комп'ютері за значно коротший час. Головною метою розробки віртуального автоматичного чи автоматизованого гнучкого складання є підвищення якості виробів, що продукуються в гнучкому виробництві, конкурентоспроможності при значному зменшенні часових і грошових витрат на це.

Технологія та конструкція віртуального модульного складання дозволяє отримати комп'ютерне адекватне відображення реальної конструкції об'єктів і складальної технології. Елементами такої технології та конструкції виступають математичні моделі: виробу, технології, віртуальної експлуатації конструкцій, якості виробу та його конкурентоспроможності.

Захарченко В.І., Захарченко Н.В.
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

РОЗВИТОК ПРОЦЕСУ АВТОМАТИЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Для прийняття якісних обґрунтованих управлінських розв'язків у будь-яких сферах бізнесу необхідно використовувати весь існуючий на сьогоднішній день набір допоміжних засобів на основі інформаційних технологій. Саме інформаційні технології (ІТ) сприяють ухваленню оптимального рішення в складних ситуаціях. У той же час, глобальне використання інформаційних ресурсів сприяє розвитку конкурентного середовища, наслідком чого є додаткове ускладнення процесу керування на підприємстві. ІТ проникнули в усі сфери керування й тому умови ведення діяльності в загальному масштабі не тільки оцінюються як складні, але й визначаються в рамках розв'язку складних завдань.

У свою чергу, бізнес-процеси ускладнюються на основі існування ІТ, але й дозвіл проблем, у цьому випадку, можливо тільки на підставі застосування ІТ. У конкурентній боротьбі перемагає той керівник, який здатний на оперативне реагування відносно динаміки структурних і контекстурних факторів, а в цьому напрямку розроблені спеціалізовані програмні продукти на основі моделювання з використанням штучного інтелекту.

У розвинених країнах є великий досвід створення й розвитку інформаційних програмних продуктів для промислових підприємств. Деякі сучасні системи автоматизованого керування підприємством розроблені й вітчизняними фахівцями. У напрямку використання в бізнес-процесах на рівні підприємств великого й середнього масштабу діяльності, які становлять основу української економіки необхідно охарактеризувати основні програми.

ERP методологія - планування ресурсів підприємства (Enterprise Resource Planning) створена на основі MRP II - планування виробничих ресурсів (Manufacturing Resource Planning) дозволяє планувати всі види ресурсів підприємства і являє собою набір перевірених на практиці розумних принципів, моделей і процедур керування й контролю пропонує ряд способів розв'язку завдань керування виробництвом: формування плану підприємства, планування продажів, планування виробничих ресурсів, планування потреб у матеріальних ресурсах і виробничих потужностей, оперативне керування виробництвом.

В основу методології покладена ієрархія планів. Результати планів нижнього рівня виявляють по ланцюжкові зворотних зв'язків зворотне реагування на плани вищого рівня, при обліку залежності планів нижніх рівнів від верхніх.

В ERP методології, на додаток до функцій MRP II, присутні:

- інформаційне забезпечення;
- функціонування фінансової діяльності організації:
- розв'язок кадрового питання;
- маркетингова діяльність (регулювання попиту та пропозиції);
- організація взаємозв'язку спеціалізованих програм (бізнес-плани, реалізація проектів і т.д.) з поточною діяльністю.

Однак дані програми не забезпечують взаємне вв'язування всіх проведених на підприємстві процесів, а також їх координацію. Найбільше гостро виникають питання по веденню оперативного, управлінського обліку, эккаутінга в автоматизованому виді виходячи із проведення виробничої (предметної) діяльності.

Для розв'язку цих питань необхідне використання комплексної системи, які дозволяють охоплювати всю сукупність процесів у виробничому й організаційному напрямку.

При всій різноманітності програмних засобів, згідно із класифікацією, що мають приналежність до комплексних (надалі, комплексні інформаційні системи (КІС)) можна виділити дві великі групи: без використання тиражуємих засобів і з використанням тиражуємих засобів. Залежно від специфіки діяльності та її масштабів, навіть у випадку використання організацією замовлених КІС необхідно врахувати існуючі розробки які мають відношення до другої групи. Таким чином, будь-які замовлені варіанти КІС необхідно виконувати на основі вже існуючих систем, які є найбільш задовольняючими умовам, що виставляються. Те ж саме має відношення й до КІС, розробленим на базі своєї організації, тобто фахівцями, що входять у штат працівників підприємства. Використання як основи тиражуємого

програмного забезпечення тут є визначальним. На цій основі виділення першого підходу, у рамках якого побудова КІС проводиться без використання тиражуємих засобів, є абсурдним. Дійсно, багато розв'язків до теперішнього часу досконально пророблені, втілені у вигляді діючих КІС і проходження початкового процесу представляється як «винахід велосипеда».

Виникає немаловажне питання при використанні (копіюванні) КІС, що є авторськими програмами, які не можна використовувати без санкціонування власника на підставі чинного законодавства.

Результатом знаходження компромісу в цій ситуації є придбання в автора КІС тільки частини програмного забезпечення, яке, приблизно, стане основою для адаптації в рамках поставлених завдань. Важливим критерієм при цьому є ефективність від використання КІС, що у свою чергу, є залежністю від вартості вихідної програми і її якості. Навіть у випадку скорочення витрат на придбання частини тиражуємого програмного засобу адаптаційний процес може вирівняти, або навіть перевищити вартість повного пакета КІС.

У якості тиражуємих програмних засобів можна виділити: локальні системи, середні й великі адаптовані системи.

Локальні системи досить успішно справляються з розв'язком окремих завдань обліку на підприємстві, але, як правило, не забезпечують необхідний обсяг інформації для автоматизації керування. Перевагою цих систем є порівняно низька ціна й простота впровадження. До їхнього складу входять системи: «Інфо-Бухгалтер» і « Турбо-Бухгалтер». До цього ж класу відноситься цілий ряд продуктів фірми 1С («1С: Бухгалтерія» та ін.), а також програми декількох інших фірм. Сьогодні ці програми мають можливості адаптації до особливостей підприємства, а деякі з них, такі як, «Турбо-Бухгалтер», мають властивість конструювання й розширеними адаптаційними можливостями. Проте, не применшуючи ролі й достоїнств цього виду систем для розв'язку облікових завдань, ми, однак, не можемо розглядати їх як основу для комплексної автоматизації керування підприємством.

До середніх інтегрованих систем ставляться системи з обмеженим функціоналом, цілком конкурентоспроможні на вітчизняному ринку у своїй області спеціалізації з великими західними системами, вартість яких суттєво нижче, чим великих. У цьому виді систем на українському ринку домінують вітчизняні фірми-розроблювачі. Саме цей вид систем можна, на наш погляд, рекомендувати для створення комплексних систем керування на розглянуті в книзі типах підприємств. До їхнього складу ставляться: «Галактика», «Інфософт», «NS2000» і «ABACUS Financial», «Вітрило», «БЕСТ ПРО», «Монополія», «1С: Підприємство».

До великих інтегрованих систем ставляться функціонально складні системи стандарту MRP1I і ERP. Як уже говорилося вище це західні стандарти й, відповідно, представлені на вітчизняному ринку в основному, продуктами західних фірм: SAP, Oracle, Baan, Peoplesoft і Platinuffi. У даних КІС високого рівня присутні в концентрованому виді досягнення світової практики автоматизації керування підприємством, але впровадження їх у діяльність підприємства суттєво обмежене, насамперед ціною, а так само трудомісткістю процесу впровадження. Наступним важливим обмеженням є відповідність західним стандартам. У випадку впровадження програм потрібна додаткова адаптація, що сполучене з додатковими витратами, а в комплексі з попереднім фактором буде впливати на ухвалення рішення при виборі КІС.

Стандарт ERP споконвічно розроблявся для найбільш великих підприємств корпоративного сектору. Але для підприємства ERP - це не просто спосіб побудови системи, це досить твердий стандарт керування, перехід на який може зажадати досить значної реорганізації бізнесу компанії. Для підприємств середнього й малого бізнесу ERP система може виявитися неприйнятною на основі того, що не наділена так необхідними адаптаційними властивостями.

Для ефективного використання в діяльності підприємств КІС необхідно створити внутрішню систему планування облікової політики, прийняття УР, інформатизації й автоматизації.

Завдання, покладені для розв'язку для КІС, багато в чому визначаються областю діяльності, структурою й іншими особливостями конкретних підприємств. Спробуємо привести тут зразковий перелік завдань, які повинна вирішувати КІС на різних рівнях керування підприємством.

На рівні фінансової структури на підприємстві: повний контроль над рухом коштів, реалізація необхідної облікової політики, оперативне визначення дебіторської й кредиторської заборгованості, контроль над виконанням договорів, кошторисів і планів, контроль над фінансовою дисципліною, відстеження товарно-матеріальних потоків, оперативне одержання набору документів фінансової

звітності, податкове й бюджетне планування.

На рівні виробничої структури на підприємстві: контроль над виконанням виробничих замовлень, формування інформації про стан виробничих потужностей, контроль над технологічною дисципліною, ведення документів для супроводу виробничих замовлень, визначення фактичної собівартості виробничих замовлень.

На рівні маркетингової структури на підприємстві: контроль над просуванням нових товарів на ринок, аналіз ринку збуту з метою його розширення, робота з існуючими й потенційними замовниками, ведення статистики продажів, інформаційна підтримка політики цін і знижок, використання бази стандартних листів для розсилання, зі збереженням дати й типу листа кожного відправлення, контроль над виконанням поставок замовнику в потрібний термін, при заощадженні витрат на транспортування, ведення баз даних товарів, продукції, послуг, планування строків поставки й витрат на транспортування, оптимізація транспортних маршрутів і способів транспортування, ведення контрактів.

На рівні структури керування на підприємстві: забезпечення достовірною інформацією про фінансовий стан компанії на теперішній момент і про прогноз на майбутнє, забезпечення контролю від верху до низу за роботою підприємства, бажане з можливістю виявлення конкретної особи, що допустила помилку, забезпечення чіткої координації робіт і ресурсів, надання оперативної інформації про негативні тенденції, їх причинах і можливих заходах щодо виправлення ситуації, формування повної картини собівартості кінцевого продукту по компонентах витрат, усунення випадків «переплати» податків, пов'язаних з помилками або особливостями обліку.

Створення повномасштабної комплексної системи керування - складний, у багатьох випадках тривалий і дорогий процес, що вимагає: зміни управлінських технологій у зв'язку з новими можливостями обробки й обміну інформацією, а найчастіше й перебудови існуючих бізнес-процесів підприємства зі створенням нових бізнес-процесів і знищенням старих; розгортання й підтримки сучасних програмно-технічних засобів; настроювання програмних систем на всю сукупність інформації, взаємозв'язків, управлінських механізмів, алгоритмів обробки даних, що відбивають специфіку підприємства; навчання персоналу новим технологіям; подолання впливів людського фактора в процесі впровадження системи.

Кирий В.В., Тимофеев В.А., Чеченец Д.А.
Харьковский национальный университет радиоэлектроники

ПРОБЛЕМА «ПОСЛЕДНЕЙ МИЛИ» В ГАЗОТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ УКРАИНЫ

В телекоммуникационной индустрии существует термин «last mile», означающий следующее: построив колоссальную инфраструктуру, которая может надёжно передавать гигабиты информации в любую точку сети возникает вопрос: «как подключить пользователя, не имеющего к этой структу-ре никакого отношения?». Для этого используется соединение между распредузлом и пользовате-лем, которое ощутимо сложнее сделать, чем построить инфраструктуру обмена данными[1]. Как правило «последней милей» называют целый спектр проблем связанных с работами по доведению товара или услуги до потребителя с максимально возможным качеством. Проблема состоит в том, что такие работы практически всегда вызывают вопрос о целесообразности совершаемых операций.

Менеджеры проектов знают эту проблему «последней мили» лучше всех остальных: закрыть проект, получить подписи об окончании или принятии работ у всех участников проекта - это не такая простая задача, как кажется. Проблема последней мили всегда была актуальной задачей для связистов. К настоящему времени появилось множество технологий «последней мили», и перед любым оператором связи стоит задача выбора технологии, оптимально решающей задачу доставки любого вида трафика своим абонентам.

В данной работе рассматривается проблема «последней мили» в газовой промышленности Украины. Проблема «последней мили» в газоснабжении Украины заключается в том, что комму-нальные тарифы не являются экономически обоснованными. Тариф на централизованное газоснаб-жение рассчитывается путем деления годовых плановых затрат и годовой прибыли на годовой объем реализации централизованного газоснабжения. Это приводит к тому, что предприятие-поставщик не будет иметь права в тариф вкладывать все необходимые, по его мнению, затраты, а развитие предприятия не представляется возможным. В связи с тем, что множество потребителей газа являются хроническими должниками, предприятия по газоснабжению если не терпят колос-сальные убытки, то декларируют минимальную доходность не более 1%. Такие предприятия не могут быть ни экономически эффективными, ни финансово привлекательными. В свою очередь, в Нацкомуслуг подтверждают, что не все показатели, которые подают предприятия, учитываются в тарифе. Данная ситуация приводит к тому, что государство само вынуждено компенсировать раз-ницу в тарифах. Тарифная разница является прямым следствием того, что стоимость коммунальных услуг для населения не покрывает затраты предприятий на их производство, а тем более это каса-ется развития и становления новых газовых сетей. Существует также тенденция к наращиванию объемов обязательств по выплате субвенций. По данным НАК «Нафтогаз Украины», по состоянию на апрель 2014 г. задолженность теплокоммунэнерго составляла 20,7 млрд грн. Цены для основных потребителей газа "перевернуты", потому что сегодня значительная часть населения не может пла-тить даже ту цену, которая ниже себестоимости. Государство, заботясь о населении, делает это за счет газовых компаний, чем наносит им огромный ущерб. Часто получается, что экономически нецелесообразно добывать газ в Украине, поскольку его нельзя продать по цене, окупающей затраты. При отсутствии рынка монополист диктует все условия.

При создании рынка газа в Украине и его либерализации цена на газ для населения неизбежно увеличится. Однако при этом нагрузка на предприятия уменьшится, а учитывая, что газовая промышленность затрагивает практически все сферы экономики, то предполагается неизбежный экономический рост, что будет способствовать платежеспособности населения.

Хотя на Западе главная цель либерализации – снижение цен за счёт появления множества новых предложений и новых продавцов. При либерализации рынка газа количество газотрейдеров увеличится, и они как частные компании уже не смогут предлагать газ по цене ниже себестоимости.

Если Украина хочет вступить в ЕС, ей необходимо: во-первых, создать рынок газа; во-вто-рых, провести его либерализацию в соответствии с директивами ЕС. Это обязательное условие для стран – кандидатов. В ЕС созданы мягкие условия для имплементации всех его директив, дается определенное время на то, чтобы их постепенно осуществить. Это время четко расписано для каж-дой страны, газовые рынки которых существенно разнятся. Странам дают срок, чтобы они посте-пенно выполняли требования ЕС. Это же относится и к либерализации газового рынка Украины.

Косар Н.С., Кузьо Н.Є.
Національний університет «Львівська політехніка»

НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ В УКРАЇНІ

Посилення конкуренції, зменшення доходів клієнтів та їх довіри до банківських установ змушує останніх з метою забезпечення належного функціонування у складних умовах фінансово-економічної кризи, активно використовувати інновації. У сучасних умовах розвиток банківського бізнесу нерозривно пов'язаний з автоматизацією, впровадженням новітніх технічних засобів і передових банківських технологій по просуванню на ринок банківських продуктів, а також з пошуком інструментів, що підвищують привабливість цих продуктів, чому сприяють інновації.

Банківська інновація - це реалізований у формі нового банківського продукту або операції кінцевий результат інноваційної діяльності банку [3, с.38] Відповідно до [4] інновації у банківській діяльності включають у себе:

- розроблення нових продуктів, аналогів яких не існує на банківському ринку України;
- підвищення споживчої цінності (якості) існуючих продуктів;
- зміни у маркетинговій політиці розподілі банківських установ;
- вдосконалення взаємовідносин з клієнтами на основі розвитку інформаційних технологій.

У світовій банківській практиці зараз відбуваються наступні інноваційні зміни [2]:

– «багатоканальна діяльність», яка передбачає поєднання нових та традиційних технологій і інструментів: самообслуговування, дистанційного обслуговування, використання Інтернету, індивідуальні консультації, телефонні центри;

– віртуальні банківські і фінансові технології: управління банківським рахунком, готівкові розрахунки, електронний підпис, укладення договорів, фінансові організації (біржі, банки);

– розосередження і організаційне розділення банку на три елементи: поширення послуг, виробнича частина і портфельний банк; оптимізація банківської мережі: сегментація, зміни у філіях і філійній мережі;

– комплексне використання нових інформаційних і комунікаційних технологій для електронного і змішаного (традиційного і нового) маркетингу (клієнт сам вибирає форму обслуговування);

– нові банківські продукти на базі нових технологій, нові автомати самообслуговування (моно - і багатофункціональні, інформаційні).

Під час розроблення нових продуктів, банку необхідно досліджувати потреби різних сегментів ринку (залежно від віку, сімейного та соціального статусу, рівня доходів, місця проживання). Сьогодні найперспективнішим є сегмент клієнтів із середнім рівнем доходів. Це вимагає насамперед пакетування послуг для них та використання технології крос-продажу. Він займається просуванням не окремих продуктів, а їх сукупності. При цьому пакетна пропозиція має бути не лише привабливою, але й більш економічно вигідною для клієнтів, ніж користування окремими послугами, що входять до її складу. У такі пакети можна включати і небанківські послуги (страхування автомобіля, життя тощо). За допомогою системи просування продуктів необхідно стимулювати і вторинні продажі на них.

На підставі аналізу вторинної маркетингової інформації встановлено, що в умовах фінансово-економічної кризи найбільш привабливими в очах клієнтів є такі види банківських продуктів [1]:

– «Кредит під депозит» - забезпеченням якого виступають виключно майнові права на кошти, розміщені на депозитному рахунку, які належать позичальнику чи майновому поручителю, у більшості випадків він використовується для корпоративних клієнтів;

– банківська гарантія, яка є формою забезпечення виконання однією зі сторін зобов’язань за основним контрактом з відтермінуванням платежу – продукт призначений насамперед для корпоративних клієнтів;

– послуги з відповідального збереження цінностей клієнтів банку в індивідуальних сейфах.

Через погіршення економічної ситуації у державі та недоступність традиційних кредитів для багатьох підприємств, банківські установи повинні шукати альтернативні кредитні продукти, які є доступнішими для клієнтів. Перспективними сьогодні у межах маркетингової продуктової політики комерційних банків можна вважати також:

– трастові операції - передбачають управління майном та виконання інших послуг в інтересах і за дорученням клієнта на правах його довіреної особи. Внаслідок законодавчого обмеження в Україні перспективним напрямом організації трастових послуг комерційного банку можна вважати операції з цінними паперами за дорученням клієнтів;

– надання клієнтам кваліфікованих консультацій та інформації з різноманітних аспектів управління фінансами та організації їх господарської діяльності. Такі консультації можуть надаватися і фізичними особам у сфері ведення їх особистого господарства

Інновацій потребує і маркетингова політика розподілу банківських установ. Мова йде насамперед про оптимізацію площі банківських відділень. Сьогодні доцільним є переміщення фахівців, які не беруть участі в обслуговуванні клієнтів, у більш віддалені місця та заміна звичних виділених касових вузлів системою «електронний касир» (Teller Cash Dispencer), якою оснащуються робочі місця операціоністів [6].

Необхідно вдосконалити і систему обслуговування клієнтів з використанням виїзного обслуговування, яке активно використовується багатьма західноєвропейськими банками. У цьому випадку клієнт посилає електронну заявку чи користується послугами call-центр банку і банківський працівник відділу продажу сам приїжджає до клієнта.

Еволюція банківської системи в сторону дистанційної моделі банківського обслуговування зумовлена рядом об'єктивних особливостей економічного і соціального середовища, в яких існують банки, і в першу чергу - змінами в способі життя людей,

Проникнення нових інформаційних технологій і автоматизація банківських операцій, зростання конкуренції зумовлює виникнення нових форм обслуговування. Для зручності клієнтів компанія Apple презентувала на своєму офіційному сайті програму IChat, за допомогою якої користувач через Internet може зустрітися з працівником банку по відео виклику. Ця інноваційна послуга буде називатись відеобанкінгом. За її допомогою клієнт може отримати консультацію банківського працівника з будь-якого питання, яке його цікавить [2].

Прагнучи до комплексного обслуговування у сучасних умовах клієнт хоче регулярно вирішувати власні проблеми, встановивши довгострокові, партнерські відносини з банком. У цьому випадку важливо, щоб банківська установа виправдала сподівання клієнтів та володіла усією необхідною інформацією про них. CRM-система — це набір програмних модулів, які дозволять банку збирати необхідну інформацію про клієнта; узагальнювати та нагромаджувати її, робити певні обґрунтовані висновки; експортувати її в інші програмні доповнення, надавати необхідну інформацію клієнтам чи співробітникам банку [5]. Такі CRM-системи – основа налагодження *тривалих відносин з клієнтами та передумова для підвищення рівня їх обслуговування.*

1. Александрова Є.В., Одінцова Т.М. Формування продуктового ряду комерційного банку в умовах фінансово-економічної кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: fkd.org.ua/archive_1(8)2010_eng.html. 2. Банківські технології та інновації в банківській практиці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: gufer.net/bankvska-sprava/167-bankvsk-tehnologyi-ta-nnovacyi-v-bankvsky-praktic.html. 3. Єгоричева С.Б. Банківські інновації. Навч. посібник / С.Б. Єгоричева. - К.: Центр учбової літератури, 2010. – 208 с. 4. Козьменко С.М., Васильєва Т.А., Леонов С.В. Маркетинг банківських інновацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: essuir.sumdu.edu.ua/bitstream. 5. Лютий І.О., Солодка О.О. Банківський маркетинг. Підручник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ebooktime.net/book_53.html. 6. Тютюнник А.В. Як змусити банківські відділення ефективніше продавати продукти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ua.prostobankir.com.ua/individualniy_biznes/statti.

Масюк В.М.
Національний університет «Львівська політехніка»

ВИКОРИСТАННЯ НЕЧІТКИХ МНОЖИН ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ І ЗАГРОЗ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙ

Кількісне оцінювання впливу негативних чинників (ризиків і загроз) на діяльність підприємства найчастіше проводять з використанням як об'єктивних, так і суб'єктивних методів визначення ймовірності настання несприятливої події та обсягу можливих втрат.

Об'єктивні ймовірності враховують частоту однорідних подій, що відбуваються у незмінних зовнішніх умовах. Однак у реальній економіці відсутні як однорідні підприємства, так і незмінність зовнішніх та внутрішніх умов їхнього функціонування. Частково подолати цю проблему можна у результаті використання суб'єктивних ймовірностей. Їх встановлюють експерти. Але недоліком суб'єктивних ймовірностей є те, що посилюється вплив суб'єктивних переваг експерта на саму оцінку, і в ній дуже мало інформації про те, як її отримали. Використання ж нечітких множин дає змогу в межах однієї моделі формалізувати і особливості економічного об'єкта, і пізнавальні особливості особи, що приймає рішення (аналітика та менеджера) стосовно цього об'єкта [1, с.8-12].

Оцінюванню ризиків за допомогою нечітких множин присвячені праці як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Так, у [2] запропоновано модель оцінювання аудиторського ризику, у [3] оцінено ризик інформаційної безпеки. Російський вчений А.О.Нєдосєкін у своїх працях [1] оцінював ризик банкрутства підприємства, інвестиційний ризик на фондовому ринку, ризик лізингової компанії тощо.

У [4] наголошено, що ідентифікація ризиків часто становить велику проблему. Це пов'язано з неправильним вибором ризикоутворюючих чинників. Автори стверджують, що можна зібрати значну кількість чинників ризику, які існують в природі, проте їхня активізація не вплине на діяльність підприємства. Тому важливим є виокремлення тільки тих чинників, які реально мають істотний вплив на вибраний об'єкт.

Зазначимо, що для підприємства, яке перебуває у стані кризи, рівень невизначеності набагато вищий, ніж для успішно функціонуючого підприємства, оскільки антикризове управління завжди пов'язане з набагато більшою кількістю ризиків та загроз. Також підвищеною є чутливість підприємства до впливу негативних чинників. Ті ризики і загрози, які є допустимими для успішних підприємств, можуть бути катастрофічними для кризових. Настання окремих з них може не лише поглибити кризу, але й сформувати умови, за яких подальша реалізація антикризових заходів стане неможливою, і єдиним варіантом, що залишиться, буде ліквідація підприємства.

Використання традиційних методів оцінювання ризиків та загроз, що базуються на об'єктивних та суб'єктивних величинах, не дає можливості максимально врахувати особливості розвитку кризи конкретного підприємства, внутрішні та зовнішні умови його діяльності, можливості антикризового менеджменту тощо. Зазначене знижує достовірність отримуваних оцінок щодо впливу негативних чинників на процес антикризового управління, що і зумовлює необхідність використання нечітких множин.

Зміст антикризової програми залежить від глибини (фази) кризи. На першій фазі глибина кризи може бути неістотною, підприємство залишається стійким, проте потребує реалізації низки антикризових заходів, за допомогою яких можна достатньо швидко відновити стан його рівноваги. Друга фаза вже загрожує існуванню підприємства і вимагає розроблення та реалізації санаційної програми. Для подолання цієї фази кризи розробляють та реалізують оперативну програму санації, що дає змогу покрити поточні збитки та відновити платоспроможність, а також комплекс заходів стратегічного характеру, що забезпечить розвиток підприємства у перспективі. Третя фаза пов'язана з санаційною неспроможністю підприємства і відкриттям процедури ліквідації. На цій фазі підприємство нездатне забезпечити реструктуризацію та списання боргів або здійснити інші ефективні антикризові дії внаслідок вичерпання існуючих та відсутності потенційних фінансових, матеріальних, трудових та інших ресурсів функціонування, тому існування підприємства в якості самостійної структури стає неможливим [5].

У другій фазі кризи підприємство перебуває під впливом набагато більшої кількості негативних чинників, оскільки, окрім подолання наслідків кризи, обов'язковими мають бути якісні зміни.

Необхідними є модернізація обладнання, впровадження нових технологій, оновлення асортименту продукції, пошук нових ринків збуту тощо. Керівництво підприємства має змінювати управлінські підходи, переходити до впровадження нових методів організації різних напрямів діяльності. Лише впровадження інновацій різного виду може забезпечити прибутковість, фінансову стійкість і конкурентоспроможність підприємства у довготерміновому періоді. Реалізація таких заходів пов'язана з ресурсними, кадровими, інформаційними, виробничими, технологічними, технічними ризиками, а також ризиками маркетингу.

Будь-яка інновація потребує значних фінансових та матеріальних ресурсів. Тому виникає ймовірність появи ресурсного ризику, який може бути пов'язаний з нестачею необхідних засобів для реалізації інновації. Варто також виділити кадровий ризик, який проявляється у вигляді некомпетентності працівників у процесі реалізації і застосування нововведень. Крім того, важливу роль відіграє інформаційний ризик, який характеризується недостовірною або неповною інформацією про потреби споживачів, конкурентів, постачальників тощо.

Суть виробничого ризику полягає у невиконанні фірмою своїх планів щодо виробництва продукції. Реалізація інновацій у виробництво може призвести до зростання витрат, неадекватного використання нової техніки, зниження рівня постачання, порушення технології виконання операцій тощо. Причиною технологічних і технічних ризиків є зношеність основних засобів виробництва, а також їх застарілість і неефективність щодо збалансованого процесу виробництва.

Впровадження інновацій призводить до появи нових товарів чи покращення якості вже існуючих, створення нових процесів, послуг тощо. Для того, щоб нововведення були позитивно сприйняті споживачами необхідна ефективна маркетингова політика. У процесі збуту продукції часто виникає ризик маркетингу, який проявляються у вигляді зменшення обсягів реалізації продукції та зниженні цін на неї.

Вихід з кризи підприємства неможливий без здійснення інноваційної діяльності, спрямованої на оновлення виробництва, створення нових товарів, освоєння інших джерел постачання, реорганізації структури управління тощо. Проте коли підприємство є нестійким, розроблення і реалізація інновацій стає ще більш ризикованим. Для недопущення цього необхідним є виявлення та оцінювання всіх можливих ризиків і загроз при впровадженні нововведень.

1. Недосекин А. Финансовый менеджмент на нечетких множествах: монографія [Електронний ресурс] / А.О.Недосекин. – Режим доступу: mirkin.ru/_docs/book0308_033.pdf *2. Загородній А.Г. Ризики аудиторської діяльності: методика виявлення й оцінювання: монографія / А.Г.Загородній, Л.М.Пилипенко. – Львів: ЗУКЦ, 2010. – 232 с. 3. Замула О.А. Застосування теорії нечітких множин та лінгвістичної невизначеності при оцінюванні ризиків інформаційної безпеки / О.А. Замула, В.І. Черниш, О.І. Аніщенко // Системи обробки інформації. – 2011. – №5(95). – С.152-155. 4. Недосекин А.О. Идентификация и анализ рисков бизнеса с использованием методов теории нечетких множеств [Електронний ресурс] / А.О.Недосекин, К.Е.Павлов, Л.А.Волкова. – Режим доступу:* ifel.ru/br4/3.pdf *5. Селюченко Н.Є. Економічна безпека підприємства як результат реалізації антикризових заходів / Н.Є.Селюченко, В.М.Климаш // Вісник НУ "Львівська політехніка" "Логістика". – 2012. - №749. - С.260-265.*

Матвій І.Є.*, Мащакевич М.В.**
* Національний університет „Львівська політехніка”
** Дрогобицький державний педагогічний університет ім. Івана Франка

ІТ-ТЕХНОЛОГІЇ В ІННОВАЦІЙНОМУ ПРОЦЕСІ

Однією з головних передумов забезпечення високого рівня конкурентоспроможності України та стійкого економічного зростання національного господарства на сучасному етапі є активізація інноваційного процесу. Саме активізація інноваційних процесів прискорила б формування інноваційної моделі розвитку економіки України і тим самим забезпечила б ефективне використання наявного науково-технічного та інноваційного потенціалів, розвиток інститутів держави та підприємництва щодо інноваційної діяльності, формування середовища, сприйнятливого до інновацій. Окрім того відомо, що наукомістка продукція та послуги є високо дохідними. Так, за розрахунками, продаж 1 кг нафти приносить приблизно 20% прибутку, 1 кг побутової техніки - 50 дол. США, 1 кг авіаційної техніки - 1 тис. дол., а 1 кг електронної та інформаційної техніки - 5 тис. дол. [1, с. 146].

В контексті створення інноваційної моделі розвитку економіки важливу роль відіграє інфраструктура, яка спроможна поєднати інноваційну пропозицію і попит, інтереси споживачів у новаціях та розробників у реалізації їх пропозицій [2, с. 70].

У ст. 1 Закону України „Про інноваційну діяльність” визначено, що: „Інноваційна інфраструктура - це 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) ” [3].

Одним із елементів інноваційної інфраструктури є інформаційне забезпечення інноваційної діяльності, тобто використання ІТ-технологій у взаємодії між учасниками інноваційного процесу, що дає змогу налагодити швидкий та якісний обмін необхідною інформацією, забезпечити підтримку та просування нових розробок на внутрішній та зовнішній ринки, прискорення інноваційних процесів тощо.

Варто зазначити, що саме використання ІТ-технологій є також інновацією. Нові інформаційні технології стали тією базою, на якій запас наукових знань реалізується в практичній діяльності шляхом інформаційних впливів на оточуючий світ пропорційно своїм знанням [4, с. 312]. Сучасними тенденціями розвитку ІТ-технологій є: зростання внеску ІТ-технологій в обсяг виробництва; збільшення частки інвестицій у ІТ-технології; зростання обсягів створення, патентування та продажу програмного забезпечення; зростання обсягів електронної торгівлі. Інформаційні технології створюють нові можливості економії не лише на виробничих, але й трансакційних витратах у масштабах економіки в цілому. Тому значимими для бізнесу стають витрати на нововведення, пов′язані з інтернет-торгівлею. Так, за законом Меткафа „...цінність, ефективність інформаційних мереж зростає пропорційно квадрату кількості їх учасників, тобто джерел і споживачів інформації” [4, с. 316]. Використання ІТ-технологій є одним із найважливіших чинників, що забезпечує формування інноваційної моделі розвитку економіки та визначає економічне зростання держави.

1. Шишков Ю.В. Глобализация экономики – продукт индустриализации и информатизации общества / Ю.В. Шишков // Общественные науки и современность. – 2002. - № 2. – С 146-160. 2. Бутенко А.І. Інфраструктурні компоненти інноваційної моделі економіки / А.І. Бутенко, Є.В. Лазарєва. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http: // www. google. com. ua / url 3. Закон України „Про інноваційну діяльність” // Відомості Верховної Ради України. – 2002. - № 36. – С. 266-290. 4. Інноваційно-технологічний розвиток економіки / За ред. акад. НАН України В.М. Гейця, акад. НАН України В.П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б.Є. Кваснюка. К.: Фенікс, 2007. – 564 с.

Новаківський І.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ ІННОВАЦІЙНИХ АДАПТИВНИХ СТРУКТУР СТРУКТУР УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Становлення «інформаційної економіки» переводить функціонування національних економік на якісно новий технологічний рівень. Незважаючи на циклічні кризи, темпи зростання сектору ІКТ залишаються високими і, згідно з даними ОЕСР, загальний обсяг ринку ІКТ-товарів і послуг за 2010-2013 роки продовжує зростати у середньому на 5-10% за рік. Темпи зростання ІТ-ринку в різних країнах та регіонах різні. В країнах Європи та Північної Америки ринок зростає середніми темпами у 4,4% та 6% відповідно, в Японії – 2,3%. В цей же час в країнах Центрально-східної Європи ринок зростає на 7-12%, а в країнах BRIC (Бразилія, Росія, Індія, Китай) – на 15-20%. Найбільш динамічні показники демонструє Індія з темпом росту 18,4%. За прогнозами експертів, Індія займе 8-9% світового ІТ-ринку до 2015 року [1].

Сучасна ситуація характеризується перенесенням програмного та інформаційного забезпечення діяльності підприємств до глобальної мережі Інтернет. Це пояснюється тим, що з'явилися потужні масові ІКТ, які забезпечують доступ до віддалених баз даних. Тому компанії все частіше передають на збереження третім особам свої бази даних, а натомість отримують можливість доступу до них без обмежень на місце і час. Отримані переваги перевищують небезпеку ризику їх втрати чи розкриття конфіденційності інформації. Бізнес стає прозорим.

Сучасні ІТ сприяють формуванню таких горизонтально орієнтованих альянсів партнерських організацій, що зв'язують воєдино специфічні цілі і скоординовані зусилля організацій-учасників. Базова мета віртуальної структури - об'єднання ключових технологій і компетенції організацій-учасників, щоб якнайповніше задовольнити попит на споживчому ринку. Групи працівників організацій-учасників, об'єднані за допомогою глобальних інформаційно-комунікаційних мереж, здатні брати участь в єдиному виробничому процесі, не лише знаходячись в одному місці, але і одночасно в різних місцях, розкиданих по всьому світу. Схеми аутсорсингу і аутстаффінгу в цілому показали себе досить добре, забезпечивши приріст усіх основних інвестиційних показників. Такі підходи вимагають нового мислення керівників : відмови від усебічного контролю, переходу від співпідпорядкування до неформальної координації, взаємної довіри, переважання діловитості над кар'єрними спрямуваннями, подолання пережитків ієрархічного управління.

Продовжується формування територіально-розподілених інтегрованих корпоративних бізнес-структур для системного, просторово-часового узгодження нестабільного, схильного до перманентної диверсифікації, попиту та комплексної поліструктурної пропозиції. Такі бізнес-структури, що утворюються сукупністю неоднорідних за складом суб’єктів господарювання, стають все більш динамічними [2]. Учасники бізнес-структур не залишаються ізольованими агентами, як це було в умовах індустріальної економіки, а стають динамічними об’єктами вкладення інвестицій з метою отримання певної економіко-соціальної вигоди. В результаті принципово змінюються методи, способи розбудови таких інтегрованих бізнес-структур. Зрозуміло, їх функціонування і розвиток тісно пов'язується з їх інвестуванням. Таким чином, в умовах інформаційної економіки виникає цілий спектр проблем формування суттєво відмінних, прозорих і більш привабливих механізмів інвестування. Акцент даної роботи ставиться на формуванні сприятливого інформаційно-інвестиційного середовища, що обумовлюється наступними міркуваннями. Наповнення ринків у XXI столітті вимагає оперативного і глобального вирішення питань адресного інвестування в межах цільової спрямованості інтегрованих корпоративних бізнес-структур. Інвестиційне середовище останніх формуються внутрішніми та зовнішніми фінансово-господарськими зв'язками, національними економіками, галузевими і територіальними комплексами та навіть окремими підприємцями чи інвесторами. Ефективність інвестицій пов’язується не лише з формою і функціями інтегрованих корпоративних бізнес-структур, але і розгорнутою інформаційно-комунікаційною інфраструктурою.

Країни Східної Європи за розвитком ІКТ можна розподілити на три групи. До першої – найбільш розвиненої групи, входять Чехія, Естонія, Угорщина, Польща, Словаччина та Словенія; до другої –

Болгарія, Хорватія, Латвія, Литва, Македонія, Румунія, Сербія. Росія і Україна формують третю, найменш розвинуту групу Для останньої групи країн характерне повільне нарощування людських ресурсів, нагромадження знань та потенціалу у сфері НДДКР, а недостатнє інвестування ІТ-галузі обмежує розвиток економіки знань. Через недосконалість законодавства і недостатні інвестиції українська ІТ-галузь відстала від Польщі на 7-8 років. Проте навіть за таких умов індустрія високих технологій в Україні щорічно дає приріст до 20%.

В Україні рушійною силою «інформаційної» економіки стала ІТ-галузь, яка є однією із найбільш динамічних галузей. Вона охоплює такі напрямки, як розробка програмного забезпечення, системну інтеграцію і консалтинг, виробництво і продаж комп'ютерної техніки. Широка сегментація ринку дозволяє ІТ-галузі стабільно нарощувати темпи розвитку.

Варто зазначити, що розвиток інтегрованих корпоративних бізнес-структур в сфері ІТ інтенсивно проходить в Києві, Харкові та Львові. Львів має ряд конкурентних переваг у наданні послуг ІТ-аутсорсингу: дешева та висококваліфікована робоча сила; близькість до Європи та безвізовий режим для європейських представників; розвинена ІТ-інфраструктура та велика кількість місцевих ІТ-компаній. У 2009 році відома міжнародна консалтингова фірма KPMG визнала Львів одним із найбільш перспективних міст для ІТ-аутсорсингу в регіоні EMEA (Європа – Близький Схід – Азія). Вони впроваджують сотні ІТ проектів щороку – від хмарних платформ для великих міжнародних компаній до розробки спецефектів для відомих кіностудій світу. Тут знаходиться головний офіс найбільшої ІТ компанії України – SoftServe, яка була визнана найкращим роботодавцем України – 2010 і Центральної та Східної Європи – 2011. Асоціація провідних ІТ-компаній Львова сформувала кластер Інформаційних Технологій та Бізнес Послуг (it-bpo.lviv.ua). Кластер утворюють компанії SoftServe, Eleks Software, N-iX, Itera Consulting, Intelex, Arivo Solutions, DevCom Software Development Company, Limelight networks, Техніка для бізнесу та інші. У Львові ІТ-галузь налічує понад 50 компаній та близько 5 тис. фахівців. Метою цього об'єднання є розвиток людського капіталу в регіоні у співпраці із закладами вищої освіти та органами місцевого самоврядування, стимулювання інноваційної складової ІТ-галузі та просування Львова як одного з найбільш перспективних центрів розвитку ІТ-галузі у Східній Європі [3].

В цілому впровадження нових ІТ не тільки сприяє розвитку ВВП, але й вимагає розгортання безпечної інформаційної інфраструктури в нових умовах цифрової прозорості.

1. IT - Сфера інформаційних технологій / Режим доступу: inneti.com.ua/it/it-produkty/detalnishe-pro-it/pro-it/. 2. Пилипенко А.А. Конкурентна стратегія й формування системи стратегічного управління розвитком інтегрованої структури бізнесу [Текст] / А.А. Пилипенко // Коммунальное хазяйство городов : научно-технический сборник. - 2008. - № 82. - С. 84-91. 3. Львів – потужний центр IT. Знайди себе у Львові. Режим доступу: it-bpo.lviv.ua/it-career/ 4. Микола Оліярник Як інтернетизується Україна Режим доступу: ipress.ua/articles/nedopereinternetyzatsiya_vsiiei_ukrainy_19095.html 5. Сфера інформатизації. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері інформатизації та зв'язку Режим доступу: nkrz.gov.ua/uk/1360082595/1360173216/ 6. ТОП-25 крупнейших IT-компаний Украины, январь-2014: три лидера по три тысячи. - Режим доступу: douua.org/lenta/articles/top-25-january-2014/ 7 Доповідь про стан інформатизації та розвиток інформаційного суспільства в Україні за 2013 рік / Режим доступу: dknii.gov.ua/?q=node/1469

Пецкович М.Д.
Національний університет «Львівська політехніка»

ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ПОТОЧНОГО КОНТРОЛЮВАННЯ

Як відомо, інформація – це відображення реального світу. Це нові відомості, які прийняті, зрозумілі та оцінені її користувачем як корисні.

Найважливішими властивостями інформації є цінність, достовірність та актуальність. Цінність інформації визначається її корисністю та здатністю забезпечити користувача умовами для досягнення мети. Достовірність інформації – це її здатність об'єктивно відображати явища та процеси. Актуальність інформації – це здатність відповідати вимогам поточного періоду.

Крім того, важливо, щоб інформація була об'єктивною, повною, доступною та точною.

Інформація, що необхідна для управління підприємством, відображена у низці документів. Дані є частиною інформації, це подання фактів і подій у формалізованому вигляді. Обробка даних здійснюється наступною послідовністю процесів:

- збір даних – накопичення інформації з метою забезпечення повноти для формування певного рішення;
- формалізація даних – це приведення різних даних до одного вигляду (форми);
- фільтрація даних – усунення непотрібної інформації для прийняття конкретного рішення;
- сортування даних – впорядкування даних за певною ознакою;
- архівація даних – збереження даних у зручний спосіб;
- захист даних – сукупність дій для збереження даних від втрати.

Інформацію можна представити у різних формах, найбільш поширеними формами є: графічна, звукова, текстова, числова, відеоінформація. За способом сприйняття інформацію поділяють на: візуальну, аудіальну, тактильну, нюхову та смакову. А за призначенням виділяють масову, спеціальну та особисту інформацію.

Не менш важливою є якість інформації. Якість інформації – це сукупність властивостей, що відображають ступінь придатності конкретної інформації для досягнення мети.

Інформаційне забезпечення – це сукупність форм документів, нормативної бази і реалізованих рішень щодо обсягу, розміщення і форм організації інформації. Інформаційне забезпечення складається з таких частин:

- методичні та інструктивні матеріали;
- система класифікації та кодування;
- інформаційна база.

Найважливішою частиною інформаційного забезпечення є інформаційна база. Це сукупність упорядкованої інформації.

Інформаційне забезпечення є необхідною умовою управлінської діяльності підприємства. Для того, щоб сформувати управлінське рішення необхідно володіти повною, достовірною, актуальною, об'єктивною інформацією.

Щодо поточного контролювання, то актуальність та достовірність інформації набувають ключового значення. Особливість поточного контролювання полягає в тому, що його здійснення дозволяє вчасно виявити недоліки та відхилення безпосередньо в ході здійснення діяльності, бізнес-процесів, операцій тощо. Здійснення ефективного контролю неможливе без достатнього інформаційного забезпечення. Першим етапом процесу поточного контролювання є інформаційне забезпечення, а потім вже визначення цілі контролю.

Інформаційна база для поточного контролювання формується на основі документів, що відображають дійсний стан підприємства, його діяльність, бізнес-процеси, операції тощо, а також на основі попереднього досвіду та прогнозів на майбутнє.

Інформація про поточний стан дозволяє оцінити ефективність функціонування підприємства та здійснювати поточне контролювання з метою забезпечення високої результативності діяльності.

Сумець О.М., Панченко В.Р.
Національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

СТРУКТУРА АВТОМАТИЗОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ ПРО ВІДХОДИ ОЛІЙНО-ЕКСТРАКЦІЙНОГО ЗАВОДУ

У Державній цільовій програмі розвитку села на період до 2015 р. зазначено, що аграрний сектор є одним із основних бюджетоутворювальних секторів національної економіки, частка якого у зведеному бюджеті України за останні роки становить 8–9 %, а також займає друге місце серед секторів економіки у товарній структурі експорту. Олійно-жирова галузь (ОЖГ) в аграрному секторі національної економіки на сьогодні є однією з ключових. Вона має вельми стабільний розвиток, що робить Україну лідером по переробці та експорту соняшникової олії. Планується у перспективі збільшення виробництва олійних культур і продукції, що отримують з них.

В умовах зростаючої конкуренції на ринку виробників соняшникової олії зростає потреба в створенні та реалізації економічних можливостей для підвищення ефективності й результативності функціонування підприємств олійно-жирового підкомплексу та забезпеченні конкурентоспроможності їх продукції. Для максимальної реалізації економічних можливостей розвитку ОЖГ та зміцнення її позицій на міжнародних ринках необхідно вирішити низку проблем, пов'язаних із раціональним нарощуванням сировинної бази та переробної сфери, підвищенням ефективності їх функціонування, вдосконаленням регуляторної політики держави.

На сьогодні одним із визнаних інструментів реалізації економічних можливостей підприємств ОЖГ є логістична діяльність (ЛД), ефективність якої залежить від рівня управління інформацією на різних фазах виробництва соняшникової олії – приймання й підготовки насіння соняшнику до переробки, процесу безпосередньої переробки насіння в олію, пакування олії, складування і відвантаження споживачеві. Іншими словами, досконалість інформаційної системи управління потоковими процесами підприємства є одним із факторів організації ефективної його ЛД й, зокрема, забезпечення належного стану економічної безпеки.

Технологічний процес отримання олії із насіння соняшника на підприємствах достатньо інформаційно забезпечений і контрольований. Однак, як показав аналіз виробничого процесу, на підприємствах не приділяється належної уваги якісному інформаційному забезпеченню управління відходами. Це є помилковим, оскільки із-за неефективного управління відходами зростають витрати на логістику, що впливає на ріст собівартості й, звісно, ціни реалізації продукції на ринку. Попередні дослідження дозволили встановити, що із-за відсутності інформаційної системи управління відходами (ІСУПВ) на олійно-екстракційних заводах (ОЕЗ) загальні логістичні витрати збільшуються близько на 6,5–11,3%. Це негативно впливає на конкурентоспроможність продукції і на рівень економічної безпеки підприємства. Саме це і визначає один із проблемних аспектів у діяльності підприємств ОЖГ, а саме необхідність створення автономної ІСУПВ у структурі їх загальної інформаційної мережі.

Для підприємств означеної галузі нами виконані відповідні дослідження, що дозволили розробити автономну ІСУПВ у структурі загальної інформаційної мережі ОЕЗ. Запропонована ІСУПВ ОЕЗ базується на автоматизованій системі оперативної реєстрації, обліку, накопичення, синтезу, контролю і передачі інформації про відходи відповідним підрозділам і службам. Вона включає у себе процес задіяння в управлінні потоками відходів ОЕЗ: 1) підсистеми (п/с) реєстрації, збору, накопичення, контролю, аналізу, синтезу і передачі інформації про складування і тимчасове зберігання відходів ОЕЗ, 2) п/с реєстрації, збору, накопичення, контролю, аналізу, синтезу і передачі інформації про транспортування і переміщення відходів ОЕЗ, 3) п/с реєстрації, збору, накопичення, контролю, аналізу, синтезу і передачі інформації про знищення відходів ОЕЗ, 4) п/с реєстрації, збору, накопичення, контролю, аналізу, синтезу і передачі інформації про переробку відходів виробництва (лузги) ОЕЗ (пресування у брикети), 5) п/с обліку і контролю інформації щодо відходів ОЕЗ, 6) п/с накопичення інформації щодо інвентаризації відходів ОЕЗ.

На даний момент часу виконуються підготовчі роботи щодо практичного запровадження ІСУПВ на одному із ОЕЗ Харківської області.

Фещур Р.В., Шишковський С.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ НА ПРОЕКТНИХ ЗАСАДАХ

В умовах посилення глобалізаційних викликів і зростання невизначеності середовища функціонування кардинально змінюються вимоги до інструментів управління інноваційним розвитком підприємств [3]. Це передусім актуалізує пошук дієвих методів розвитку підприємств і їх адаптацію до сучасних ринкових умов. Незважаючи на наявність значної кількості підходів, а також широкий інтерес науковців до цієї тематики, залишається актуальною проблема адаптування різноманітних зарубіжних та вітчизняних методів для отримання найбільшої ефективності їх втілення у практику виробничо-господарської діяльності підприємств.

Серед найпоширеніших підходів до управління розвитком підприємств можна відзначити системний, функціональний, процесний, проектний та ін. При цьому такі підходи досить часто розглядаються відокремлено і сфокусовано на одній концепції, але в процесі їх впровадження переважно витримуються принципи системного підходу для забезпечення їх дієвості.

Дослідженню використання проектного менеджменту в управлінні розвитком підприємств та аналітичних інструментів оцінювання їх рівня присвячено ряд робіт вітчизняних і зарубіжних науковців, а саме: С. Бушуєва, Н. Бушуєвої, В. Верби, О. Кузьміна, В. Рача, В. Самуляка, І. Чумаченка, Н. Чухрай та інших. Теоретичні засади розвитку систем управління досліджені в працях таких науковців, як: Б. Андрушків, І. Ансофф, С. Бушуєв, П. Друкер, О. Кузьмін, Л. Мельник, О. Мельник, Ю. Погорелов, В. Пономаренко, О. Раєвнева, О. Тридід, Й. Шумпетер та ін.

Процесний підхід набув великої популярності на вітчизняних підприємствах. Вітчизняні науковці розробили теоретичні засади та методики управління бізнес-процесами. В. Верба слушно зазначає необхідність гармонізації процесного і проектного підходів з метою досягнення найкращих результатів розвитку підприємств [2]. З цією метою пропонується виокремлення переваг кожного методу і запровадження процесного бачення для управління проектами розвитку. Про доцільність використання саме проектно-орієнтованого управління інноваційним розвитком організацій наголошує С. Бушуєв. Зокрема проекти інноваційного розвитку націлені не лише на зміни в межах проектних цілей на короткому проміжку часу, але й в довгостроковій перспективі з метою забезпечення проактивного розвитку організації [1]. Незважаючи на зауваження М. Марченка, що в практиці діяльності підприємств проектний менеджмент знаходить лише фрагментарне відображення, у сфері розвитку підприємств необхідний перехід до використання інноваційних систем управління. Такі системи базуються на поєднанні бізнес-процесів управління організацією з проектно-орієнтованим підходом до управління програмами розвитку підприємств, що створює передумови для впровадження інноваційних змін [1].

Розглянувши та проаналізувавши розроблені методи управління розвитком підприємств, відзначимо доцільність використання проектно-орієнтованого підходу як ефективного інструменту розвитку підприємств в мінливих умовах їх функціонування. Проектний менеджмент дає можливість забезпечити сталий (еволюційний), а часом і революційний розвиток підприємств, його урівноваженість та керованість шляхом розроблення і впровадження інноваційних програм розвитку.

1. Бушуєв С.Д. Інноваційні механізми управління програмами розвитку / С.Д. Бушуєв, Ярошенко Ф.О., Азаров М.Я.– Київ: Самміт-Книга, 2012. – 528 с. 2. Верба В.А. Гармонізація процесного та проектного підходу до управління розвитком компанії / В.А. Верба // Управління проектами та розвиток виробництва : зб. наук. праць. — 2009. — № 3 (31). – С. 14–22. 3. Тимощук М.Р. Планування соціально-економічного розвитку підприємств: [монографія] / [М.Р. Тимощук, О.Є. Кузьмін, Р.В. Фещур та ін.]. – К.: УБС НБУ, 2007. – 449 с.

Цимбаліста Н.А.*, Бондаренко Ю.Г.**
* Інститут регіональних досліджень
** Національний університет «Львівська політехніка»

АКТИВІЗАЦІЯ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ ЛЬВІВЩИНИ НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ

Сільські території Львівщини володіють значним потенціалом для розвитку туризму і рекреації європейського рівня, адже природно-ресурсний та історико-культурний потенціал області в поєднанні з її вигідним географічним положенням у центрі Європи є достатньою передумовою для розвитку системи санаторно-курортного лікування, сільського туризму та відпочинку, що зорієнтовані як на внутрішнього споживача, так і на обслуговування сегменту в'їзного туризму. Основу природних рекреаційних ресурсів Львівщини складають лікувальні мінеральні води, грязі та розсоли, озокерит, кліматичні умови, ландшафтні, водні та лісові ресурси. При цьому у структурі рекреаційних ресурсів області 30% припадає на ресурси санаторно-курортного лікування [5, с. 103], які можуть створити базу для активізації розвитку порівняно нового для України напряму у сфері рекреації і туризму – медичного туризму, а наявність великої кількості об'єктів історико-культурної спадщини, пов'язаних з історією України та сусідніх країн (зокрема Польщі, Литви) є передумовою для його виходу на міжнародний рівень.

Звичайно, реалізація цієї ідеї вимагає раціонального використання наявних природних ресурсів а також здійснення інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури сільських територій Львівщини (дороги, транспорт, зв'язок, готельно-ресторанні комплекси, розширення мережі агроосель і садиб тощо). Однак, це не єдина причина, що гальмує розвиток туристично-рекреаційної галузі регіону. Зокрема, у Програмі розвитку туризму та рекреації у Львівській області на 2011-2013 рр. до переліку наявних проблем у даній сфері віднесено, в першу чергу, низький рівень взаємодії місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування. Це спричиняє виникнення таких проблем, як: недостатній рівень забезпечення розвитку туризму і рекреації в регіоні; брак туристичної інформації як для самих туристів, так і для підприємств, що працюють в цій галузі; неефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу сільських територій; невиразний образ Львівщини на туристичному ринку [6, с. 5]. Низка вітчизняних вчених також вказують на потребу комплексної підтримки державними органами влади процесів просування туристичного продукту області на внутрішньому та міжнародному ринках і наголошують на необхідності створення єдиної інформаційної системи із повною базою даних про туристичні послуги, маршрути, об'єкти, заклади розміщення туристів та надання інших супутніх послуг [4, с. 142]. Крім того, для туристичних підприємств діяльність, пов'язана із виїзним туризмом, є привабливішою за внутрішній та в'їзний туризм, свідченням чого є той факт, що двома останніми формами туризму займаються лише близько 20% туристичних підприємств області [6, с. 4]. Тому проблема активізації розвитку туристичної галузі регіону на внутрішньому і міжнародному ринках набуває ще більшої актуальності.

Також, слід зауважити, що хоча більшість санаторіїв Львівщини мають власні сайти в інтернеті, що є надзвичайно позитивним моментом, проте більшість із них російськомовні, невелика частина – україномовні, і лише деякі мають функцію мультимовності. Це свідчить про недостатній рівень використання сучасних інформаційних технологій для промоції власного туристського продукту на ринок. Про те, важливим є не тільки створення інформаційного веб-ресурсу, але й його активне просування в мережі Інтернет. Великим кроком вперед у цьому напрямі була реалізація у 2011 р. загальнонаціонального проекту «Курорти та санаторії України», в рамках якого створено консолідовану базу даних про оздоровчий потенціал санаторно-курортних закладів України, видано довідник у друкованій та електронній версії, а також створено веб-портал [1]. Засоби цього порталу дозволяють здійснювати пошук санаторно-курортних закладів декількома мовами (українською, російською та англійською) за різними критеріями, в тому числі на основі впровадження міжнародної системи класифікації хвороб. Разом з тим значна частина іноземних туристів, в тому числі сегменту медичного туризму, бажають поєднувати одержання лікувально-оздоровчих послуг з іншими видами відпочинку: відвіданням місць історично-культурної спадщини, заповідників та природничих парків; знайомством із національною кухнею, місцевими ремеслами, традиціями; активним відпочинком на природі, агротуризмом тощо. Тому ми

погоджуємося з думкою про необхідність розробки заходів щодо комплексної державної підтримки просування національного турпродукту на зовнішні ринки та пропонуємо розробити окремий модуль «Туризм та рекреація» під час впровадження системи електронного урядування в Україні в рамках Національної програми інформатизації [2].

У цьому контексті цікавим є досвід Сполучених штатів Америки, Канади, Великобританії та Бельгії. Зокрема, урядові портали Великобританії (https://gov.uk) та Канади (canada.ca) пропонують онлайн консультації щодо візового режиму та інших умов перетину свого державного кордону іноземцями, а також надають послуги з онлайн реєстрації заявок на отримання віз різних видів. Системи ж електронного урядування США (usa.gov) та Бельгії (belgium.be) просунулися в цьому напрямі значно далі. Зокрема, на урядовому порталі Сполучених штатів у розділі «Рекреація і туризм» розміщена інформація про температуру води та повітря на пляжах в режимі реального часу, історико-культурні пам'ятки та місця країни, туристичні маршрути, національні парки та зоопарки, музеї, бібліотеки, тощо. Також там містяться посилання на туристичні портали окремих штатів та їхніх туроператорів та турагенств. Подібною є структура туристичного модуля електронного урядового порталу Бельгії. Важливою перевагою Бельгійского електронного уряду порівняно, наприклад, з Датським чи Естонським, є його мультимовність – всі розділи доступні на чотирьох мовах: бельгійській, французькій, англійській та німецькій.

Україна зараз знаходиться на третьому з п'яти етапів розвитку електронного урядування, які прийнято виділяти у світовій практиці, а саме: після створення веб-ресурсів різних міністерств та відомств і появи перших елементів інтерактивної взаємодії повинна розпочатися робота над реалізацією повноцінної інтерактивності з можливості здійснювати операції в онлайн-режимі [3, с. 4]. Таким чином, концептуальне формування системи електронного уряду відбувається «знизу-вверх». Однак, на державному рівні архітектура побудови регіональних інформаційних підсистем повинна бути уніфікованою, адже на наступних етапах відбуватиметься консолідація порталів різних служб і відомств аж до створення централізованої електронної системи державного управління та урядового порталу, як єдиної точки доступу до всіх ресурсів та послуг для фізичних та юридичних осіб, резидентів і нерезидентів. На цьому етапі доцільною є реалізація пілотних проектів електронного урядування на регіональному рівні з подальшим обміном досвідом для формування єдиної концепції та технологічної платформи цих порталів. В даний момент в Україні запущені два пілотних проекти електронного урядування: на Дніпропетровщині та Одещині. Рубрика туризму наразі запланована тільки у Дніпропетровську, проте її наповнення ще знаходиться на низькому рівні і є неструктурованим. Тому під час реалізації пілотного проекту з впровадження електронного урядування у Львівській області варто взяти до уваги як вітчизняний, так і зарубіжний досвід, у тому числі, у напрямі розробки державних механізмів підтримки розвитку туристичної галузі на регіональному та загальнодержавному рівнях, що сприятиме активізації розвитку та підвищенню ефективності використання наявного рекреаційного потенціалу.

1. Веб-портал «Курорти та санаторії України» [Електронний ресурс]: режим доступу sankurort.ua/uk/10/ 2. Закон України «Про Національну програму інформатизації» [електронний ресурс]: режим доступу rada.gov.ua 3. Клімушин П.С. Електронне урядування в інформаційному суспільстві: [монографія] / П.С. Клімушин, А.О. Серенок. – Х.: Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2010. – 312 с. 4. Кравців В. Рекреаційний потенціал Львівської області та стратегія його освоєння. / В. Кравців, Б. Матолич, О. Гулич, В. Полюга // Регіональна економіка. – 2002. – № 2. – с.134-143. 5. Руденко В.П. Географія природно-ресурсного потенціалу України. У 3-х частинах: Підручник. / В.П. Руденко - К.: ВД "К. - М. Академія" - Чернівці: Зелена Буковина, 1999. – 568 с. 6. Програма розвитку туризму та рекреації у Львівській області на 2011 − 2013 роки. [Електронний ресурс]: режим доступу loda.gov.ua/wp-content/uploads/2012/09/програма-розвитку-туризму-та-рекреації-на-2011-2013-роки.doc

Чумаченко И.В., Кадыкова И.Н.
Харьковский национальный университет городского хозяйства им. А.Н.Бекетова

ОЦЕНКА ПЕРСПЕКТИВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОДУКТА ПРОЕКТА ВНЕДРЕНИЯ IT-ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ В ВНЗ

Изучение перспектив использования продукта проекта внедрения IT-технологии управления в ВНЗ основывается на выявлении отношения пользователей к программным продуктам типа Bitrix24, что позволит разработать методы контроля выполнения проекта и мероприятия по повышению эффективности использования продукта проекта.

Исследуем отношение потребителей продукта проекта к самому продукту проекта – внедренному программному продукту, автоматизирующему управление участниками процессов на основе клауд-технологии, в ВНЗ. С этой целью построим круги Эйлера (рис. 1), абстрагируясь от конкретного программного продукта и обобщив до отношения широкого круга сотрудников к современным информационным технологиям.

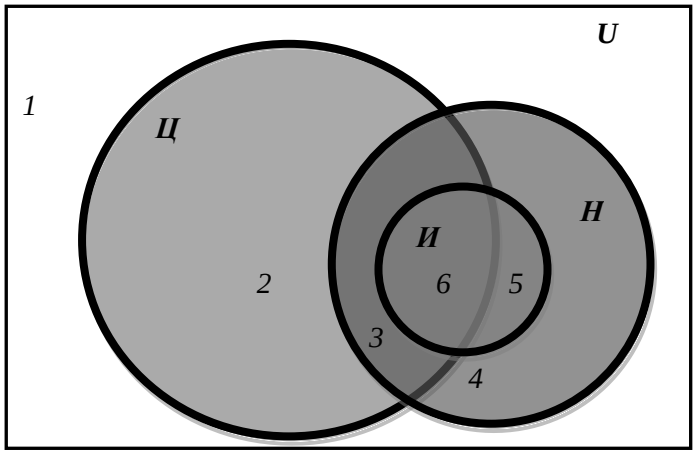


Рис. 1. Круги Эйлера, иллюстрирующие отношение потребителей продукта проекта к продукту проекта

Примем такие обозначения:

Ц – множество сотрудников, которые осознают **целесообразность** использования современных программных продуктов;

Н – множество сотрудников, которые обладают достаточными **навыками** использования различных современных программных продуктов;

И – множество сотрудников, которые **используют** современные программных продуктов;

U – (универсум) – множество всех сотрудников ВНЗ.

Как показано на рис. 1, множество *И* является подмножеством множества *Н*, то есть $И \subset Н$ или $И \bigcap Н = И$. Также из графика видно, что множества *Ц* и *Н* имеют области пересечения, также как и множества *Ц* и *И*, то есть $Ц \bigcap Н \neq \varnothing$ та $Ц \bigcap И \neq \varnothing$.

Для доказательства корректности такого взаимного расположения рассматриваемых множеств определим, что представляют собой области, образовавшиеся на рис. 1 в результате построения кругов Эйлера, и ограниченные замкнутыми контурами. Таких областей шесть:

1 – область, описываемая как $\overline{Ц} \bigcap \overline{Н} \bigcap \overline{И},$ где $\overline{Ц}, \overline{Н}, \overline{И}$ – соответственно дополнения множества *Ц*, множества *Н* та множества *И* до универсума *U*. Это множество сотрудников, которые не понимают целесообразности использования в своей работе компьютерных технологий, не имеют навыков работы с компьютером и, соответственно, за ним не работают.

2 – область, описываемая как $Ц \bigcap \overline{Н} \bigcap \overline{И}$. Это множество сотрудников, которые понимают пользу от компьютерных технологий и специализированных программ, но не имеют достаточных навыков работы с компьютером, а поэтому и не используют их в своей работе.

3 – область, описываемая как $Ц \cap Н \cap \overline{И}$. Это множество сотрудников, которые понимают пользу от компьютерных технологий и специализированных программ, умеют работать компьютером на требуемом уровне, но не используют компьютерные технологии в своей работе. Например, это может быть продиктовано нежеланием (ленью) или технической невозможностью (нет компьютера, или интернета, или т.п.).

4 – область, описываемая как $\overline{Ц} \cap Н \cap \overline{И}$. Это множество сотрудников, которые умеют работать с компьютером, но не видят пользы от активного использования компьютерных программ в своей работе, а поэтому и не используют их. Например, сотрудник имеет какие-то навыки работы в MS Excel, его рабочее место оборудовании компьютером, но когда нужно что-то посчитать, он достает калькулятор.

5 – область, описываемая как $\overline{Ц} \cap Н \cap И$. Это множество сотрудников, которые имеют навыки работы с компьютерными технологиями, при этом не понимают их полезность, но используют в своей работе, например, потому, что так сказал начальник.

6 – область, описываемая как $Ц \cap Н \cap И$. Это множество сотрудников, которые имеют навыки работы с компьютерными технологиями, понимают их полезность, и используют в своей работе. Это идеальный вариант.

Таким образом, всех сотрудников ВНЗ мы условно разделили на 6 групп. В зависимости от того, к какой группе относится большинство сотрудников организации, и разрабатываются те или иные методы работы с коллективом по повышению эффективности использования продукта проекта.

Для определения перечня мероприятий по подготовке сотрудников к использованию внедряемой IT-технологии целесообразно разработать опросный лист для структурных подразделений, например, для кафедры ВНЗ. Студенты и сотрудники кафедры должны предварительно ознакомиться с программным продуктом, поскольку респонденты должны имеют некоторое представление о программном продукте.

Результаты проведенных опросов нанесем на построенные ранее круги Эйлера. Полученный результат будет иметь вид, схожий с представленным на рис. 2.

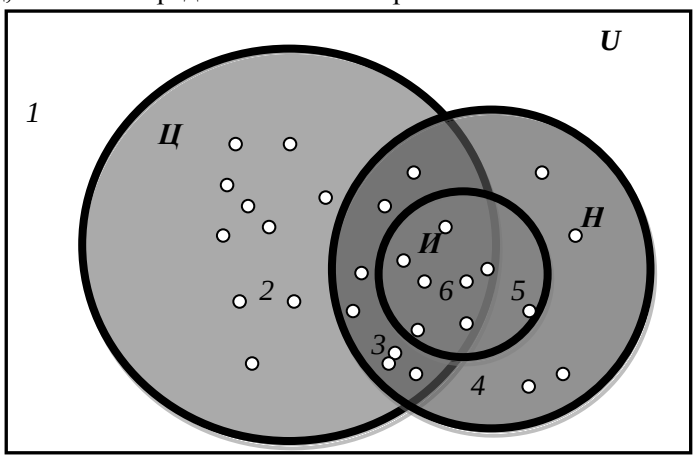


Рис. 2. Результаты опроса сотрудников и студентов кафедры об отношении к продукту проекта

Как показывает проведенный эксперимент, студенты как заинтересованные стороны в использовании продукта проекта, разделяют идею проекта в большей степени, чем сотрудники кафедры, которые также выступают заинтересованными сторонами проекта, однако не все из них разделяют мнение о полезности IT-технологии управления для ВУЗа, либо испытывают определенные трудности в общении с подобным софтом. Этим будет продиктован выбор мероприятий по подготовке сотрудников к использованию внедренного программного продукта.

Чухрай А.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

АНТИСИПАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЯМИ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ДИНАМІЧНИХ ЗМІН

Оскільки сучасне ринкове середовище характеризується активними ринковими перетвореннями і стає все більш динамічним, функціонування у ньому вимагає обґрунтованого й раціонального формування механізмів менеджменту на засадах втілення прогресивних управлінських концепцій. У значній мірі це стосується підприємств машинобудівного комплексу. З одного боку, зростаюча динаміка обумовлює істотну потребу машинобудівних підприємств у додаткових витратах на пристосування до ринкових змін. З другого боку, вітчизняні машинобудівні підприємства під впливом рецесії національної економіки вимушені працювати в умовах скорочення бюджетів, а це значно ускладнює їх функціонування з позиції обмеження ресурсного (інформаційного, часового, кадрового, матеріального, фінансового) забезпечення їхньої діяльності.

Високий рівень невизначеності, мало-прогнозованості та нестабільності ринкового середовища ставить ускладнює швидке реагування суб'єктів господарювання на динаміку ринку. Вчені О. Кузьмін, О. Мельник та М. Адамів вірно відзначають «… критичне зростання дефіциту часових та інформаційних ресурсів для формування обґрунтованих управлінських рішень, що значно інтенсифікує загрозу запізнілого або неадекватного реагування на зміни умов діяльності підприємств..». Дослідники пропонують використовувати принципи антисипативного управління, що на їх думку «…спрямоване на випередження усіх можливих подій внутрішнього та зовнішнього оточення на засадах ідентифікування слабких сигналів у середовищі функціонування підприємницьких структур…». Актуальність впровадження та використання антисипативного управління на підприємствах зумовлена тим, що цей вид управління забезпечує максимально можливий рівень підготовки суб'єктів господарювання до потенційних явищ середовища функціонування в сучасних умовах діяль-ності.

На теоретичному рівні особливості антисипативного управління та проблеми його реалізації стали предметом досліджень когорти науковців, зокрема, М.Є. Адамів, І.В. Баклана, Н.Д. Богоніколоса, Л.С. Гур'янової, Л.І. Єгорової, Т.С. Клебанової, О.Є. Кузьміна, Ю.Г. Лисенка, О.Г. Мельник, О.В. Мороза, Ж.В. Поплавської, А.Т. Роговича, Р.А. Руденського, О.А. Сметанюк, Еліни Хілтунен, Перті Куоканена, Войко Потокана, Вільяма Ешлі та Джеймса Моррісона та ін.

Антисипативне управління передбачає усунення різких коливань, які виникають під час діяльності підприємства та які можуть зашкодити стабільності діяльності підприємства. Впродовж окремого періоду часу та при мінімальних витратах завдяки антисипативному управлінню здійснюється перехід до формування нових планів в межах раніше визначених стратегічних цілей діяльності підприємства. Застосування антисипативного управління дає змогу організації випередити настання та вплив будь-яких непередбачуваних змін середовища функціонування. Тобто підприємство отримує здатність підготуватися до різноманітних потенційних явищ за допомогою раннього виявлення неочікуваних подій, передбачення найбільш ймовірного їхнього розвитку та розроблення на цій основі сукупності превентивних заходів.

Важливе місце в цьому процесі займають методи дослідження слабких ринкових сигналів, як ранніх ознак можливих змін і настання нових ситуацій. При цьому набір використовуваних методів досить широкий: від якісних методів, орієнтованих насамперед на залучення експертів і використання їх знань і досвіду, до кількісних методів економіко -математичного моделювання, які забезпечують незалежність одержуваних результатів від суб'єкта, що реалізує метод або модель.

Якісні моделі і методи аналізу слабких сигналів застосовуються в основному на етапі формулювання гіпотез, постановки завдань, виділення помітних ситуацій, коли відсутні аналітичні форми подання даних і опису залежностей. Серед таких методів можна виділити методи типу мозкової атаки, орієнтовані на генерування нових ідей; методи типу сценаріїв, що відображають логічну послідовність подій або можливі варіанти вирішення проблеми; методи експертних оцінок. Фактично, мова йде про *стратегічну систему раннього виявлення*, яка є центральною у сфері управління бізнес-моделями машинобудівних підприємств.

Кількісні моделі і методи аналізу слабких сигналів орієнтовані насамперед на виявлення закономірностей, формальне підтвердження або спростування гіпотез, уявлення слабких сигналів у вигляді числових масивів, з можливістю їх подальшої обробки. Зміна бізнес-моделі пов'язана з тривалими тимчасовими термінами. Фахівці, які розробляють або адаптують бізнес-модель, повинні розуміти, як ситуація розвиватиметься в перспективі, щоб скоректувати її, адже внесення змін у бізнес-модель підприємства пов'язане з додатковими витратами і певними обмеженнями.

Втім, важливою передумовою адаптування бізнес-моделі є наявність на підприємстві оперативної системи раннього попередження. Якщо стратегічна система показників раннього виявлення виконує стратегічну функцію, то оперативна система раннього попередження підтримує оперативне планування і управління. Менеджери, які приймають управлінські рішення на оперативному рівні (розробляють короткострокові плани і працюють насамперед з фактами), потребують конкретних відомостей щодо змін на ринку, чинників, який здійснять найістотніший вплив на ринок найближчими місяцями які заходи можуть бути вжиті. В даному випадку йдеться швидше про випередження подій, а не про розпізнавання тенденцій, що вимальовуються у далекому майбутньому.

Процес перегляду бізнес-моделі повинен ініціюватись безпосередньо під впливом потреб ринку та вибору моделі замовниками, які повинні розглядатися як основні донори на додаток до власного капіталу акціонерів. Бізнес-модель має нестійкий характер і робота над нею вимагає безперервного аналізу в контексті оцінювання зовнішнього та внутрішнього середовища щодо конкурентоспроможності підприємства. Близькість бізнес-моделі до задоволення потреб клієнтів визначається через ланцюг вартості, який включає виявлення потреб клієнта, адаптацію внутрішніх процесів до їх виконання, і поставки товарів або послуг (цінності) до клієнта.

На практиці існує два альтернативних підходи до розвитку бізнес-моделі машинобудівного підприємства: реінжиніринг (кардинальна зміна бізнес-моделі) та адаптування (часткова зміна бізнес-моделі). Глибина змін, які будуть проводитись на машинобудівному підприємстві, залежить насамперед від зміни зовнішнього середовища, стану внутрішнього середовища, цілей і завдань підприємства та величини «стратегічної прогалини» у його діяльності.

Динаміка зміни бізнес-моделі буде залежати також від виду діяльності машинобудівного підприємства. Відповідно до КВЕД ДК 009:2010, який відповідає європейській Класифікації видів економічної діяльності (NACE, rev.2) і набув чинності з 01 січня 2012 р., у підсекції за номерами 27- Виробництво електричного устаткування та 28- Виробництво машин і устаткування, наприклад у традиційних секторах, таких як сільськогосподарське чи гірничодобувне машинобудування, зміни бізнес-моделей будуть нечастими. Для технологічних сфер машинобудування, наприклад, у підсекції 26 - Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції зміни бізнес-моделей можуть бути дуже поширеним явищем. Косметичні зміни, які часто приймаються менеджерами, не дають змоги радикально змінити бізнес-модель, а також змінити механізми створення вартості для акціонерів і самого підприємства. Тому часто вітчизняні машинобудівні підприємства тривалий час дотримуються своїх неефективних бізнес-моделей, а керівники тільки споглядають процес реалізації стратегій, які в багатьох випадках не можуть обійтися без належного дозволу на зміну бізнес-моделі.

Залежно від природи та специфіки прогалини розрізняють комплексні або специфічні, довго- або короткострокові, перспективні або поточні, загальні або локальні та інші проблеми. Чітке уявлення про наявні проблеми, джерела та їх можливий розвиток дає змогу приймати обґрунтовані рішення щодо способу зміни бізнес-моделі з метою уникнення або пом’якшення впливу на підприємство та окремі його підсистеми. Тільки при комплексному підході до вдосконалення функціонування підприємства, зміцнення його потенціалу та ринкових позицій можна розв’язати проблему заповнення стратегічної прогалини за рахунок розробки обґрунтованих взаємопов’язаних стратегій, тобто «стратегічного набору».

СЕКЦІЯ 4.
HR-МЕНЕДЖМЕНТ У ВЗАЄМОДІЇ МІЖ УЧАСНИКАМИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ

Адамів М.Є., Луцик Є.О.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПРОБЛЕМИ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО АНТИСИПАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

У сучасних висококонкурентних, динамічних та доволі невизначених умовах функціонування підприємства як активні суб'єкти ринкового середовища повинні мати достатній рівень підготовки до майбутніх змін внутрішнього і зовнішнього середовища з метою постійного формування та зміцнення власних конкурентних переваг. За таких обставин для суб'єктів господарської діяльності вже недостатнім є лише пристосування до потенційних явищ, натомість, виникає потреба у їх цілеспрямованому завчасному визначенні з метою ухвалення якісних випереджувальних рішень щодо подолання загроз чи використання шансів умов функціонування. У цьому ракурсі актуальним видається впровадження та використання інноваційного антисипативного менеджменту на підприємствах, що у взаємодії із слабкими сигналами про майбутні зміни середовища функціонування дозволяє ефективно використовувати можливості або ліквідовувати загрози умов діяльності на основі їх своєчасного врахування з метою забезпечення прогресивного розвитку суб'єктів господарювання.

Здійснення антисипативного управління на підприємстві не може бути ефективним без належного ресурсного забезпечення. Ресурсне забезпечення цього виду управління характеризує можливість залучення достатніх фінансових коштів, добір кваліфікованих кадрів у цій сфері, придбання інформації про слабкі сигнали середовища функціонування та спеціалізованих програмних продуктів. В умовах становлення антисипативного управління на вітчизняних підприємствах виникає доволі багато різноманітних проблем щодо його ресурсного забезпечення.

Однією із вагомих та невід'ємних складових ресурсного забезпечення антисипативного управління на підприємствах є кадрове забезпечення. Адже для ефективного виконання значної частини антисипативних завдань необхідними є різноманітні вміння та здібності аналітичного, математичного, інтуїтивного, креативного характеру кваліфікованих фахівців. В сучасних умовах, коли досвід використання антисипативного управління ще не встигнув накопичитися на вітчизняних підприємствах, виникає проблема складності раціонального пошуку та адекватного вибору працівників, які б володіли необхідними вміннями й навиками для якісного здійснення антисипативних операцій, на посади менеджерів і фахівців у цій сфері.

Щодо проблем інформаційного забезпечення антисипативного управління на вітчизняних підприємствах, то тут з'являється проблема складності пошуку і визначення таких спеціалізованих джерел, які можуть містити цінну інформацію про слабкі сигнали у різних сферах середовища функціонування підприємства. Оскільки антисипативна інформація часто характеризується «ексклюзивним» характером, то виникає також проблема обмеженості та складності доступу до певних інформаційних джерел про слабкі сигнали середовища функціонування.

Для якісного й оперативного виконання завдань та операцій антисипативного управління необхідною є наявність та адекватне застосування спеціалізованих програмних продуктів. В умовах низького рівня досвіду використання таких програм у цілях антисипативного управління на вітчизняних підприємствах виникає проблема складності раціонального вибору, придбання та цілеспрямованого застосування необхідних програмних продуктів для ефективного виконання антисипативних завдань.

Якісне та результативне здійснення антисипативного управління вимагає достатнього фінансового забезпечення, адже вартість потреб цього виду управління є доволі високою: оплата за навчання та тренінги для працівників, які залучені до антисипативного управління, придбання інформації про слабкі сигнали, купівля спеціалізованих програмних продуктів тощо.

Врахування вищенаведених проблем та їх результативне вирішення сприятиме ефективному впровадженню антисипативного управління на вітчизняних підприємствах з метою забезпечення їх інноваційного ефективного розвитку у сучасних складних умовах функціонування.

Адамів М.Є., Яскевич В.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

КЛЮЧОВІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ КРЕАТИВНИХ КОЛЕКТИВІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

В сучасних умовах загострення конкурентної боротьби на вітчизняних та міжнародних ринках, несприятливої економічної ситуації в державі, поширення регресивних тенденцій розвитку вітчизняних підприємств за різними сферами їх функціонування перед керівниками виникає проблема у збереженні існуючих позицій на ринку та забезпеченні ефективності діяльності. За таких обставин, коли значна частина суб'єктів господарювання функціонує в умовах ресурсних обмежень (фінансових, матеріальних), відновлення діяльності та забезпечення подальшого розвитку підприємств уможливлюється на основі цілеспрямованого використання креативного потенціалу працівників як дієвого рушія якісних організаційних перетворень. Мова йде про доцільність формування креативних колективів на підприємствах, що зосереджують творчих, ерудованих, ініціативних особистостей, які здатні продукувати принципово нові, нестандартні, оригінальні заходи щодо вирішення складних кризових проблем чи забезпечення різноаспектного прогресивного розвитку підприємницьких структур.

На сучасному етапі дедалі більше авторів зацікавлюються тематикою креативних колективів. Креативний підхід до менеджменту спрямований на всебічне розкриття творчих здібностей особистостей, тоді як традиційний підхід ґрунтується на виконанні працівниками жорстко встановлених правил, не підтримуючи виявлення ними жодних ініціатив. Формування та розвиток креативного підходу до менеджменту дозволяє підприємству перманентно здобувати нові конкурентні переваги, розкривати та розвивати творчий потенціал персоналу, зміцнювати результативність співпраці між різними працівниками тощо.

Вагомий внесок у розвиток креативних угрупувань здійснили О.Є.Кузьмін та О.Г. Мельник [1], розглянувши процеси утворення та ключові риси формальних і неформальних груп; Р.Дафт [2], розкривши характерні ознаки креативних особистостей, груп та венчурних команд; О.О. Горячка [3-4], визначивши сутність креативних колективів на підприємствах, сформувавши їх комплексну типологію, з'ясувавши роль інноваційних креативних колективів у забезпеченні розвитку підприємства та підвищенні його інвестиційної привабливості. Креативний колектив – це сукупність осіб, що об'єднались з метою розроблення пропозицій, механізмів, заходів щодо інноваційного розвитку підприємства, а також вирішення проблем його функціонування [3]. Поряд з цим, у вищерозглянутих літературних джерелах не приділено достатньої уваги проблемам формування та функціонування креативних колективів, які можуть виникати на підприємствах.

Формування та функціонування креативних колективів на підприємстві супроводжується низкою проблем, які доцільно об'єднати у такі групи: фінансово-економічні, соціально-психологічні, організаційні, часові, інформаційні проблеми.

До ключових фінансово-економічних проблем слід віднести :

- зростання ресурсних потреб в умовах формування креативного колективу (фінансових, технічно-майнових, інформаційних тощо);
- відсутність чіткого економічного обґрунтування діяльності креативного колективу у зв'язку із невизначеністю економічної ефективності його подальшого функціонування;
- зростання фінансового ризику в умовах високого рівня невизначеності фінансових результатів діяльності креативного колективу.

Часові проблеми відображають часові параметри та характеристики функціонування креативного колективу, а саме :

- наявність часового лагу між зародженням креативної ідеї та отриманням результатів від її успішного впровадження;
- часова нерегламентованість креативного процесу (творча особистість не завжди може продукувати цікаві та варті уваги ідеї, а лише у певний момент, коли присутнє натхнення і сприятливі для цього умови).

Група інформаційних проблем включає:

- складність формування системи інформаційного забезпечення роботи креативного колективу у зв'язку із нестандартністю їх діяльності, потребою не лише у внутрішній різнобічній інформації про стан підприємства, але й у спеціалізованій та «ексклюзивній» інформації для ухвалення креативних рішень;
- відсутність належної документації щодо регламентування діяльності креативного колективу.

Соціально-психологічні проблеми формування креативних колективів складають одну із найбільш вагомих та важливих груп проблем у цій сфері. Адже, в сучасних умовах більшість керівників не приділяють належної уваги потребам вищого порядку у їхніх працівників, а ставлять їх в рутинні, одноманітні умови праці. До цієї групи проблем можна віднести:

- неналагодженість системи мотивування членів креативного колективу, неадекватний вибір методів стимулювання у зв'язку із необхідністю задоволення особливих потреб креативних працівників;
- психологічний тиск на членів колективу (упереджене ставлення до членів креативного колективу зі сторони інших працівників підприємства через особливий статус, кращі умови праці та особливі винагороди);
- існування опору щодо формування креативного колективу з боку інших працівників підприємства через незрозумілість сутності та важливості креативного колективу для підприємства;
- складність пошуку та добору працівників із необхідними якостями для роботи у креативному колективі;
- існування «традиційної» ієрархічності у відносинах «керівник – підлеглий» (наявний лідер чи керівник колективу може відкидати пропозиції членів-колективу, використовуючи при цьому «права» свого статусу);
- пасивність керівників підприємств у формуванні креативного колективу через нерозуміння ролі таких груп у процесі розвитку підприємства.

Група організаційних проблем включає:

- нераціональне упорядкування організаційної структури управління підприємства відповідно до цілей креативного колективу (вибір форми утворення креативного колективу, забезпечення взаємозв'язків з іншими підрозділами підприємства);
- змістова невизначеність завдань і функцій членів креативного колективу;
- збільшення організаційної роботи у зв'язку із частими змінами складу членів колективу;
- складність розподілу завдань між членами креативного колективу тощо.

Креативні колективи відіграють важливу роль у забезпеченні ефективного функціонування та інноваційного розвитку підприємства, оскільки вони покликані не лише розробляти шляхи подолання існуючих проблем, але й ініціювати та продукувати різноманітні пропозиції та ідеї щодо інноваційних перетворень у різних сферах функціонування підприємства. Усвідомлення проблем формування та функціонування креативних колективів дає змогу менеджерам та фахівцям ефективно створювати такі угрупування на їхніх підприємствах з метою забезпечення безперебійного прогресивного розвитку.

1. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: [підручник] / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. - [вид. 2-ге, випр., доп.]. – К.: «Академвидав», 2007. – 464 с. 2. Дафт Р.Л. Менеджмент / Ричард Л. Дафт. – СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 832 с. 3. Кузьмін О.Є. Сутність та типологія креативних колективів на промислових підприємствах / О.Є. Кузьмін, О.О. Горячка // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. - № 714. – С. 22-27. 4. Горячка О.О. Роль інноваційних креативних колективів у забезпеченні розвитку підприємства / О.О. Горячка // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України: збірник науково-технічних праць. – Львів: НЛТУ України. – 2011. – Вип. 19.4. – С. 295-299.

Алєксєєв І.В., Костюк М.В., Мороз А.С.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПРОБЛЕМИ ІНЖЕНЕРНО-ЕКОНОМІЧНОЇ І ФІНАНСОВОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ

Побудова економіки знань, про яку говорять провідні вітчизняні науковці і практичні працівники, вимагає великих змін, як в системі самої освіти, так і в системі замовлень з боку державних органів влади та управління, промисловців і підприємців. Тільки спільні зусилля замовників і виконавців освітніх послуг можуть забезпечити бажаний результат, яким має бути розвинута економіка, високий рівень добробуту українського суспільства. Загальновизнано, що зазначені цілі можуть бути досягнуті в результаті побудови інноваційної економіки, яка б надала суттєві конкурентні переваги вітчизняним товаровиробникам. Одним з ключових аспектів переведення економіки на інноваційні рейки є підготовка кадрів, в тому числі фінансистів.

Розвиток економіки, і тим більше інноваційний розвиток вимагає насамперед високоосвічених людей, висококваліфікованих фахівців для багатьох спеціальностей. Зокрема це стосується підготовки економістів різних напрямів підготовки та спеціальностей. Багато років ведеться послідовна робота з удосконалення економічної освіти. Змінювалися спеціальності, впроваджувалися освітньо-кваліфікаційні рівні молодшого спеціаліста, бакалавра, спеціаліста, магістра і напрями підготовки, визначалися галузі знань, переглядалися терміни навчання. Водночас змінювався зміст навчальних дисциплін, розставлялися нові акценти щодо фахового спрямування, компетенцій майбутніх фахівців. Однак, усі ці внутрішні освітянські трансформації не завжди встигали за розвитком економіки, її вимог до підготовки фахівців, які мають з економічної точки зору спрямовувати розвиток окремих підприємств, їх об'єднань, секторів економіки, територіальних виробничих угруповань тощо.

Одним з ключових напрямів розвитку української економіки є інноваційний. Проте, саме інноваційні ідеї вимагають від економістів особливої підготовки, яка б, по-перше, давала змогу правильно оцінювати зміст і перспективи інноваційних пропозицій і, по-друге, кваліфіковано визначати обсяги, джерела та етапи фінансування таких проектів. Тобто фінансист має розумітися не лише на фінансовому інструментарії, а мати достатньо ґрунтовну підготовку щодо бачення перспектив розвитку різних секторів економіки, економіки територій. На превеликий жаль сучасна навчальна програма підготовки фінансистів, а також фахівців інших економічних спеціальностей, не відповідає зазначеним потребам. Навчання зведене до підготовки операціоністів, які мають непогані знання та навички щодо реалізації окремих фінансових операцій, планування та звітності діяльності підприємств і організацій. Натомість навіть на магістерських програмах, де саме й мають надаватися знання та навички глибокої аналітичної роботи, прогнозування діяльності, як короткострокової, так і довгострокової, відсутні необхідні терміни навчання, а відповідно й змістове наповнення дисциплінами зазначеного спрямування. Необхідно надати можливості університетам самим визначати не менше половини навчальної програми відповідно до тих потреб, які мають території, де розташовані навчальні заклади і підприємства – замовники освітніх послуг. Хоча достатньо лише 30-40% навчальних програм залишати за так званими нормативними дисциплінами, склад яких затверджувався би централізовано. Відповідно до запитів замовників університети готуватимуть науково-педагогічний персонал, а той, у свою чергу, майбутніх фахівців. При цьому важливо сформувати фахівців такого ґатунку, які б вільно могли спілкуватися з інженерно-технічними працівниками, з фахівцями агропромислового сектору, медицини, фармації,енергетичних, хімічних та інших видів економічної діяльності. Це не означає, що одного фахівця слід навчити усіх без виключення видів технологій. Проте вкрай важливо, щоб фахівець був підготовлений до сприйняття самого «технологічного підходу», тобто розумів, що окрім формування й використання коштів різноманітних фондів існують ще особливості, притаманні іншим видам діяльності, наприклад у будівництві, на транспорті і таке інше. Надолужити зазначені прогалини можна в університетах, де сконцентровані кафедри і фахівців різних профілів діяльності, в зв'язку з чим виглядає надуманою аргументація на користь «профільних» навчальних закладів. Таку аргументацію можна сприймати не з точки зору користі для підготовки фахівців і задоволення потреб замовників (підприємств, організацій, установ), а лише як важіль впливу на розподіл державного замовлення для вищих навчальних закладів, тобто як інструмент конкурентної боротьби між освітніми установами. Проте національні інтереси мали б бути визначені інакше – як інтереси суб'єктів господарювання, які віддадуть перевагу саме тим фахівцям,

які найбільше відповідають запитам інноваційної економіки і конкретного сегменту ринку, які підготовлені не стільки до деякого абстрактного централізовано затвердженого стандарту, що обіймає 85 відсотків навчальної програми, а наближений до запитів товаровиробників – замовників підготовки і перепідготовки фахівців.

Щодо правильного сприйняття технологічних особливостей різних видів діяльності, в тому числі оцінювання інженерних розробок, то це вимагає від економіста доволі ґрунтовної підготовки, яку у попередні періоди забезпечувала інженерно-економічна освіта. На думку деяких фахівців з вищої освіти галузева спрямованість інженерно-економічної підготовки була фактором розпорошування державних коштів, непотрібного дублювання змісту суто економічних дисциплін при нібито незначній частці інженерної складової, яку вважалося можна надолужити безпосередньо на тому підприємстві, де буде працювати фахівець. Така точка зору взяла гору і підготовку економістів зробили більш універсальною, ще скоротивши блок інженерно-технічних дисциплін. Певною мірою інженерно-економічну освіту мала б замінити підготовка менеджерів. Проте, нинішні менеджери за змістом своїх навчальних програм і близько не нагадують інженерів-економістів. А склад дисциплін, що пропонуються для вивчення значною мірою нагадує підготовку фахівців з галузі знань «Економіка і підприємництво». Звичайно слід наголосити й на недоліках підготовки інженерів-економістів, яка надто звужувала сферу їх діяльності лише орієнтацією на цехову роботу і підготовку техпромфінпланів, техтрансфінпланів та інших планових документів, притаманних добі централізованої економіки. Такі плани виступали певними аргументами у здобутті підприємствами необхідних ресурсів, що планово розподілялися галузевими міністерствами. Порівнюючи їх з правилами функціонування сучасного бізнесу, можна сказати, що вони виконували у специфічний директивний період роль нинішніх бізнес-планів, які також є лобістським інструментом для здобуття перемоги у тендерах, при обґрунтуванні проектів і програм. Безперечно, інженерам-економістам попередньої доби при відсутності інновацій бракувало також деяких знань, зокрема фінансової і бухгалтерської підготовки.

Натомість сучасним фахівцям (менеджерам, економістам різних спеціальностей) бракує розуміння інженерно-технічних інновацій. Вони чудово орієнтуються у бухгалтерських проводках, можуть побудувати схему наповнення бюджетних і позабюджетних фондів, розміщення цінних паперів на ринку, але їм бракує інженерного чуття, яке є важливим у визначенні перспективних напрямів розвитку підприємств, секторів економіки, економіки держави в цілому. Особливо слід сказати про фінансистів, від яких залежить, і бюджетне фінансування з бюджетів різних рівнів, і кредитування комерційними банками, і співпраця з фінансовими компаніями. Комерційний успіх будь-якого суб'єкта господарювання часто-густо залежить не лише від унікальної інноваційної пропозиції, не тільки від наявності надсучасної технології, а насамперед, від своєчасного фінансування процесів придбання ліцензій на виробництво того чи іншого ринково перспективного виробу, закупівлі необхідного устаткування та обладнання, укладання угод на постачання необхідних сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, інструментів тощо. А от прийняття управлінського рішення щодо такого фінансування, або залучення кредитних ресурсів значною мірою залежить від розуміння фінансовими керівниками змісту й перспектив запропонованих заходів. Необхідно уміти достатньо точно оцінювати технічні і технологічні переваги нового виробу чи послуги, яка надаватиметься. Саме такі навички мали б отримати фахівці з економіки, зокрема з фінансів. Це вимагає інтеграції фінансової та інженерно-економічної складових при навчанні економістів-фінансистів.

Здійснити запропоноване можливо як на рівні підготовки бакалаврів, шляхом введення двох-трьох інженерно-технічних (або агрономічних тощо) дисциплін, так і на рівні магістра за умови його підготовки не менше півтора року. При двохрічному навчанні введення на магістратурі трьох-чотирьох інженерно спрямованих дисциплін було б абсолютно доцільним. Включення таких дисциплін до навчальної програми магістрів надавало б майбутнім фахівцям можливість кваліфіковано оцінювати інноваційні проекти і програми, приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо їхнього фінансування чи кредитування. Пропонувати оптимальний набір фінансових інструментів для вирішення зазначених проблем. Система підготовки фахівців має змінюватися, однак не слід забувати, що одним з провідних принципів в економіці знань є навчання упродовж усього життя. Це означає, що поряд з підготовкою, має розвиватися й перепідготовка фахівців. Вищим навчальним закладам у цьому процесі належить неабияка роль, адже вони володіють потужним науковим потенціалом і при залученні практичних працівників можуть слугувати базою для перспектив перепідготовки кадрів.

Васьків Р.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ, ЩО ВПЛИНУЛИ НА РИНОК ПРАЦІ ТА ІННОВАЦІЇ У КАДРОВІЙ СФЕРІ

HR-сфера, управління персоналом та розвиток працівників зазнали значних змін. Глобальне економічне зростання послужило причиною виникнення нового рівня конкуренції серед спеціалістів. HR-підрозділи стали намагатися робити акценти на взаємодії команд, а не на зменшенні витрат. Технологічні компанії, що розвиваються найінтенсивніше та інші компанії відчувають дефіцит спеціалістів, що затребувані на ринку праці. Роботодавці все більшу увагу почали приділяти HR-бренду. Також простежується дефіцит і в справжніх лідерах. Тому HR-департаменти змушені постійно оновлювати стратегію та адаптуватися[2].

Згідно дослідженню Deloitte's Human Capital Trends 2014, основні проблеми, що стоять перед компаніями у 2014 році: лідерство, утримання та залучення талантів («війна за таланти»). Люди все більш комфортно стали себе почувати, змінюючи роботу. Компанії, які не зможуть залучити в роботу представників «покоління Y», опиняться в програші. В співробітників поступово змінюються пріоритети та бачення перспективи, для них все важливішою стає робота, яка має суспільне значення, проте такі параметри, як інтерес та хороша оплата досі відіграють важливу роль[1].

Варто відмітити значний вплив мережі інтернет з початку її виникнення на HR-сферу. Інтернет вплинув на брендинг роботодавця, внутрішні комунікації та залучення талановитих співробітників. Численні зміни, навіть сприятливі, були руйнівними, змушуючи спеціалістів із людських ресурсів докорінно переглядати методи роботи.

Перед епохою інтернету роботодавці могли формувати свій бренд на свій розсуд. Для того щоб позиціонувати себе, наприклад, як «компанію з культурою інновацій» організація просто поміщала дану фразу у корпоративну брошуру. Кандидати, працівники і випускники могли мислити по-іншому, проте нічого з цим зробити не могли. Всесвітня мережа позбавила частини влади роботодавців. Такі сайти, як: Glassdoor та JobeeHive, дозволяють колишнім та чинним працівникам анонімно описувати реальні переваги та недоліки свого місця праці. Якщо репутація роботодавця не відповідає реальності, люди швидко дізнаються про це.

HR-спеціалісти пройшли адаптацію до нової реальності. Кмітливі менеджери по підбору талантів читають анонімні відгуки та доручають агентствам вияснити, що саме працівники, менеджери та клієнти думають про компанію, формуючи справжній і прозорий імідж роботодавця.

До появи інтернету внутрішні комунікації були доволі простими. Публікувався тижневий або місячний бюлетень, який доставлявся у поштові скриньки. Інформація про корпоративні заходи розміщувалася на дошках оголошень по всьому офісу. З появою інтернету цей процес став більш інтерактивним. Перед відділом внутрішніх комунікацій постала задача створити внутрішню мережу (інтранет), для якої необхідні дизайн, контент та постійна підтримка. HR-професіонали більше не могли чекати місяць до наступного оновлення. Електронна пошта замінила паперові бюлетні.

Останнім часом починає поширюватися практика використання соціального інтранету (ESN Enterprise Social Network). Він має ряд переваг у разі використання організацією, таких як: швидкість впровадження, позитивне сприйняття колективом, створює та зміцнює горизонтальні зв'язки, значно прискорює прийняття рішень та комунікації, дозволяє швидко отримувати зворотній зв'язок; схема використання інтранету наведена на рисунку 1.

Аналізуючи тенденції залучення талантів, якщо раніше рекрутери розміщували оголошення про вакансії у газетах, кандидати відправляли по пошті або факсу паперові резюме, після ж очікували телефонного дзвінка. Тобто до дзвінка із запрошенням на інтерв'ю жодних комунікацій не передбачалося.

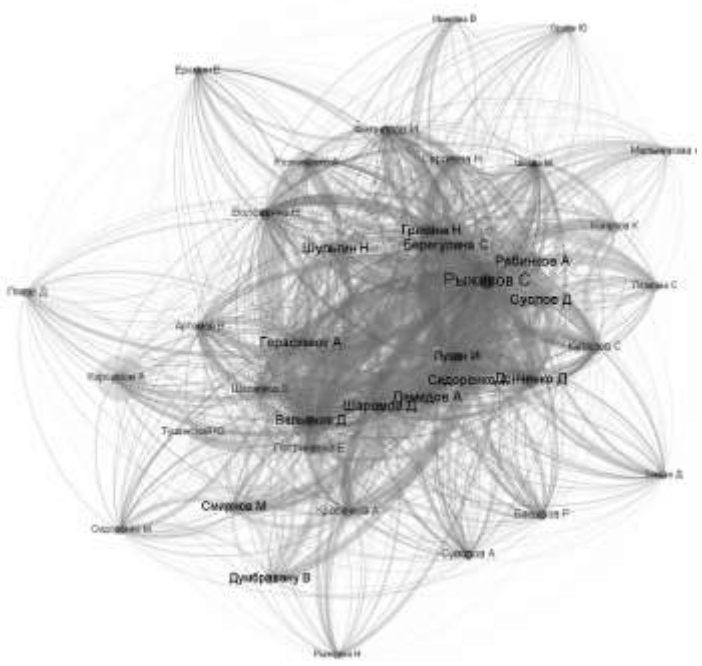


Рис. 1. Схема використання соціального інтранету (ESN)

Інтернет уможливив комунікації з обох сторін, сьогодні як менеджери по підбору персоналу, так і кандидати активно шукають таланти на job-сайтах та в соціальних мережах. Кандидати також очікують, що на їх питання будуть отримані оперативні відповіді та що вони зможуть відгукнутися на вакансію з мобільних пристроїв.

Це означає, що передові компанії повинні мати свої профілі в соціальних мережах, а у відділах пошуку та підбору персоналу вимагається окремий менеджер з повноваженнями оперативно відповідати на запити та скарги, щоб не постраждав бренд роботодавця.

Ринок залучення талантів є одним з найбільш швидко змінних частин сфери роботи із персоналом, нові інтернет-платформи для цього напрямку починають працювати ледь не кожен місяць. Тому HR-командам необхідно орієнтуватися на використання аналітики, BigData та широкого пулу соціальних мереж, також все важливішим стає бренд роботодавця (HR-бренд). Здатність залучати нові таланти залежить і від рівня залучення вже працюючого персоналу.

Глобальні тенденції, що впливають на ринок праці це демографічний тренд, дефіцит трудових ресурсів, прорив інформаційних технологій. Отже рушійними силами, викликаними глобальними тенденціями, що впливають на процеси управління персоналом є: зміни у глобальній економіці, демографічні проблеми, дефіцит ресурсів, цифрові технології та прорив в області технологій, соціальна відповідальність, соціальні мережі, глобальна мобільність, розбіжності між поколіннями, пришвидшення розвитку міст.

1. Bersin by Deloitte's Predictions for 2014 today [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: marketing.bersin.com/predictions-for-2014.html 2. The Year of the Employee: Predictions For Talent, Leadership, And HR Technology In 2014 [Електронний ресурс]/Forbes: інтернет-журн. – Dec 19, 2013. – Режим доступу: URL: forbes.com/sites/joshbersin/2013/12/19/ten-predictions-for-talent-leadership-and-hr-technology-in-2014/

Гвоздь М.Я.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПРІОРИТЕТИ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ МАШИНОБУДІВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Розвиток економіки та економічних відносин в Україні відбувається дуже швидкими темпами. Це явище - наслідок трансформаційних процесів, які спостерігаються в економіці за останні роки. Для того, щоб вітчизняним машинобудівним підприємствам успішно функціонувати на ринку, потрібно прийняти виклики, які кидає сучасна економіка підприємцям. Сьогоднішнє ринкове середовище вимагає від своїх учасників високоякісної продукції, оптимальної ціни на товари чи послуги, швидкої реакції на зміни у смаках споживачів і т.д. Щоб задовольнити вимоги ринку керівникам підприємств доводиться шукати та застосовувати нові підходи до управління підприємствами. Вивчаючи фахову літературу, вчені виділяють наступні наукові підходи до менеджменту підприємств: традиційний, системний, ситуаційний, функціональний та процесний або процесоорієнтований. В умовах сьогодення, все більшої популярності серед теоретиків та практиків набирає процесний підхід.

М. Хаммер у своїй книзі «Бізнес у XXI столітті. Повістка дня» [1], яка вийшла у світ у 2005 р. своїми ідеями закликає керівників, щоб діяльність підприємства розбити на окремі процеси та бізнес-процеси, які потрібно трансформувати у механізм управління. Мова йде про актуальність та важливість застосування процесоорієнтованого підходу, який є запорукою успіху ведення ефективної діяльності сучасних підприємств.

Перші елементи ідеї процесоорієнтованого підходу відображені у працях Анрі Файоля. Цього французького практика та вченого називають «батьком» теорії управління. У своїх працях він виділив та описав шість функцій підприємства: технічна, комерційна та фінансова діяльність, забезпечення безпеки, еккаунтінг (аудит, облік, статистика) та управління [2].

Вагомий вклад у розвиток теорії процесного підходу зробив Едвард Демінг у своїй праці «Трансформація і безперервне удосконалення бізнес-процесів». Автор закликає до постійного підвищення якості продукції та послуг, а не робити наголос на постійному збільшенні прибутку [3].

Перевагою процесного підходу є забезпечуваний ним неперервний контроль над зв'язками окремих процесів у межах системи процесів, а також над їхніми сполученням та взаємодією [4].

Цінність процесного підходу до управління машинобудівними підприємствами зростає завдяки перевагам, які при цьому досягаються: *оптимізація процедури прийняття рішень та узгоджень,* оскільки роботу виконує єдина команда працівників, а це супроводжується *змінами організаційної структури.* Ці переваги дозволяють *скоротити тривалість виконання операцій,* що сприяє досягненню *мінімізації витрат виробництва, підвищення ефективності та результативності діяльності підприємств а також забезпечення конкурентних позицій на ринку.*

При застосуванні процесного підходу до управління машинобудівними підприємствами значне покращення у результатах діяльності підприємства завдячується взаємодії основних його елементів (єдина команда, організованість, відповідальність за виконану роботу, орієнтація на ефективність результатів діяльності). Ці елементи являються ключовими поняттями в управлінні діяльністю організацій на засадах процесного підходу, вони тісно пов’язані між собою, взаємодіють та взаємодоповнюють один одного. Цінність даного підходу полягає в тому, що діяльність розглядається як сукупність процесів. Кожен процес виконує *єдина команда*, яка працює узгоджено та *організовано* для *досягнення спільного результату*. Кожен учасник команди, орієнтуючись на ефективність, несе *відповідальність за виконану роботу*, оскільки процесний підхід вимагає звітності про особисте виконання тієї чи іншої ділянки роботи.

Герасимчук В.Г.
Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут"

"ПІДКОВА" ЯК ДИДАКТИЧНИЙ ПРИЙОМ ДО РОЗГЛЯДУ ПРОБЛЕМ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ В УКРАЇНІ І СВІТІ

Вступ, або "Чому ж, власне, "ПІДКОВА"? Оскільки шановні нами організатори конференції обрали *управлінську* проблематику інноваційного розвитку в Україні, згадався підхід в теорії і практиці управління, який свого часу використовував відомий наукознавець Г.М. Добров. Даний підхід професор оприлюднював через **абреавітуру** (лат. *Abbrevio* – скорочую), тобто, складноскорочені слова, похідне слово, що виникає внаслідок *абревіації* – утворення з перших літер або з інших частин слів, які входять до складу назви чи поняття. Г.М. Добров застосовував поняття "ПОДКОВА" (рос.), розшифровуючи його наступним чином: **П**ланируй – **О**пределяй – **Д**ействуй – **К**онтролируй – **О**рганизовуй – **В**ыполняй – **А**нализируй. Наведена абревіатура корелюється із загальними функціями управління (за А. Файолем). Ми вирішили підійти до розгляду управлінських аспектів інноваційних процесів, використавши поняття "ПІДКОВА" (укр.), не претендуючи на його "надвисоке" новаторство.

П / Плануй. Лідерство у світовій економіці визначають країни, бізнес-структури (насамперед, ТНК), які здійснюють ефективну, стратегічно спрямовану інноваційну політику. Парадигма реформування інноваційної сфери на черговому етапі цивілізаційного розвитку набуває особливого значення. Вона має стати домінуючою у соціально-економічному функціонуванні держави з урахуванням її галузевих і регіональних аспектів. В результаті трансформаційних процесів одні країни втрачають лідируючі позиції (наприклад, країни "G7"), інші, навпаки, їх перехоплюють ("Е7"). Одні підприємства стають банкрутами, інші – прогресують, що, певним чином, відображає рівень якості їх менеджменту. Зазначені трансформації, що найголовніше, впливають на якість життя людей (тривалість життя, рівень заробітної плати і т.д.), на їх впевненість у завтрашньому дні. Яка ж ситуація у світі з плануванням? В Китаї: "Прогноз – 2050" + п'ятирічні плани; в ЄС: "Європа – 2020", "Горизонт – 2020" і семирічне бюджетування; в Росії: бюджетування на 3 роки; в Україні: бюджет на 1 рік.

І / Інформуй. Інноваційна проблематика в останні 10-15 років стала популярною у світі. Результат: світова економіка продовжує знаходитися у кризовому стані. Винятком є Китай та деякі інші країни групи "Е7". Кількість безробітних у світі сягає 250 млн. "Приклад" тут показують європейські країни. Чомусь такому прикладу слідує й Україна. Інтенсивно пишуться дисертації, монографії, статті, проводяться численні конференції, симпозіуми, продукуються стратегії, програми, проекти. "Теоретики" забули чи не знали і забули, що сьогоденним "інноваційним" теоріям передували теорії "поступу" (І. Франко), нововведень (Б. Твісс), науково-технічного прогресу (НТП). І взагалі, інноваційні процеси супроводжують упродовж тисячоліть цивілізаційний розвиток. Якщо перекладати дослівно "*innovatio*", отримаємо – "у напрямі змін" (згадаймо Геракліта: "*Ніщо не вічне, крім змін*").

Д / Дій. Як стратегію безглуздо розглядати без стратега, так і новацію немислимо аналізувати без новатора. В усіх доступних джерелах, можна прочитати, що "інновація – це результат інвестування інтелектуального рішення в розробку і отримання нового знання, ідеї, що раніше не застосовувалося, з оновлення сфер життя людей (технології; вироби; організаційні форми існування соціуму, такі, як освіта, управління, організація праці, обслуговування, наука, інформатизація і т. д.) і подальший процес впровадження (виробництва) цього, з фіксованим отриманням додаткової цінності (прибуток, випередження, лідерство, пріоритет, корінне поліпшення, якісна перевага, креативність, прогрес)". І далі стверджується, що по відношенню до інновацій характерним є процес: інвестиції – розробка – процес впровадження – отримання якісного поліпшення. Правильно, але не зовсім. Підкреслимо, ядром змін, їх ініціатором є людина-творець, новатор, винахідник, раціоналізатор, тобто, людина-креатив, а по відношенню до техніки – **інженер** (фр. *ingénieur,* від лат. *ingenium* – здатність, винахідливість). У Росії поняттю "інженер" передувало слово "*розмисел*", тобто, людина творча, мисляча, яка не руйнує, а створює, будує. Девіз французької Академії природничих наук, заснованої при Людовику XIV (1666р.) *"Invenit et perfecit (Лат.). – Відкрив і вдосконалив"*, залишатиметься архіважливим завжди. Адже наведений латинський вислів якнайкращим чином відображає сутність інноваційного процесу.

К / Контролюй. Розвиненою може бути країна лише з розвиненою промисловістю. Статистика

свідчить, що індустріальний потенціал України має тенденцію до згортання. Знаходиться він у процесі стагнації. Стагнація (лат. stagnatio – нерухомість, від stagnum – стояча вода), як відомо, – стан економіки, що характеризується застоєм виробництва і торгівлі упродовж тривалого періоду. Стагнація супроводжується збільшенням чисельності безробітних, зниженням заробітної плати і рівня життя населення. Виражається стагнація в мінусових або незначних темпах зростання, незмінній структурі економіки, її неприйнятності до науково-технічного прогресу. Питома вага промисловості у ВНП України за період 1985-2013рр. зменшилася з 41,4 до 27,0%, частка продукції машинобудування і металообробки знизилася з 30,5% до 13,4%. У структурі промисловості за період 1991-2012рр. відбулися наступні зрушення: металургія – підвищення з 13% до 22%, хімічна промисловість – зниження з 9% до 7%, легка промисловість – падіння з 11% до 0,7%, харчова промисловість – зниження з 18% до 15%. Зміни в економічному розвитку країни, як відомо, вимірюються переважно вартісними показниками. Обсяги виробництва основних видів і промислової, і сільськогосподарської продукції в натуральних показниках в Україні скоротилися упродовж останніх двох десятків років в 2, 5, 15 разів. У загальному обсязі промислової продукції тільки 4,8% мають ознаки інновацій. Уряди різних країн інвестують значні кошти в науку. Наприклад, Німеччина на НДДКР виділяє близько 2,7% ВВП, США – 2,8%, Японія – 3,5%, Росія – 1,04 %, Білорусь – 0,74 %. В Україні на науку держбюджетом на 2014р.заплановано виділити 0,66% ВВП (2013р. – 0,71), на фундаментальні та прикладні дослідження і розробки – 0,75% (2013р. – 0,82) від видатків загального фонду держбюджету.

О / Організовуй. Концепцією розвитку промислового комплексу України на період до 2017р. передбачалося створення інституціональних, інфраструктурних і економічних принципів структурно-інноваційних перетворень. Але на шляху інноваційного розвитку виникли перешкоди політичного, правового, організаційного, фінансового характеру. Чомусь серед 16 міністерств в результаті структурних перетворень у найчисельнішому в Європі українському уряді М. Азарова не знайшлося місця Міністерству промислової політики (?!). Його правонаступником стало Державне агентство по управлінню державними корпоративними правами та майном у складі (серед 26 інших департаментів) Міністерства економічного розвитку і торгівлі. А яке ж ставлення до промислової політики в інших країнах? В Росії, Індії,Туреччині, Мексиці – це міністерства промисловості і торгівлі; Казахстані – міністерство індустрії і нових технологій; Великій Британії – міністерство бізнесу, інновацій і освіти; Німеччині – міністерство економіки і технологій; Франції – міністерство економіки, фінансів і промисловості; Японії – міністерство економіки і промисловості; Бразилії – міністерство розвитку, промисловості і зовнішньої торгівлі; Китаї – міністерство науки і техніки. Відродження на початку 2013р. Мінпромполітики не стало ознакою того, що стрімко пішли вгору справи з розвитком індустрії, змінами в її структурі, з генеруванням новацій, з їх подальшою комерціалізацією. За нової влади знову Мінпромполітики об’єднали з Мінекономіки (27.03.2014р.) задля… скорочення витрат держбюджету.

В / Виконуй. Поняття “innovation” уперше з'явилося в наукових дослідженнях XIX ст. Особливий імпульс дефініція "інновація" отримало на початку XX ст. у працях Й. Шумпетера в результаті аналізу “інноваційних комбінацій”, змін у розвитку економічних систем. Пропонуючи різного роду неологізми, різного роду “вперше”, “удосконалено”, “нові” класифікації і т.п., дослідники чомусь не акцентують увагу, що Й.Шумпетер, виділив 5 типових змін тих, що становлять зміст інновацій. Серед них: використання нової техніки, технології або нового ринкового забезпечення виробництва; впровадження продукції з новими властивостями; використання нової сировини; зміна в організації виробництва і його матеріально-технічному забезпеченні; поява нових ринків збуту. Створення і впровадження інновації при цьому розраховане на отримання ефекту. Й. Шумпетер розглядав інноваційний процес як єдине ціле, а не відірваними одна від одної частини. Що стосується ефекту, то за свідченням Рахункової палати (2010р.), з 500 державних комплексних програм, у т.ч. інноваційних, жодна не була виконана.

А / Аналізуй. Актуальною проблемою, що потребує свого науково-методичного вирішення, є розробка та використання нових підходів до інноваційно активного управління, яке забезпечувало б стійкий розвиток суб’єктів господарювання в умовах нестабільності, ризиків, змін. Вказана проблема особливо затребувана в Україні, яка вже третій десяток років продовжує втрачати свої позиції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Негативний баланс у здійсненні експортно-імпортних операцій за останні роки свідчить про активізацію товарообігу явно не на користь нашої держави: 2004р.: +3,7 млрд. дол. США; 2005р.: -1,9; 2006р.: -6,7; 2007р.: -7,2; 2008р.: -13,5; 2009р.: -5,7; 2010р.: -9,3; 2011р.:

-7,8; 2012р.: -15,9; 2013р.: - 13,7 млрд. дол. США. З внутрішнього ринку з використанням досить продуманої, агресивної маркетингової, кредитно-фінансової політики витісняється вітчизняний виробник конкурентами з Китаю, Республіки Корея, Польщі, Литви, Бельгії, Нідерландів, Італії, Туреччини, Німеччини, Швейцарії, Швеції, Росії, Білорусі, Словенії, інших країн. Програми імпортозаміщення, як, до речі, й усі інші, лише проголошуються у вигляді "кроків", "проривів", так і залишаючись на папері. Отже, маємо теоретично – "новацію", практично – "стагнацію" завдяки круговій безвідповідальності перед світом, перед державою, перед суспільством, перед совістю.

Висновок. Історію творять не особи, а Особистості! Коли є стратег, тоді є стратегія, є й успіх!

Горячка О.О.
Національний університет «Львівська політехніка»

ТИПОЛОГІЗАЦІЯ СПОСОБІВ СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ІННОВАЦІЙНИХ КРЕАТИВНИХ КОЛЕКТИВІВ

Учасники інноваційних креативних колективів (ІКК) зазвичай формують інтелектуальний центр підприємства і у міру своїх характеристик потребують особливого ставлення з боку керівництва, специфічних методів стимулювання, які б розкривали інноваційний креативний потенціал таких працівників. Для вибору найбільш дієвих та ефективних способів стимулювання персоналу ІКК виникає необхідність у їх систематизування та типологізації.

Виконані дослідження дали змогу запропонувати полікритеріальну типологію способів стимулювання персоналу ІКК за низкою істотних та незалежних ознак, а саме: змістом, формою, характером впливу, спрямованістю, формою дії, базою стимулювання.

За змістом способи стимулювання персоналу ІКК поділяються на матеріальні (включають різноманітні форми (відрядну, почасову, комісійну, комбіновану) та системи оплати праці, премії, надбавки, доплати, фінансування соціальних пакетів, компенсаційні виплати, фінансування освітніх програм, цільові допомоги, цінні подарунки тощо) та нематеріальні (подяки, грамоти, медалі, ордени, умови праці, залучення до управлінських процесів, висвітлення досягнень у засобах масової інформації).

За формою способи стимулювання ІКК можна згрупувати на грошові (грошові виплати у формі основної та додаткової заробітної плати, готівкові гроші без облікування, грошові допомоги) та негрошові (подарунки, сертифікати, цінні папери, індивідуальний кабінет, авто, мобільний зв'язок, технічне та програмне забезпечення, опціони).

За характером впливу варто поділяти способи стимулювання ІКК на прямі (основна і додаткова заробітна плата, подяка, грамота, особисті привітання, індивідуальний кабінет тощо) та непрямі (корпоративний мобільний зв'язок, необмежений доступ до Інтернету, імідж та репутація підприємства, сприятливий соціально-психологічний клімат у колективі).

За спрямованістю способи стимулювання ІКК можна згрупувати на індивідуальні (персоналізовані посадові оклади, премії, надбавки, доплати, бонусні системи, подяки, матеріальні допомоги тощо) та колективні (розподіл прибутку між працівниками компанії, преміювання на засадах різноманітних систем (Скенлона, Раккера, за коефіцієнтами трудової участі), програми пенсійного забезпечення працівників компанії).

За формою дії слід виокремити активізуючи способи мотивування ІКК, до яких варто зарахувати усі позитивні стимули (зростання заробітної плати, додаткові виплати, просування за ієрархією, створення можливостей для навчання, покращання умов праці тощо), а також блокуючі дестимули (догани, штрафи, депреміювання, зменшення заробітної плати, пониження за посадою, ліквідація пільг).

Найбільш прикладною ознакою типологізації методів мотивування працівників ІКК є база стимулювання, за якою можна виокремити методи стимулювання за результати, що передбачають стимулювання персоналу ІКК за конкретні результати (зменшення браку, підвищення конкурентоспроможності продукції, вирішення проблем із неплатоспроможністю, розроблення інноваційного маркетингового комплексу, успішну реалізація інвестиційного проекту); методи стимулювання за компетентності, які мають на меті стимулювання праці учасників ІКК за їхні унікальні компетентності (креативність, інноваційність, нестандартність мислення, ерудованість, інтелект, професійність тощо); методи стимулювання за ринкову цінність, що ґрунтуються на встановленні оплати праці на підставі ринкової вартості вузькоспеціалізованих профільних фахівців, особливо в умовах кадрового «голоду»; методи стимулювання за ризик, котрі передбачають стимулювання за успішну реалізацію високоризикових венчурних проектів.

Дзюбіна А.В., Стасюк Н.Р., Чапран С.П.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ ПРОЕКТНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

У процесі виконання унікальних, неповторювальних та нетипових робіт, одними з яких є розробка нових продуктів, одним з найефективніших інструментів досягнення визначеної мети є проектний підхід, основними аргументами на користь якого є чітке визначення цілей і результату, необхідних ресурсів та термінів виконання, чітка обмеженість бюджету, прозорість грошових потоків, окресленість відповідальності за виконання в межах створених проектних груп.

Основними недоліками управління інноваційними проектами в межах найбільш поширених функціональних організаційних структур управління, які найбільше виявляються при великих масштабах проекту, є:

Відсутність центру управління інноваційним проектом. У будь-якого функціонального підрозділу є щоденні типові операції, виконання яких грає першочергову роль, тому виконанню специфічних проектних робіт не може приділятися у повній мірі уваги. Тут також може відбуватися конфлікт інтересів у функціональних підрозділах. Якщо досягнення цілей певного інноваційного проекту є ключовим для одного з функціональних підрозділів, то для іншого – може бути другорядним.

Висока ймовірність слабких взаємозв'язків між окремими функціональними підрозділами в межах ієрархічної організації. Відбувається часткове оптимізування робіт окремими функціональними виконавцями, а не проекту в цілому.

Довша тривалість виконання інноваційного проекту в силу недостатнього та негоризонтального обміну інформацією за певним інноваційним проектом, і другорядності досягнення проектних цілей порівняно з повсякденними функціональними.

Слабка мотивація виконавців проекту, як за другорядну роботу, не пов'язану з основним видом діяльності та службовим і професійним ростом, відсутнє корпоративне усвідомлення відповідальності за досягнення цілей проекту.

Вищеподані передумови дають змогу стверджувати, що класичний функціональний підхід до організування інноваційної діяльності (зокрема до управління інноваційними проектами) є недостатньо ефективний.

При застосуванні проектного підходу, інакше кажучи, при організуванні інноваційної діяльності за принципом незалежних проектних команд досягається ряд переваг:

Відбувається концентрування на проекті, а не на виконанні тої чи іншої функції менеджменту.

Проектний менеджер має повну владу над інноваційним проектом.

Незалежні команди, як правило, швидше виконують роботи за проектом, приділяючи йому повну увагу і не відволікаючись на виконання інших обов'язків.

Обмін інформацією проходить всередині проектної групи, а не каналами ієрархії.

Спостерігається явище крос-функціональної інтеграції, що пов'язане в корпоративному усвідомленні оптимізування проекту в цілому, а не окремих ділянок, в яких відповідні виконавці є фахівцями.

Найоптимальнішою для управління інноваційними проектами є проектна організаційна структура, за умов якої менеджер проекту наділений усіма необхідними повноваженнями для досягнення проектних цілей. Така організаційна структура складається з певної кількості проектних груп, які очолюють проектні менеджери.

Дані передумови підтверджують існування необхідності переходу на управління інноваційною діяльністю на засадах проектного підходу, зміни типу мислення виконавців і керівників, основою якого буде не орієнтація на відповідальність за ту чи іншу конкретну функцію менеджменту, а за кінцеві результати проекту.

Дорошкевич К.О., Вороновська М.М.
Національний університет «Львівська політехніка»

МОДЕЛІ МОТИВУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Мотивування інноваційної діяльності уважається процесом спонукання себе та працівників підприємств на досягнення цілей інноваційної діяльності. Воно сприяє формуванню передумов економічного зростання для більш ефективного розвитку інноваційної діяльності та підвищення рівня управління нею.

Одним із основних завдань мотиваційної діяльності на машинобудівних підприємствах є побудова результативної системи стимулювання (спонукання до діяльності, яке викликане зовнішніми чинниками матеріальними і нематеріальними). Вона повинна бути сформована таким чином, щоб, завдяки мотиваційним процесам підприємства, менеджери мали змогу отримати від себе та інших працівників поведінку, яка забезпечить досягнення цілей підприємства та підвищить його результативність.

Дослідження вітчизняних машинобудівних підприємств (ТОВ завод «Конвектор», ТзОВ «Автонавантажмаш», ТЗОВ «Львівелектротранспорт», ПАТ «ЛуАЗ», ПАТ «Конвеєр», ПАТ «Іскра» тощо) доводить, що їх мотиваційна діяльність перебуває на етапі розвитку, має слабкий зв'язок із інноваційною діяльністю. Для неї характерно обмежене використання методів мотивування, застосування не результативних стимулів діяльності працівників, залежність рівня мотиваційної діяльності від фінансового стану підприємства тощо.

Якщо раніше у практиці управління інноваційною діяльністю машинобудівних підприємств стимулом частіше виступала матеріальна винагорода, то сьогодні досить гостро постала проблема самореалізації працівників. У зв'язку із цим, вони прагнуть зменшити контроль над собою і отримати не лише матеріальну, а й психологічну, моральну, кар'єрну винагороду за свою працю [1]. Це визначає необхідність розвитку моделей мотивування та мотиваційних механізмів на машинобудівних підприємствах.

Питанням мотивування працівників (та їх інноваційної діяльності зокрема) приділена увага у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких М. Портер, Дж. Траут, М.І. Туган-Барановський, О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник, І.Б. Карпунь, І.О.Тивончук, Б.Трейсі тощо. У багатьох наукових працях визначені відповідні мотиваційні моделі, які можуть бути застосовані на машинобудівних підприємствах в умовах інноваційної діяльності.

Найбільш поширеною можна уважати модель мотивування через потреби. Вона передбачає усвідомлення людиною власних потреб, що зумовлює виникнення інтересу. На основі вивчення інтересів відбувається стимулювання працівників зі сторони керівництва підприємством, що викликає у їх свідомості мотив. У залежності від використовуваних стимулів, мотиви працівників зумовлюють певну поведінку, яка реалізовується так, щоб отримати бажану винагороду. Результатом цього процесу є досягнення особистих цілей працівника та задоволення його потреб.

Трейсі Брайан говорить про існування лише двох дієвих мотиваційних моделей на підприємствах. Перша передбачає застосування винагороди за виконану роботу, а друга – покарання за її невиконання [2]. На думку автора, модель мотивування через покарання є більш дієвою, адже має тісніший зв'язок із природою психофізіологічних властивостей людини (працівника охоплює страх щось втратити, який формує у його свідомості цінність винагороди). Найрезультативнішою дана модель є тоді, коли у якості стимулу для працівника виступає грошова винагорода, адже усі працівники бояться втратити гроші.

Отже, розглянута мотиваційна модель передбачає застосування позитивних та негативних стимулів. Негативні стимули можуть бути як матеріальні так і нематеріальні. До них належать зауваження, догана, позбавлення премій, штрафи та різні форми колективного впливу. Рекомендації щодо застосування позитивних стимулів формують на підприємстві поблажливе ставлення до неналежного виконання службових обов'язків та ігнорування трудової дисципліни. Негативні ж стимули пригнічують ініціативу працівників, які за будь-яких обставин будуть уникати повноважень щодо прийняття управлінських рішень та відповідальності за їх наслідки. На нашу думку, мотиваційна модель повинна передбачати застосування різних стимулів: матеріальних, нематеріальних, позитивних, негативних, прямих, непрямих.

Водночас Дж. Траут говорить про наявність поняття надлишкового стимулювання [3]. Воно виникає тоді, коли менеджерам не доводиться приймати раціональних управлінських рішень та здійснювати вибір. Уся їх поведінка стає наперед запрограмованою, завдяки успішному стимулюванню та інформаційному перевантаженню. Як приклад цього, автор наводить мотиваційну модель, яка використовуються на американських підприємствах. Їх менеджери бажають мати рівно стільки інформації, щоб сформувати припущення, на основі якого слід буде приймати управлінське рішення. Водночас жоден менеджер не бажає опрацьовувати надлишкову кількість документів та звітів.

Досліджуючи теорію Дж.Траута, слід відзначити наступне. Вона передбачає виникнення надлишкового стимулювання, проте не усі категорії працівників здатні його відчути. Зокрема, у працівників із сильною внутрішньою мотивацією до професійного зростання, створення додаткового зовнішнього стимулювання погіршує досягнення та результати праці. І навпаки, у працівників із незначною внутрішньою мотивацією надмірне стимулювання збільшує прагнення працівників до професійного зростання. У даному контексті проблемним питанням стає визначення рівня внутрішньої мотивації працівників.

Д. Кесслер уводить свою мотиваційну модель, яка програмує свідомість людини та передбачає створення циклу: стимул-бажання-задоволення потреб-звичка [4]. Виходячи із неї, стимул не призводить до задоволення потреб працівників, а передбачає зростання їх кількості та ще більше усвідомлення і бажання їх задовольнити. Тому, уся подальша мотиваційна діяльність (включаючи самоконтроль) повинна бути спрямована на боротьбу із собою та обмеження власних бажань.

Мотиваційну модель Д.Кесслера можна визначити як таку, що викликає звикання. Вона орієнтована на задоволення первинних потреб працівників. До них відносять фізіологічні потреби та потреби безпеки і захищеності. Саме ця група потреб може призвести до звикання. Наприклад, замість того щоб викликати відчуття ситості, їжа призводить до ще більшого апетиту. Для боротьби із такими звичками автором розроблена спеціальна програма реабілітації.

На основі розглянутого матеріалу можна стверджувати, що у практиці управління підприємствами переважно використовують модель мотивування працівників через потреби. Її основне завдання полягає у застосуванні дієвих стимулів, що спрямоване на задоволення індивідуальних потреб працівників та цілей підприємства. Окрім неї, можна також застосувати моделі мотивування шляхом надлишкового стимулювання, мотивування через позитивні та негативні стимули, мотивування, яке викликає звикання. У результаті узагальнення та експертного оцінювання визначено, що кожна із перерахованих моделей має певні особливості (переважаючий вплив на певну групу потреб, необхідність визначення рівня внутрішньої мотивації працівників, можливість погіршення умов та дисципліни праці на підприємстві, формування системи дієвих стимулів для задоволення потреб тощо). Вони визначають можливість їх використання на вітчизняних підприємствах при стимулюванні інноваційної діяльності працівників та наявність відповідних напрямів удосконалення.

1. Богацька Н. М. Значення мотивації праці персоналу для досягнення цілей підприємства. /Богацька Н.М., Демчук І.О. [Електронний ресурс]. — Режим доступу до документу: — rusnauka.com/7_NMIW_2009/ Economics/37742.doc.htm, 2. Трейси Б.Деньги, деньги, деньги: секреты мышления миллионеров, накопление богатстваи достидение финансовой независимости / Брайан Трейси; [пер. с англ. А. Вронской]. – 2-е изд., стер. – М.: СмартБук, 2008. – 95с., 3. Траут Дж. Траут про стратегію: прорватись у свідомість та підкорити ринки/ Траут Джек:[пер. с англ. Л. Савицької]. – 2006. - 170 с., 4. Kessler, David A.- 1951. -The End of Overeating: Taking Control of the Insatiable North American Appetite/ David A. Kessler.

Дубодєлова А.В., Кулиняк І.Я., Глянцева О.І.
Національний університет "Львівська політехніка"

СУЧАСНІ ЕВРИСТИЧНІ МЕТОДИ ГЕНЕРУВАННЯ КРЕАТИВНИХ ІДЕЙ

На сучасному етапі розвитку інноваційної діяльності ускладнюються творчі завдання, що вимагає застосування сучасних методів їхнього цілеспрямованого розв'язання.

У теорії та на практиці все різноманіття методів, які дозволяють генерувати креатині ідеї, поділяють на три основні групи [2]: методи, засновані на психологічній активізації творчого мислення; методи, що систематизують і активізують перебір варіантів; методи цілеспрямованого вирішення творчих завдань.

Перша група методів направлена на подолання психологічних бар'єрів, що перешкоджають творчому мисленню. Психологічний ефект досягається в процесі групової роботи за методами мозкового штурму (brain-storming) та його варіаціями, конференції ідей (конференція ідей Гільде, метод 635, дискусія 66), Дельфі та ін. Такі методи характеризуються простим алгоритмом, який складається з двох основних етапів, а саме: формулювання завдання і генерування вірогідних способів його творчого розв'язання. Завдяки простоті виконання такі методи знайшли широке застосування в інноваційній діяльності на вітчизняних підприємствах.

Серед методів систематизованого пошуку креативних ідей найбільш відомі методи контрольних запитань, фокальних об'єктів і морфологічний аналіз, метод вільних асоціацій. Метод контрольних запитань доцільно використовувати для кращого розуміння проблеми за допомогою запитань, що ставляться в певній послідовності. Метод фокальних об'єктів – це спосіб пошуку нових ідей шляхом приєднання до вихідного об'єкта властивостей чи ознак випадкових об'єктів. Такий метод знаходить застосування при пошуку нових модифікацій відомих об'єктів, розширенні товарного асортименту, створенні рекламних звернень, визначенні сфер використання відомих речовин і відходів виробництва, для тренування уяви. Метою морфологічного аналізу є виокремлення найважливіших параметрів об'єкта з подальшим вивченням усіх можливих співвідношень між ними. Такий метод корисний для проектування нових виробів, а також для визначення можливості патентування основних параметрів з метою захисту від імітації інновацій конкурентами. Метод вільних асоціацій – психоаналітична процедура вивчення несвідомого, в процесі якого зароджуються асоціації та встановлюються неординарні зв'язки між елементами проблеми. Метод використовується в процесі пошуку потреб, які можуть бути задоволені, поліпшення наявних виробів, форм обслуговування споживачів тощо.

В останні роки велику популярність отримали методи технічної творчості, з яких найефективнішою є теорія вирішення винахідницьких завдань, розроблена Г. Альтшулером. Основним інструментом теорії є алгоритм вирішення винахідницьких завдань, який складається з послідовних кроків, що виявляють і усувають наявні в системі протиріччя. Сьогодні сфери застосування такої методики розширені від технічних проблем до бізнес-завдань у маркетингу, рекламі, проектуванні вибіркових технологій.

Особлива група методів генерування ідей – техніка, заснована на використанні трансових станів. Еріксонівський гіпноз використовує здатність до мимовільного трансу, яка властива будь-якій людині. В основу підходу М. Еріксона покладені такі принципи [1]: транс природний; несвідоме може працювати продуктивно і автономно; кожна людина володіє необхідними ресурсами; транс активізує такі ресурси. Сьогодні еріксонівський гіпноз поширений у різних сферах діяльності, де особливо велика потреба в креативному мисленню.

Виявлені в процесі генерування креатині ідеї підлягають фільтрації з метою відбору (селекції) оптимальних ідей, які відповідають цілям і ресурсам суб'єкта господарювання.

1. Богоявленская Д.Б. Психология творческих способностей / Д.Б. Богоявленская. – М. : Академия, 2002. – 320 с. 2. Проблема субьектов креативного мышления в бизнесе. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 283 с.

Захарчин Г.М.
Національний університет «Львівська політехніка»

РОЗВИТОК КАТЕГОРІЇ ЧАСУ В ОРГАНІЗАЦІЙНІЙ КУЛЬТУРІ:ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД

Для вирішення питання підвищення ефективності управління в сучасному світі необхідно дотримуватися методологічних засад, що випливають із природного закону розвитку, ключовими категоріями якого є час і нова якість, сформована на основі організаційної культури. Категорія часу проявляться через поняття циклів і ритму і, крім того, охоплює поняття межі. Для підприємств машинобудування циклічність й ритмічність діяльності характерна для всіх виробництв: основних, допоміжних й обслуговуючих, тому доречно глибше зупинитися на цих категоріях, показавши їх взаємозв'язок із організаційною культурою. Прояв категорії часу в теорії розвитку відбувається також через темп, пропорції та вартість часу і трансформується через організаційну культуру в особливу цінність, яка, як і знання, спонукає до оптимізації управлінських рішень. Час виступає обмеженням, отже культура через систему цінностей допомагає орієнтуватися в альтернативних пропозиціях і правильно робити вибір.

Твердження про роль культури у виборі пріоритетів розвитку підприємства є об'єктивним, оскільки елемент вибору органічно притаманний культурі і реалізовується завдяки принципам формування організаційної культури - першочерговість визначення цінностей і філософії підприємства, під які підлаштовується вся його діяльність. Завдяки властивості організаційної культури впливати на вибір управлінського рішення з метою поціновування часу, він стає особливою цінністю, на яку проектуються інші елементи організаційної культури, зокрема: правила поведінки, норми, процедури тощо.

Категорія часу дуже складна і, одночасно, важлива в управлінні та виробничій діяльності, оскільки вона має багато смислових наповнювальних ознак і характеристик, серед яких виділяємо ритм часу. Ритм, як ознака часу, проявляється конкретно на промисловому підприємстві через організаційну культуру в нормуванні праці, відображаючи інтенсивний або екстенсивний характер праці, узгодженні всіх елементів виробничого процесу (темп, ритмічність виробничого процесу, синхронність виконання виробничих операцій, узгодження і чергування основних і допоміжних операцій у виробничому циклі тощо); певній формалізації окремих управлінських, виробничих, організаційних процедур; психологічній сумісності виконання певних завдань чи функціональних обов'язків. Це далеко не повний перелік життєдіяльності підприємства, де використовується категорія часу і де організаційна культура впливає на цей процес. Ритм необхідно пов'язувати із поєднанням часу на працю та відпочинок, використовуючи нормування праці і принципи культури праці та культури відпочинку.

Використання ритму спостерігаємо у зовнішніх проявах організаційної культури, зокрема, при виробленні певних ритуалів, церемоній чи започаткуванні корпоративних вечірок-свят відповідно до пори року і з певним інтервалом часу.

Виробничу діяльність регламентує поняття технологічного ритму, але й всі інші функції, не пов'язані із технологічним процесом, підвладні дії ритму. Творчу працю і управлінську діяльність загалом на підприємстві доцільно організовувати із врахуванням принципу ритму: денного, тижневого, місячного чи будь-якого іншого інтервалу. У цьому випадку можна послуговуватися цілком об'єктивними законами астрології, оскільки фізіологія людини пов'язана із природними ритмами, то в організації праці менеджерів та інших категорій персоналу підприємства треба послуговуватися астрологічно-психологічним порадником, створеним компетентними у цих сферах фахівцями. Ритм - це категорія, не просто побутова чи філософська, вона має глибоку наукову основу. Ритм найкраще відчуває людина, яка є носієм монокультури, і саме вона здатна відчувати свій ритм найприроднішим чином і, відповідно, регулювати в процесі дня свою діяльність, поєднуючи творчі функції із регламентованими, які визначаються посадовими інструкціями. Праця на підприємстві, носіями якої є люди, накладає певні обмеження на ритм окремо взятої людини. І саме тут повинна відчуватися вагома роль організаційної культури, оскільки її безпосереднє завдання полягає в узгодженні ритмів та гармонізації відносин між усіма категоріями персоналу підприємства. Як цього досягнути - це вже завдання менеджерів і тих людей, які займаються на підприємстві формуванням організаційної культури. Однак, поки-що на сьогодні це є проблемою, на яку майже ніхто не звертає уваги через відчуженість носія культури від культури

організаційної роботи і нехтування соціокультурним фактором взагалі.

Пропорції в часовій категорії передбачають раціональний розподіл часу і зусиль на виконання певних видів робіт чи управлінських функцій, співставляючи затрати і результати. Дотримуючись принципу пропорційності у виробництві (що є наслідком культури праці та культури виробництва), досягають високої продуктивності праці на підприємстві та ефективності його діяльності загалом. Пропорції часу найтісніше пов'язані із формалізацією управлінських процедур і виробничих процесів через формалізовану субстанцію організаційної культури. Чітко розписані процедури, операції, процеси, ділові зустрічі, стандартні виробничі ситуації раціоналізовують використання часу і дозволяють вилучити «крадіїв» часу. В управлінській діяльності менеджерів вітчизняних підприємств тема пропорцій часу поки-що активно не опрацьовується і, залишаючись поза межами практики як елемента організаційної культури, що явно не сприяє розвиткові сучасного менеджменту.

Циклічність, як елемент часу, простежується в природному способі функціонування будь-якого елементу природи, суспільства, економіки. Циклічність розглядають як чинник економічної рівноваги. Кожне підприємство також має свої цикли розвитку, як і будь-який товар на ринку, проходить певний життєвий цикл. Організаційній культурі притаманні циклічні тенденції, однак, вона сама є ефективним фактором, що відіграє активну роль на кожному етапі життєвого циклу становлення і розвитку підприємства, стимулюючи його до переходу на вищий рівень чи перетворення в іншу якість. Отже, розробляючи стратегію розвитку підприємства, обов'язково необхідно враховувати циклічні тенденції розвитку організаційної культури.

В часовому вимірі присутня й ідея межі. Зокрема, у системі менеджменту вона проявляється через управлінський процес, який має абсолютний початок і абсолютний кінець; процес порозуміння (взаємовідносини, комунікації);операції відокремлення, відмежування(функціональні обов'язки, організаційна структура, делегування повноважень, ієрархія).Доцільно розглядати і вартісні аспекти межі, що дозволяють оцінити ефективність використання персоналу, адже кожна людина має свою межу активності і межу продуктивності праці. Ідею межі можна використовувати для моделювання управлінських процесів на основі грамотно встановлених критеріїв доцільності. Якщо розглядати ідею межі через призму інституціалізації управлінської діяльності, то виходимо на чітку систему норм,стандартів,протокольних рішень, розпоряджень, нормування, тобто, тих інструментів поведінки, які фіксують певні межі, поля допуску, правила поведінки персоналу підприємства.

Сприйняття часу позначається на поведінці людей, яка може бути послідовною, як пряма лінія, або синхронною, що дає змогу виконувати декілька функцій, мати декілька перехресних зв'язків, здійснювати спільну діяльність, тощо. Відповідно прихильники послідовної поведінки будуть дотримуватися критично важливого шляху, строгого планування часу виконання кожного виду роботи і страждатимуть у разі появи непередбачуваних обставин, які вплинуть на складені ними графіки і створять додаткові труднощі. Зовсім по-іншому поводять себе люди із синхронним ставленням до часу, вони не бояться випадкових обставин, але можуть бути не пунктуальними, тобто часова точність для них не є особливо важливою цінністю. Будуючи відносини між людьми та організовуючи бізнес із представниками різного сприйняття часу, цей факт треба брати до уваги, щоб не допустити можливих конфліктів. Відмінності національних культур у сприйнятті часу можна використовувати для вироблення методологічного принципу, який допоможе організовувати спільну діяльність представників багатьох національностей на основі консенсусу.

Іваницька Н.Б.
Національний університет «Львівська політехніка»

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КРИЗОВИХ УМОВАХ

На сьогоднішній день постає необхідність вироблення нової стратегії управління соціальним розвитком на машинобудівних підприємствах України, особливо в час фінансово-економічної та політичної кризи. Саме тому необхідно виділити можливості забезпечення соціальної відповідальності перед власним персоналом. Актуальною є модернізація економіки, втілення міжнародних соціальних стандартів на підприємствах, особливо при підписанні економічної частини Угоди про Асоціацію з ЄС.

Соціальна відповідальність проявляється в можливості забезпечення соціальних гарантій та показників щодо власного персоналу, навколишнього чи екологічного середовища, споживачів продукції, яку випускають, конкурентів та держави загалом.

Стандарт SA 8000:2008 спрямований на забезпечення розвитку людських ресурсів підприємства через покращення соціальних показників. У ньому чітко встановлені критерії для оцінки таких аспектів виробничо-господарської діяльності:

- дитячої праці;
- примусової праці;
- здоров'я і техніки безпеки персоналу;
- свободи професійних об'єднань і право на переговори між роботодавцем й профспілками про укладення колективного договору;
- дискримінації;
- дисциплінарних стягнень;
- робочого часу;
- винагороди чи мотивації;
- системи управління підприємством загалом[1].

Існує система індикаторів, котра свідчить про наявність соціальної відповідальності у діяльності підприємств, яка включає:

- індикатори соціально-відповідальної поведінки стосовно персоналу (належний рівень заробітної плати на підприємстві та відсутність затримки з її виплат; наявність власної системи стимулювання; медичне страхування працівників; наявність об’єктів соціальної інфраструктури на балансі підприємства; факти підвищення кваліфікації для персоналу за рахунок підприємства; надання фінансової чи матеріальної допомоги окремим працівникам тощо);
- індикатори соціально-відповідальної поведінки стосовно партнерів (відкрита інформація щодо основних фінансових показників діяльності підприємства; участь та організація тендерів, конкурсів закупівель);
- індикатори соціально-відповідальної поведінки стосовно споживачів (безпека та якість продукції, сервісне обслуговування клієнтів, тощо);
- індикатори соціально-відповідальної поведінки стосовно навколишнього середовища (відсутність порушення екологічного законодавства; стратегія ресурсозбереження та зменшення негативного впливу на довкілля тощо);
- індикатори соціально-відповідальної поведінки стосовно місцевої громади та держави та суспільства загалом (підтримка та участь у соціально-значущих проектах на державному рівні, відсутність порушення законів щодо сплати податків) [2, 144-149].

Машинобудівні підприємства, які враховують міжнародні стандарти у стратегії управління, мають істотні конкурентні переваги та показують стійкість показників розвитку в цілому.

1. Social Accountability International 8000: 2008 / [Електронний ресурс] - Режим доступу: sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&PageID=937 2. Калінеску Т.В. Соціальне інвестування та відповідальність підприємств: монографія/ Т.В. Калінеску, О.О.Зеленко, М.О. Наталенко. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля, 2013.- 292 с.

Карковська В.Я.
Національний університет «Львівська політехніка»

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ БЕЗПЕКИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Успіх і ефективність функціонування системи безпеки підприємства полягає в тому, наскільки правильно вона побудована. Як правило, забезпечення безпеки персоналу визначається як комплекс заходів, спрямованих на виявлення і запобігання всіляких ризиків і загроз, різних негативних наслідків для підприємства, які можуть виникнути в процесі роботи і поведінки персоналу, його інтелектуального потенціалу, і трудових відносин в цілому.

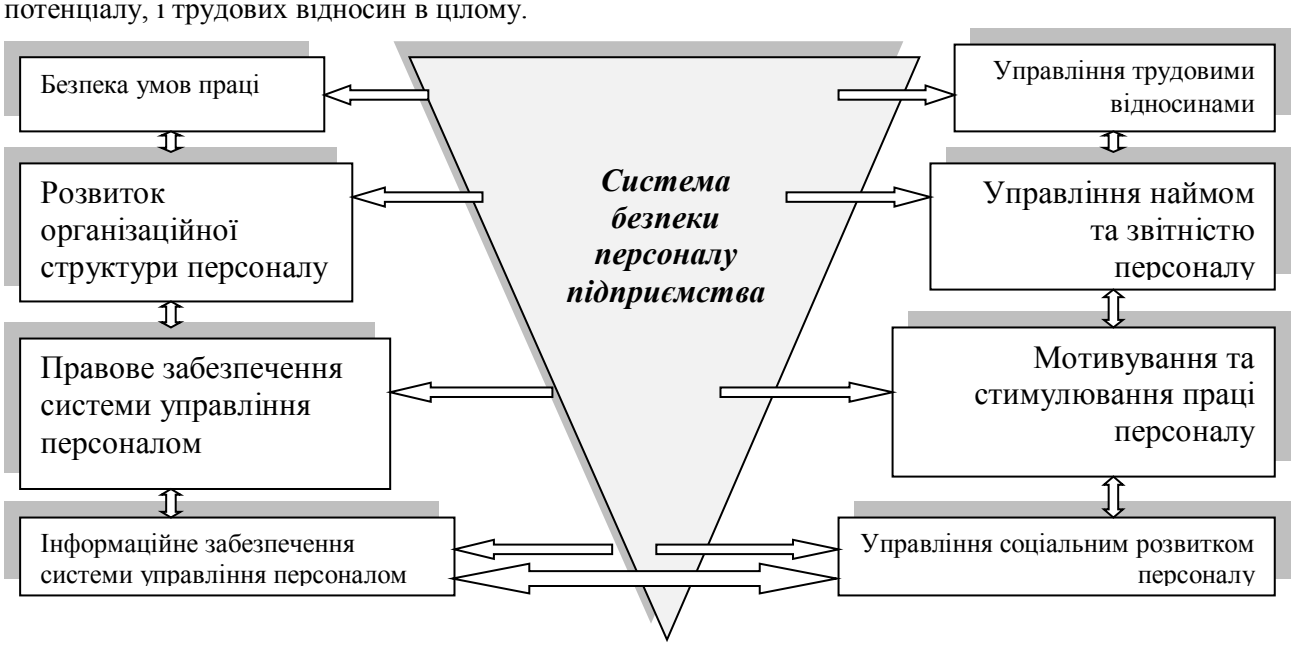


Рис.1. Система безпеки персоналу підприємства

Забезпечення ефективності функціонування системи безпеки персоналу підприємства включає: планування і контролювання реалізації заходів щодо забезпечення безпеки персоналу в процесі здійснення виробничих напрямів діяльності; планування і контролювання реалізації заходів щодо пошуку, прийому, адаптації, навчання, звільнення персоналу; ведення діловодства на належному рівні, з урахуванням всіх вимог безпеки інтелектуальної власності підприємства і співробітників; впровадження оптимального продукту інформаційних технологій, здатного забезпечити максимальну ефективність в сфері безпеки; злагоджені дії менеджерів усіх рівнів управління складових системи управління персоналом.

Основною метою системи безпеки персоналу підприємства є запобігання шкоди її діяльності в наслідок розкрадання фінансових і матеріально-технічних засобів; знищення майна і цінностей; розголошення, витоку і несанкціонованого доступу до джерел конфіденційної інформації; порушення роботи технічних засобів забезпечення виробничої діяльності, включно і засобів інформатизації, а також запобігання шкоди персоналу підприємства.

Організаційна структура системи безпеки персоналу підприємства може бути найрізноманітнішою і залежить від виду конкретного підприємства, його розміру, форми власності, виду діяльності тощо. Створювати цю систему необхідно зважено і раціонально, максимально використовуючи досвід фахівців у сфері безпеки бізнесу.

Ковальчук Г.Р.
Національний університет «Львівська політехніка»

ВИДИ УПРАВЛІНСЬКИХ КОНФЛІКТІВ ЗА РІВНЕМ ЇХНЬОГО ВИНИКНЕННЯ У ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Система менеджменту сучасного підприємства може перебувати як мінімум в двох іпостасях, а саме породжує управлінські конфлікти, а, з іншого боку, є способом розв'язання конфліктів, при цьому не тільки управлінських, а будь-яких організаційних та економічних. Тому конфлікти, з одного боку, можуть бути перешкодою для розвитку системи менеджменту, а, з іншого боку, сприяти такому розвитку і це залежатиме від двох аспектів: від вміння управляти управлінськими конфліктами та отримувати функціональні наслідки, а також від середовища виникнення управлінських конфліктів (його тенденцій, невизначеності, джерел появи конфліктів тощо).

Пропонуємо управлінські конфлікти поділяти за рівнем їхнього виникнення: корпоративні конфлікти, ділові конфлікти, функціональні конфлікти та виробничі (операційні) конфлікти.

Корпоративні управлінські конфлікти виникають у диверсифікованих організаціях, що проводять свою діяльність у різних галузях, ринках діяльності, виготовляють різні продукти, надають диверсифіковані послуги тощо. Загалом можна виокремити такі групи корпоративних управлінських конфліктів: управлінські конфлікти, пов'язані із диверсифікацією (формування критеріїв диверсифікації, вибір сфери діяльності; спосіб диверсифікації – заснування нової компанії, купівля існуючої організації тощо), конфлікти із посилення конкурентних позицій на ринку, одержанням синергетичного ефекту, створення інвестиційних пріоритетів та вкладення ресурсів. Загалом такі конфлікти ведуть до значних позитивних або негативних наслідків, бо часто є визначальними у діяльності підприємства.

Ділові конфлікти виникають в процесі утвердження та посилення позицій на ринку підприємства. Такі конфлікти охоплюють все підприємство в цілому та передбачають залучення великої кількості різних видів ресурсів, а їхні наслідки здатні суттєво змінити діяльність підприємства. Корпоративні конфлікти часто виникають при відсутності координованих дій та планів між керівниками функціональних підрозділів діяльності організації. Тому цілі за функціональними сферами діяльності повинні доповнювати один одного і бути пов'язаними між собою з метою убезпечення виникнення конфліктних ситуацій. Для цього слід відмовитись від становлення вузьких функціональних цілей, а вибудовувати їх на загально корпоративних цілях діяльності підприємства.

Функціональні конфлікти виникають за окремим функціональними напрямами управлінської діяльності (фінанси, управління людьми, ризик-менеджмент, маркетинг, виробництво, зовнішньоекономічна діяльність, облік, постачання, інноваційна діяльність тощо). Часто функціональні конфлікти із однієї сфери перекидаються на інші, однак як правило вони є вужчими та прогнозованішими, аніж ділові конфлікти. Межі функціональних конфліктів легко визначити і відповідно до кожного функціонального конфлікту слід вживати заходи для їх управління із врахування конкретної функції при виконанні якої виникає управлінський функціональний конфлікт.

Виробничі конфлікти виникають на нижчому рівні управління між менеджерами цього рівня. На відміну від інших видів конфліктів, джерелами яких є нематеріальні речі, джерелом утворення виробничих конфліктів, найчастіше, стають матеріальні речі (відсутність необхідної сировини, комплектуючих, невчасне постачання ресурсів, поломки та простой обладнання, знос основних фондів тощо). При цьому наслідки виробничих конфліктів є незначними.

Узагальнення класифікації та дослідження управлінських конфліктів за рівнями управління, їхні особливості наведено в табл. 1.

Аналіз практичної діяльності підприємств показав, що число управлінських конфліктів зростатимуть на кожному із нижніх рівнів управління, а наслідки конфліктів навпаки зростатимуть на вищих рівнях управління. Виходячи з такої залежності можна припустити, що при побудові методів та заходів управління конфліктами слід дотримуватись такого правила, - чим вищий рівень управління, тим специфічніше методи слід вживати для уникнення та зниження негативних наслідків від дії управлінських конфліктів, і навпаки, чим нижчий управлінський рівень, тим стандартизованіші та типовіші заходи для управління конфліктами підприємства.

Таблиця 1

Види конфліктів за рівнями управління та їхні особливості

Види конфліктів	Учасники або сторони конфлікту	Основні специфічні причини та джерела виникнення конфліктів	Наслідки
Корпоративні	Керівники корпорації (члени правління)	Протиріччя щодо диверсифікації, вибору сфери діяльності, встановлення інвестиційних пріоритетів тощо.	Стратегічні
Ділові	Керівники окремих підприємств або стратегічних господарських підрозділів	Неадекватне реагування на зміни зовнішнього середовища, розподіл ресурсів між підприємствам, невдале об'єднання стратегічних ініціатив функціональних підрозділів,відсутність конкурентоспроможних заходів тощо.	Істотні
Функціональні	Керівники підрозділів підприємства	Неправильні управлінські орієнтири функціональних підрозділів, неузгодженість дій керівників функціональних підрозділів.	Середні
Виробничі	Керівники виробничих підрозділів, територіальні менеджери, керівники нижчої ланки управління	Неадекватно встановлені завдання та цілі для працівників, відсутність необхідних ресурсів для виконання завдань, інформаційна асиметрія.	Незначні

Такий взаємозв'язок числа управлінських конфліктів та їхніх наслідків представлено на рис. 1.

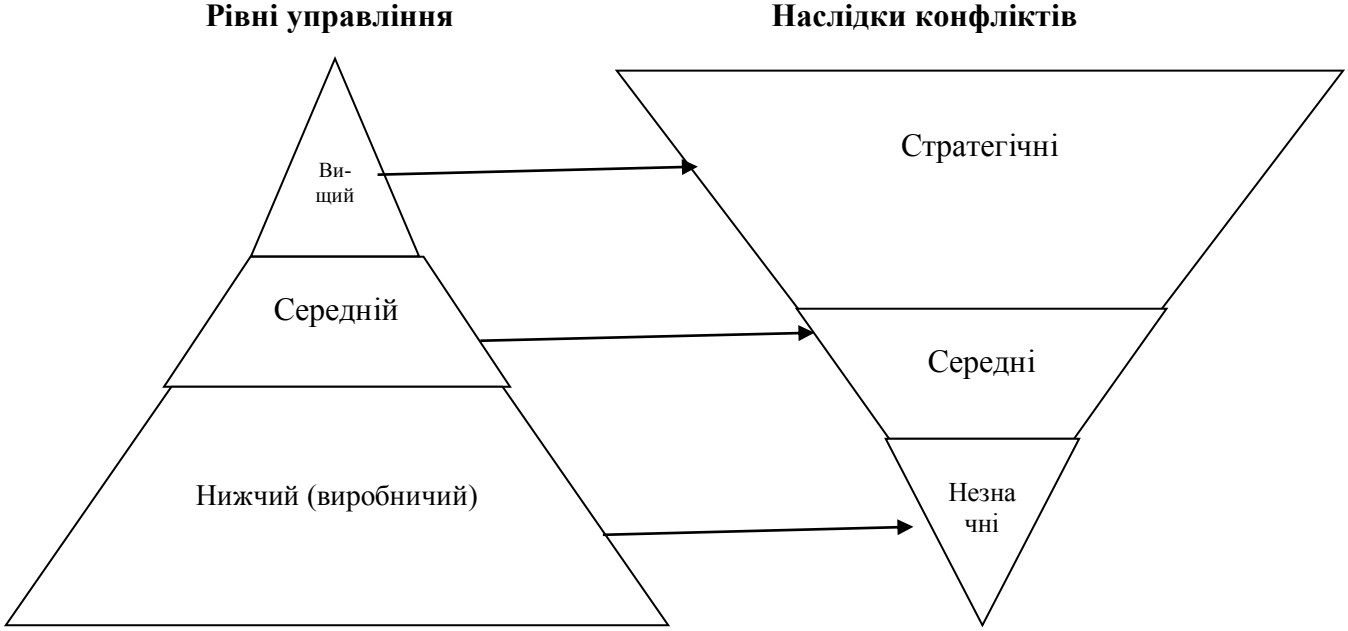


*Рис. 1. Взаємозв'язок між управлінськими конфліктами різних рівнів менеджменту підприємства та їхніми наслідками**

**Авторська розробка*

Ковальчук О.І., Передало Х.С.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРАЦІВНИКІВ СФЕРИ ІННОВАЦІЙ

Промисловий та інтелектуальний розвиток сучасного світу потребує постійного впровадження інновацій, які є результатом ефективної праці людей. Цей розвиток базується на системі генерування нових ідей, якісно відмінних від інших. Тому теорію про те, що ідея є лише запорукою успішного починання будь-якої новизни можна вважати тільки частиною впровадження інновації, адже ідеї необхідні й на всіх інших етапах функціонування підприємства [1]. А ідеї, як відомо, найчастіше виникають у креативних осіб.

Безперечно, креативний розвиток організації є запорукою ефективного функціонування будь – якого підприємства у напрямку досягнення нових щаблів у розвитку суспільства загалом та членів колективу зокрема. Він накладає певний відбиток на систему менеджменту, місію, цілі та завдання організації, а особливо на процес формування конкурентних переваг підприємства за рахунок всієї сукупності інноваційно-інвестиційних процесів у господарській системі організації [2]. Креативний розвиток є результативною ознакою креативного потенціалу, який формується у процесах становлення та подальшого господарського розвитку підприємства [3].

Таким чином, креативний потенціал можна визначити як відповідь групи або команди людей на новизну, а також він є їх реакцією на можливість використання своєї творчої активності, вміння самовиражатися та виходити за межі встановлених стереотипів [3].

Незважаючи на те, що саме креативний потенціал працівників на підприємстві є запорукою успіху організації, виникають певні проблеми на етапах його формування та використання. Як зазначається у працях Г.І. Ванюріхіна [4], хоча більшість керівників і схвально відповідають на те, що творчі працівники – це добре для підприємства, однак при реалізації ідеї управлінці часто стикаються з труднощами, оскільки не розуміють специфіки діяльності таких працівників та необізнані з повним набором інструментарію роботи з ними.

Варто розрізняти 2 групи проблем, з якими стикаються менеджери управління: 1) група проблем формування креативного потенціалу менеджерами інституційного рівня та 2) група проблем, пов’язана із використанням креативного потенціалу.

Під час формування креативного потенціалу управлінці стикаються із проблемами, які ми об’єднали у такі блоки: 1- проблеми індивідуального характеру; 2 – проблеми функціонально – регламентованого характеру; 3 - проблеми міжособистісного характеру.

Перший блок виокремлений на основі того, що практично кожен менеджер для підвищення ефективності діяльності підприємства бажає залучити до роботи творчих людей, проте часто таке бажання залишається лише бажанням. Іноді менеджери можуть зустрітися з проблемою відсутності креативних працівників, або ж є лише ті особи, які не хочуть активно працювати в напрямку формування креативного потенціалу.

Другий блок проблем включає проблеми, які пов’язанні із обмеженням статусу «новатора» чи «креативного працівника». Незважаючи на творчий запал людини до роботи в організації та виявлення рівня її креативу на початкових рівнях формування креативного потенціалу підприємства, існують певні обов’язки, інструкції та положення, згідно яких будь – який працівник має виконувати визначений перелік робіт, а це формує своєрідні рамки подальшої його роботи.

Виникнення проблем, які можна віднести до третього блоку пов’язане з тим, що навіть коли управлінці уміло формують креативну команду на підприємстві, сприяють створенню середовища ефективного їх функціонування, враховують їх особистісні риси такі як: незалежність, відкритість розуму, конструктивна активність, висока толерантність до нерозв’язаних ситуацій тощо, [2] все ж у процесі генерування ідей право вибору перспективної ідеї, її коректування та подальше розроблення часто залишаються поза увагою її істинних розробників. А це може стати своєрідним стереотипом на шляху кар’єрного зростання креативного працівника і викликати деякі побоювання чи застереження, які формуватимуть політику недовіри до управлінців інституційного рівня на даному підприємстві.

Наступна група проблем – це проблеми використання креативного потенціалу працівників інноваційної сфери. Тут, можна виділити такі блоки проблем, які подібні за назвою до попередніх, однак відмінні дещо за своєю сутністю: 1 – проблеми особистісного характеру; 2 – проблеми адміністративно-організаційного характеру; 3 – проблеми міжособистісного характеру.

В основі першого блоку проблем, що можуть виникати у процесі використання креативного потенціалу працівників інноваційної сфери менеджерами інституційного рівня управління лежать розуміння того, що хоча керівники і готові прийняти креативних людей, вони не готові працювати за «правилами гри», які обумовлюватимуться збоку творчих працівників. Тобто, можливе виникнення так званих «творчих колізій» [1]. Такими проблемами можуть бути:

— «приглушування» роботи креативних колективів чи працівників зокрема за рахунок провадження на підприємстві політики менеджерів (менеджери інноваційної сфери часто звертають увагу на просування власних ідей);

— небажання менеджерів інституційного рівня управління знаходити компроміси з творчими працівниками у процесі створення нових ідей;

До проблем адміністративно-організаційного характеру можна віднести:

— відмова формування «нового» робочого простору для творчих працівників, тобто неготовність менеджерів приймати новий стиль роботи таких людей, який ґрунтується на відмінних від традиційних умов праці (робота вдома чи нерегламентований робочий графік);

— відсутність на підприємствах комплексу методів для генерування ідей співробітниками інноваційної сфери;

— відмова чи небажання використовувати інноваційні методи управління креативним потенціалом менеджерами інноваційної діяльності;

— нав'язування креативним командам політики підприємства, тобто встановлення меж на генерування ідей;

— недостатній рівень мотивування основних працівників підприємства, які б могли формувати творчий потенціал підприємства, тобто відсутність чи недостатня кількість мотиваційних факторів, які б мали позитивний вплив на зацікавленість працівників у досягненні цілей та місії організацій у напрямку інноваційної діяльності.

Третю групу проблем використання креативного потенціалу працівників інноваційної сфери формують наступні проблеми:

— недовіра працівників організацій вищестоящим менеджерам щодо порядку просування інноваційної ідеї та збереження авторства на креативну ідею, тобто проблеми «привласнення» інноваційної ідеї управлінцями;

— неможливість самостійного подальшого розроблення креативного задуму працівника, тобто часто управлінці заради отримання швидкого ефекту від креативних ідей формують команду, утверджують план з просування ідеї, але на думку працівника вона б мала розвиватися у інший спосіб і потребує додаткового часу на її представлення.

Таким чином, при формуванні креативних колективів та сукупного креативного потенціалу потрібно не лише старатися нарощувати обсяги креативних ідей за рахунок їх генерації, а знаходити причини, що матимуть вплив на процес формування та використання даного потенціалу. Оскільки, часто саме креативний потенціал у поспішному розвитку науки та техніки є ключовим фактором, що формує креативні переваги підприємства.

1. Бащук Т.О. Підбір персоналу та ухвалення рішень у креативному управління організацією / Бащук Т.О., Смірнова Я.І. //Маркетинг і менеджмент інновацій. –2012 –№1. – С. 148 – 155.2.Продіус О.І. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління / О.І. Продіус // Економіка: реалії часу. - 2012 - №3-4 (4-5). - С.67-72.3. Данченко О.Б. Креативний потенціал команди як фактор успіху проекту [Електронній ресурс] / О.Б. Данченко, Ю.М. Кузьмінська // Збірник наукових праць «Управління проектами та розвиток виробництва» - Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля. - 2012. - № 3 (43). - С. 70-74. - Режим доступу: pmdp.org.ua /images /Journal/43/12debfup.pdf. 4.Ванюріхін Г.І. Креативний менеджмент [Електронній ресурс] / Г.І. Ванюріхін / Менеджмент у Росії і за кордоном. – 2001. - №2. - Режим доступу: dis.ru/.

Кузьмін О.Є., Мельник О.Г.
Національний університет «Львівська політехніка»

РОЗВИТОК СИСТЕМ ДІАГНОСТИКИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ

Діагностика є невід'ємною складовою системи менеджменту будь-якого підприємства, оскільки вона формує інформаційне підґрунтя для прийняття управлінських рішень на усіх рівнях, створює можливості для ідентифікування проблем та перспектив діяльності, запобігає виникненню і розвитку негативних явищ на підприємстві тощо. Останні кризові події в світовій фінансово-економічній системі, стійкі стагнаційні процеси в економіках більшості країн світу, загострення конкурентної боротьби на міжнародному ринку змістили пріоритети в системах менеджменту провідних підприємств на людський фактор як ключовий організаційний ресурс, що спроможний забезпечити утримання і зміцнення позицій підприємств на ринку. Таким чином, спостерігається зміна управлінської парадигми, її переорієнтування з технологічно-організаційного забезпечення діяльності підприємств на кадровий потенціал. Вказані тенденції найбільш яскраво відображає сучасний процесно-структурований підхід до менеджменту, який максимально поєднує переваги системного, ситуаційного, функціонального, процесного, динамічного, адаптивного, антисипативного підходів. Процесно-структурований менеджмент ґрунтується на забезпеченні цілеспрямованого впливу керівної системи організації на керовану з урахуванням чинників функціонування та умов діяльності на засадах органічного поєднання усіх структурних елементів в межах послідовної реалізації логічно-обґрунтованих етапів з чіткою пріоритезацією людського фактора. Зважаючи на вищевикладене, діагностика управлінської діяльності в системі процесно-структурованого менеджменту набуває виключно важливого значення.

При реалізації комплексної діагностики процесно-структурованого менеджменту слід акцентувати увагу на оцінюванні ефективності менеджменту як соціально-економічному явищі. Ефективність менеджменту – це комплексне багатоаспектне поняття, яке характеризується системою показників, що відображають усі сфери діяльності організації (виробництво, маркетинг, фінанси, кадри, інновації тощо). Ефективність менеджменту умовно можна поділити на економічну, організаційну та соціальну.

Економічна ефективність менеджменту відображає економічні результати, які характеризують діяльність організації при певній системі управління. До показників, які її характеризують, можна віднести: величину прибутку, собівартості, обсяг виготовленої продукції, обсяг реалізації продукції, рентабельність виробів, фондомісткість, рівень ліквідності, рівень ризику, коефіцієнти автономії, фінансової стійкості, маневрування, оборотності, тощо.

Організаційна ефективність менеджменту характеризує якість побудови організації, її системи управління, прийняття управлінських рішень, реакцію системи управління на конфлікти, організаційні зміни. Організаційна ефективність характеризується показниками, які відображають якість побудови організації та її системи управління, а саме: рівнем централізації функцій управління, співвідношенням чисельності управлінських працівників між різними рівнями управління, коефіцієнтом ланковості структури менеджменту, швидкістю прийняття управлінських рішень тощо.

Соціальна ефективність менеджменту відображає вплив менеджменту на процеси формування професійних характеристик працівників, у тому числі керівників, формування корпоративного духу, відповідного психологічного клімату в колективі, атмосфери захищеності і причетності до цілей організації, перспектив розвитку соціальних інституцій тощо. З одного боку, її можна оцінити за показниками, що відображають соціально-культурну сферу функціонування організації. До таких показників зараховують: стан трудової дисципліни, стабільність кадрів, стан соціально-виробничої ситуації на підприємстві, умови праці тощо. З іншого боку соціальну ефективність менеджменту можна оцінити за показниками, що відображають вплив на досягнення виробничо-господарських показників та задоволення потреб ринку.

Литвин І.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

УПРАВЛІНСЬКІ ІННОВАЦІЇ У ВЕНЧУРНОМУ БІЗНЕСІ

Венчурний бізнес зазвичай пов'язують з інноваційними продуктами, технологіями, процесами. Звичайно, такий ризиковий вид підприємництва потребує особливих умов функціонування, забезпечення яких вимагає від усіх учасників венчурного бізнесу використання нових, зовсім інших підходів до процесів управління таким видом підприємництва. В останні роки у венчурному бізнесі відбувається пошук не тільки цікавих та перспективних інноваційних проектів для венчурного інвестування, а й ведеться пошук ефективних інноваційних механізмів та технологій управління ризиковими венчурними проектами, тобто управлінських інновацій. Управлінські інновації у венчурному бізнесі можуть торкатись різних етапів створення, інкубування та розвитку венчурних фірм. Зокрема, в умовах тотального поширення нових інформаційних технологій, підвищення ролі та значення програмного забезпечення у середовищі інноваційного підприємництва, збільшення кількості послуг та продуктів, що пропонуються через мережу Інтернет, до управлінських інновацій у венчурному бізнесі можна віднести нові технології збору коштів («fundraising») через формування фондів венчурного капіталу для розвитку старт-апів.

Цікаво, що венчурні фірми, які отримували для свого розвитку венчурний капітал, і як ніхто інший краще знають проблеми розвитку молодих фірм, стають рушіями і генераторами впровадження управлінських інновацій для розвитку венчурного бізнесу. До прикладу, американська фірма AngelList, що свого часу залучала посівний капітал від венчурного фонду Google Ventures на суму 125 млн. дол. США, у 2010 р. заснувала сайт для залучення «ангельського» капіталу або боргових інвестицій для старт-апів [1]. З 2013 р. засновники AngelList запустили інвестиційну платформу "Invest Online" – нову технологію залучення венчурних інвестицій в старт-апи та збору коштів безпосередньо через сайт. Технологічно фірма пропонує створення он-лайн баз даних потенційних венчурних інвесторів, які беруть участь у інвестиційних проектах шляхом участі у так званих синдикатах. Синдикати інвесторів займаються збором коштів під різні проекти, однак обмежується поширенням діяльності лише на території США. Очолюють такі синдикати лише відомі досвідчені акредитовані венчурні інвестори. Формування такого синдикату передбачає вибір інвестора-лідера, що очолює процес фінансування та може обирати інших інвесторів для приєднання до синдикату. Провідний «ангел» займається створенням невеликого венчурного фонду для кожної компанії через AngelList, інвестуючи частину від необхідної суми коштів посівного раунду фінансування в компанію, яку він знає, інші «ангели» потім інвестують паралельно з ним. Успіх інвестиційної платформи AngelList відображають наступні цифри: інноваційними фірмами було залучено більше 200 млн. дол США, близько 1380 інвесторів взяло участь у створенні синдикатів, було закрито 70 синдикованих угод, 41 проект залишається активним і досі, на платформі "Invest Online" зареєстровано 21000 потенційних інвесторів (в т. ч. 13900 ангелів, 3400 seed - фондів і 3400 венчурних капіталістів). Річний оборот інвестиційних коштів через платформу AngelList оцінюють у розмірі 42 мільйони доларів США. Перевагою проекту AngelList є те, що ні інвестори, ні старт-апи не платять жодних зборів чи внесків, лише винагороду при продажі фірм і виходу з бізнесу. Новими послугами для старт-апів, що пропонує AngelList, стали програми фінансування бізнес-інкубаторів, рекрутингова платформа, яка стала новим джерелом доходів компанії і сприяла укладенню 3000 угод щодо найму персоналу. Більше 800 компаній зробили найм безпосередньо через платформу.

Отже, управлінські інновації у венчурному бізнесі – це новий вид інновацій саме для задоволення потреб суб'єктів венчурного підприємництва, що дозволяє оптимізувати напрями фінансових, трудових, інтелектуальних ресурсів та прискорювати процес розвитку венчурних старт-апів.

1. *Офіційний сайт AngelList [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://angel.co*

Лущак Н.С.
Національний університет "Львівська політехніка"

СТВОРЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ, ЯКА САМОНАВЧАЄТЬСЯ ЯК СТРАТЕГІЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ПІД ЧАС ПРОЦЕСУ МОДЕРНІЗАЦІЇ

Більшість українських підприємств продовжують будувати свою діяльність на засадах функціонального підходу, у той час, як японські, європейські та американські компанії активно впроваджують у діяльність процесний підхід, який на практиці довів свою ефективність. При функціональній побудові досить слабо виражена взаємодія з клієнтами через складність організаційної структури, наявність різного роду міжфункціональних зв'язків, що значно ускладнює процеси адаптації, оптимізації. Наслідком є тривалі терміни поставок, невисока якість продукції, відсутність гнучкості та низький рівень розвитку інновацій.

Процесний підхід декларує зміщення акцентів від управління окремими структурними елементами на управління наскрізними бізнес-процесами, що зв'язують воєдино діяльність цих структурних елементів. Процесний підхід як основа організації виробництва вперше було розроблено та впроваджено на практиці у 90-х роках XX століття у японській автомобільній компанії "Toyota" (друга промислова парадигма). Внаслідок такого підходу відбувається трансформація управлінських та організаційних процесів: перехід від централізації до децентралізації управління; автономність керівництва трансформується у автономне самоуправління (особистий самоменеджмент); розвиток гнучкості: стійкі планові завдання та директиви адаптуються згідно реакції на події та обставини; сталий оптимальний розмір партії зазнає змін відповідно до потреб замовника; централізований контроль якості трансформується у TQM (інтегровану систему забезпечення якістю); здійснюється перебудова від строгої послідовності виконання операцій до їх паралельності.

Проте, якщо функціональний підхід є вчорашнім підходом, а процесний – сьогоднішнім, провідні світові науковці, такі як П. Друкер, Д. Коттер, Х. Біннер підходом завтрашнього дня вважають стратегію побудови організації, яка самонавчається. Контуром управління такою організацією є персонал, який безперервно навчається та прагне до вдосконалення. Як наслідок, вдосконалюються і управлінські та операційні процеси. Інтелектуальний потенціал персоналу постає у самому серці цієї системи.

Можемо виділити 4 основні складові у сфері управління інтелектуальним капіталом під час реалізації стратегії організації, яка самонавчається:

1. Максимальна інтеграція відповідальності і функцій кожного окремого працівника;
2. Підвищення ефективності розумової праці;
3. Постійне вдосконалення (навчання протягом всього життя).
4. Створення середовища "менеджменту знань". Модель "менеджменту знань" складається із процесів виявлення, створення, зберігання, передачі та використання знань

У XXI столітті деякі вчені підкреслюють важливість такого чинника як навчання протягом всього життя і зазначають, що розвиток організації може іти лише паралельно із розвитком та вдосконаленням її працівників. Згідно філософії японської компанії "Тойота", інструментами постійного вдосконалення людей є [3]:

- використання потокового способу організації виробничого процесу одиничних виробів. При такому підході виявлені проблеми відразу стають помітними і потребують негайного вирішення, в іншому випадку зупиниться процес виробництва. Люди відчувають необхідність до оперативного вирішення складних задач і це стимулює їх професійний ріст.
- Використання системи витягування для уникнення перевиробництва, мінімізація втрат, уникнення перевантаження людей та обладнання, вирівнювання графіку виробництва.
- Постійна стандартизація типових задач, яка не перешкоджає творчому розвитку, регулярний перегляд і вдосконалення стандартів.
- Виявлення першопричини проблеми та її усунення (підхід ґрунтується на так званих 5-ти "чому?" для встановлення істиної причини проблеми).

Чи мають місце такі підходи у вітчизняній економіці? Безсумніву, впровадити такі принципи є складним і довготривалим завданням. Проте реальним. Аргументом може слугувати той факт, що

“Тойота” половину своєї продукції виготовляє за межами країни на заводах, які розташовані по всьому світу. Українська економіка потребує своєрідного “економічного чуда”, а для цього вивчення лише західного досвіду є недостатнім. Поняття “економічне чудо” у нас, в першу чергу, асоціюється з такими країнами як: Японія, Китай, Південна Корея. Порівнюючи східні підходи до управління із радянськими, можна знайти деякі спільні риси, а саме: залучення всіх працівників до постійного вдосконалення, сповідування духу колективізму, повага до людської праці, прагнення до ефективності та якості. Немає необхідності копіювати підходи японських компаній, потрібно їх детально вивчити та адаптувати до конкретної організації, створюючи свій власний унікальний підхід.

Побудова організації, яка самонавчається передбачає зміну підходів до управління персоналом. Людина не належить організації, особливо у випадку, коли мова іде про працівників розумової праці, які повинні розглядатися як помічники, які зобов’язані у своїй сфері бути компетентнішими за свого керівника. В іншому випадку такі працівники не є ефективними. На думку П. Друкера [1], людьми у XXI столітті не потрібно керувати, а потрібно їх направляти, спрямовувати. Організація повинна працювати над тим, щоб підвищувати ефективність працівників інтелектуальної праці, яка повинна спрямовуватися, перш за все, на покращення максимального рівня якості. Важливе також розуміння різниці між фізичною та розумовою видами праці. Перший розглядається як витрати, а другий повинен розглядатися як основний капітал. Працівники інтелектуальної праці володіють своїм власним засобом виробництва – знаннями. Завдання менеджера – зберегти цей капітал та примножувати його.

Побудова інфраструктури для середовища знань – необхідна умова при створенні організації, яка самонавчається. К. Прахалад [5] виділяє 7 рівнів середовища знань:

1. Навчання та розвиток. Творення бази навичок.
2. Обмін інформацією. Вивчення найефективніших методів і підходів, наявних всередині компанії.
3. Використання інформації. Виокремлення контекстуальних знань.
4. Ефективне використання різних джерел знань та інформації. Простота доступу, наочність, діалог.
5. Мобілізація дій команди. Творення нових ініціатив.
6. Сприяння формулювання ідеї. Об’єднання різноманітних ідей.
7. Спільне творення цінності. Творення підходів для використання в майбутньому.

Організація, яка самонавчається є ефективною формою її функціонування. При вищезазначених підходах до управління інтелектуальним капіталом суттєво збільшується цінність компанії, підвищується її здатність адаптації до змін, впровадження інноваційних процесів та постійного вдосконалення.

1. Drucker P.F. Management Challenges for the 21st Century / P.F. Drucker - HarperBusiness, 2001. – 224 p. 2. J.R. Kotter, L.A. Schesinger, “Choosing Stratigies for Change”, Harvard Business Review, July-August, 2008. [Online]. Available: 2. ftp://static-ip-175-212-65-202.rev.dyxnet.com/HMM11_ENG_change_management/change_management/base/resources/ChoosingStrategiesForChange.pdf. [Accessed July, 1, 2008]. 3. Liker Jeffrey The Toyota Way: 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer / J. Liker - McGraw-Hill: 1 edition, December 17, 2003. – 330 p. 4. Петрович Й.М. Інноваційний потенціал управління модернізацією: монографія / Й.М. Петрович, Л.М. Прокопишин-Рашкевич. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 184 с. 5. Прахалат К.К. Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно з клієнтами / К.К. Прахалат, В. Рамасвамі / Пер. з англ. – М.: Вид-во Ставицького. – К.: Видавництво Олексія Капусти (підрозділ “Агенція Стандарт”), 2005. – 258 с.

Макарчук О.О., Передало Х.С.
Національний університет «Львівська політехніка»

УСПІШНІ ПЕРЕГОВОРИ ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНО РОЗРОБЛЕНИХ ДІЛОВИХ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ

На даний час з розвитком науково-технічного прогресу спостерігається значне скорочення фізичних навантажень на працівників, проте все більше зростають психологічні, моральні та інтелектуальні напруги при виконанні певних завдань. Саме від рівня володіння менеджерами наукою та мистецтвом ділового спілкування залежить успіх їхньої діяльності. Не останнє місце переговори займають і при розробленні ділових інноваційних стратегій, оскільки у даному процесі слід володіти інформацією, яку можна отримати з переговорів та в подальшому використовувати при прийнятті довготермінових управлінських рішень, їх реалізації.

Для ведення успішних переговорів сучасному менеджеру необхідно знати загальні норми та закономірності ділового спілкування, вміти успішно вести бесіди, знати основні принципи, стратегії та етапи проведення переговорів, види та методи розв'язання конфліктних ситуацій. Такі вміння та знання допоможуть правильно аналізувати ситуацію, враховувати інтереси партнерів та одержати бажаний результат.

Під час розроблення стратегій, особливо інноваційного характеру, а також їх реалізації, керівництво підприємства часто вступає у переговорні процеси з метою визначення потенційних можливостей розвитку організації в майбутньому. У науковій літературі існують різні визначення переговорів, проте між ними, як правило, немає великих розбіжностей. Згідно [1,5] переговори – це процес досягнення згоди шляхом ділового спілкування, коли обидві сторони мають як спільні, так і протилежні інтереси, з відкритим виголошенням своїх пропозицій.

Існує низка класифікацій переговорів за різними ознаками. З огляду на характер та кількість учасників виділяють двосторонні та багатосторонні переговори; міждержавні переговори; дипломатичні переговори; переговори між фірмами, організаціями, установами та офіційні і неофіційні переговори. Залежно від характеру ведення переговорів розрізняють: попередні переговори, шляхом листування; особисті переговори, при безпосередньому контакті між учасниками; переговори за телефоном. І не менш важливою є класифікація за предметом переговорів, за якою виділяють політичні переговори, ділові (комерційні) переговори, переговори з вирішення трудових питань, переговори з питань культури та економіки [1].

За функціональною ознакою американський політолог Чарльз Ікле виокремив такі види переговорів: переговори, спрямовані на продовження дії домовленостей, досягнутих угод; переговори з метою нормалізації відносин, що передбачає перехід від конфліктних до інших типів стосунків між сторонами; переговори з метою перегляду угоди; переговори з метою досягнення нової угоди; переговори, зорієнтовані на отримання не відображених в угоді результатів [2].

Важливим чинником успішних переговорів та досягнення бажаних результатів, на думку багатьох науковців, є правильно обрана стратегія ведення переговорів і пов'язана з нею тактика переговорів. Найчастіше виокремлюють три стратегічні підходи до ведення переговорів: жорсткий, м'який та принциповий (стратегія торгу) [3, 5].

Концепція м'якої стратегії переговорів була висунута Ч. Осгудом. Її сутність у тому, що для успішного ведення переговорів доцільна м'яка стратегія поведінки, що передбачає взаємний обмін поступками. Жорстка стратегія переговорів зводиться до різних прийомів демонстрації сили. Основні прийоми реалізації цієї стратегії ґрунтуються на маніпуляції іншою стороною. Стратегія торгу – одна з найпоширеніших стратегій, яка є сполученням жорсткої та м'якої стратегії. Торг – «це будь-який процес, за допомогою якого два чи більше учасники досягають певної єдності, під час якої їх дії взаємно доповнюють одна одну, причому угода досягається на основі виключно тих сторін, яких вони торкалися» [3].

Досить часто на сьогодні ділові інноваційні стратегії розробляються та реалізуються в розрізі співпраці з іноземними контрагентами та, відповідно, передбачають укладання з ними ділових контрактів, угод про співпрацю. При цьому слід враховувати, що кожна країна має свій стиль та особливості ділового

спілкування, що спричиняють появу певних труднощів та непорозумінь при веденні ділових переговорів.

У світі існує безліч культур, традицій, звичаїв та ідеологій, тому дуже важко досягти «єдиної переговорної культури». На думку Р. Д. Льюїса [4], культури світу можна розподілити на три типи, кожному з яких характерний свій стиль ділового спілкування, методи та характер ведення переговорів та специфічні комунікативні моделі: моноактивні (Швеція, Німеччина, Британія, Данія), поліактивні (Італія, Латинська Америка, Арабські країни, Франція, Греція), реактивні (Японія, Китай, Тайвань, Сінгапур, Корея, Туреччина, Фінляндія).

Наприклад, американці, хоча зовні здаються усміхненими, дружелюбними та енергійними, характеризуються високим професіоналізмом та стараються швидко провести переговори. У Іспанії та Італії, навпаки ж, прийнято провести неформальну світську бесіду перед початком переговорів, вони не вдаються до детального аналізу наданої їм інформації, а результат в основному залежить від того, чи сподобається їм людина, що веде переговори. У Німеччині для переговорів характерними є формальність, строгість та педантичність. Німці ніколи не приймуть остаточного рішення, поки детально все не проаналізують, не поставлять всіх питань, що їх цікавлять та не будуть впевнені в успішності та правильності їх рішення [4].

Отже, можна виокремити такі основні проблеми проведення ділових переговорів з іноземними контрагентами: відмінність у підходах до проведення переговорів; різний характер прийняття рішень, стиль обговорення предмета та викладання основної інформації; невідповідність поведінки учасників переговорів тощо. Внаслідок цього виникають непорозуміння між учасниками переговорів та відсутність очікуваного результату.

Хоча в міжнародній практиці проведення ділових переговорів поступово формуються єдині правила та методи їх проведення, тобто стандарт ділових контактів, проте, для успішного ведення переговорів необхідно все-таки враховувати звичаї та традиції іноземних контрагентів. Враховуючи відсутність досвіду українських бізнесменів у веденні переговорів на міжнародному рівні, їм слід вивчити особливості поведінки та характеру своїх майбутніх партнерів перед початком переговорів, щоб бути готовими до несподіванок, які їх можуть очікувати. Тобто потрібно дотримуватись своїх стандартів та стилю ведення переговорів, але одночасно і з розумінням ставитись до особливостей своїх партнерів та вміти знаходити компроміс.

Від рівня організації переговорів великою мірою залежить успіх у досягненні поставленої мети та цілей підприємства та у ефективній розробці стратегій для їх досягнення. Розробкою стратегій в основному займаються директори та заступники за напрямами діяльності підприємства. Вони особисто очолюють та проводять найскладніші переговори, що стосуються укладання та виконання договорів з партнерами, постачальниками та іншими контрагентами про довгострокове співробітництво, що впливають на прийняття та виконання стратегічних завдань та на ефективність роботи підприємства в цілому. Тому, на даний час, однією з найважливіших якостей працівників інституційного рівня є знання та вміння ефективно проводити ділові переговори, які забезпечують їм успіх у ефективній розробці ділових інноваційних стратегій підприємств, у яких вони працюють.

1. Лесько О.Й. Етика ділових стосунків : [навчальний посібник] / Лесько О.Й., Прищак М.Д., Рузакова Г.Г., Залюбівська О.Б. – Вінниця : ВНТУ, 2009. – 187 с. 2. Дороніна М. Психологія управління: [навчальний посібник] / Дороніна М., Григоренко А.Х. : ХДЕУ, 2008. - 548 с. 3. Тихомирова Є.Б. Конфліктологія та теорія переговорів: [підручник] / Тихомирова Є.Б., Постоловський С.Р. – Рівне: Перспектива, 2007. – 389 с. 4. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном би знесе. От столкновения к взаимопониманию. / Льюис Р.Д.; Пер. с англ. – М.: Дело, 2001. – 448 с. 5. Передало Х.С. Основи зовнішньоекономічної діяльності: [навчальний посібник] / Н.Г. Георгіаді, Х.С. Передало, С.В. Князь - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2006. - 236с.

Малиновський Ю.В., Молочник Ю.Б., Холява І.П.
Національний університет «Львівська політехніка»

УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ РЕСУРСОМ АВТОМАТИЗОВАНОЇ ТА НЕАВТОМАТИЗОВАНОЇ ПІДСИСТЕМ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ЯК СКЛАДОВОЇ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Зростання ролі суб'єктів управлінської діяльності, зумовило активне дослідження формування основних передумов дієвого комунікатора. У центрі даного дослідження повинна бути людина, її професійні, особистісні якості, можливості розвитку та психологічні властивості. Таке бачення є основним у багатьох наукових підходах щодо дослідження різноманітних систем, структурних елементів, де важливим чинником впливу є особистість працівника.

Комунікаційна система не може існувати без технічного, технологічного, програмного забезпечення та впровадження нововведень, що, у свою чергу, є неможливими без наявності персоналу відповідного кваліфікаційного рівня. Основне завдання таких працівників полягає не лише у щоденному обслуговуванні автоматизованої та неавтоматизованої частин комунікаційної системи, а й у повній мірі забезпечити адекватне реагування даної системи на непередбачені фактори, форс-мажорні обставини (витік інформації, несанкціонований доступ до внутрішньої інформаційної системи) та бути спроможним самостійно відреагувати на мінливу ситуацію, яка склалась на підприємстві. Таким чином, наявність на підприємстві висококваліфікованих, з достатнім професійним рівнем, готових до саморозвитку працівників є необхідною умовою забезпечення не лише безперебійного функціонування комунікаційної системи, а й конкурентоспроможного продукту та стабільного функціонування підприємства. Саме тому надзвичайно актуальним є активізування діяльності працівників комунікаційної системи, підвищення їх мотивування з метою забезпечення досягнення результативності роботи.

В управлінській діяльності комунікація є інтегруючою складовою, що об'єднає ролі управління й ролі спілкування, то діяльність працівників ґрунтується на певній інформації, яку можна відобразити у вигляді цілісної системи інформаційних взаємодій персоналу фірми. Тому, активне включення у комунікаційну систему та здійснення супровідної діяльності в ній, неможлива без відповідного кваліфікованого персоналу, що обслуговує як автоматизовану, так і неавтоматизовану частину системи комунікацій.

Стає очевидним, що працівники є ключовим елементом комунікаційної системи і відіграють основоположну роль, оскільки не лише виступають активним учасником комунікаційного процесу, а й здійснюють підтримуючу діяльність у ньому.

В системі комунікацій підприємства беруть участь керівництво, функціональні підрозділи, робочі групи, комісії що беруть участь в прийнятті рішень та робітники, що беруть участь в процесі формування і використання інформаційних ресурсів.

Діяльність директора та керівників відділів у системі комунікацій полягає у розв'язанні управлінських завдань засобами спілкування, у передаванні знань і досвіду учасникам взаємодії та способі організування системи стосунків на рівнях «керівник - підлеглий», «керівник - група», «керівник – інші керівники», а також у створенні умов для функціонування та підтримання такої системи.

В комунікаційній системі задіяні всі працівники, тому виникає необхідність у поглибленому дослідженні розподілу працівників в межах комунікаційної системи підприємства (рис. 1).

Основними завданнями автоматизованої підсистеми комунікаційної системи є інформаційний та комунікаційний супровід бізнес-процесів, програмне забезпечення та підтримання прийняття управлінських рішень, налагодження взаємозв'язків між структурними елементами підприємства та зовнішнім середовищем.

Неавтоматизована підсистема підприємства спрямована на передавання та зберігання неоцифрованої інформації як в середині підприємства, так і за його межами.

Рис. 1. Розподіл працівників у комунікаційній системі підприємства

Відповідно до власних досліджень систематизовано функції працівників у процесі формування та підтримання функціонування комунікаційної системи:

1. Розроблення комунікаційної системи. Зазначеним завданням займається уповноважений керівник відділу з інформаційно-комунікаційного забезпечення, відповідно до розробленої стратегії розвитку підприємства в цілому. Розподіляє повноваження на предмет моніторингу змін у сучасних інформаційних, комп’ютерних, комунікаційних технологіях, програмному і апаратному забезпеченні.

2. Підтримка та вдосконалення системи комунікацій підприємства. Означені функції закріплені за працівниками автоматизованої підсистеми підприємства і вони взаємодіють з усіма бізнес-підрозділами та виробничими структурними одиницями. До кола їхніх обов’язків належить моніторинг стану техніко-технологічної підтримки комунікаційного процесу та усунення виявлених недоліків, забезпечення розвитку та експлуатації мереж передачі даних засобами програмного забезпечення та безперебійної роботи комп’ютерної мережі усіх структурних підрозділів підприємства.

3. Збирання, обробка, передача та захист інформації. До даних процесів долучаються працівники обох підсистем комунікаційної системи підприємства. Працівники неавтоматизованої системи, зокрема, робітники підприємства збирають первинну інформацію, тоді як управлінці використовують опрацьований інформаційний масив для прийняття відповідних рішень. Працівники автоматизованої підсистеми здійснюють збирання, систематизацію, опрацювання, передавання, архівування інформації та конкретних даних. Забезпечують техніко-технологічну підтримку зазначеного процесу. Здійснюють розроблення та впровадження заходів по налагодженню інформаційних зв’язків між структурними підрозділами та станом захищеності інформації.

Зрозумілим є те, що наведений перелік функцій та обов’язків працівників автоматизованої і неавтоматизованої підсистем не є вичерпним і розробляється кожним підприємством самостійно.

Мороз Л.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПРОБЛЕМИ ТА ЗАХОДИ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В умовах необхідності виходу з економічної кризи і подальшого прискорення інноваційного розвитку вітчизняних підприємств успіх їх діяльності, в першу чергу, залежить від ефективного використання наявних людських ресурсів, коли управління персоналом є складовою удосконалення кадрового менеджменту підприємства.

Кадровий менеджмент підприємства в умовах його інноваційної діяльності повинен об'єднувати, координувати, взаємоув'язувати й інтегрувати всі функції управління підприємством. Він повинен включати такі напрямки і проблеми: планування людських ресурсів; розробка плану задоволення потреб в людських ресурсах і необхідних для цього витрат; набір персоналу з метою створення резерву потенційних кандидатів на ці посади; оцінка кандидатів на робочі місця і відбір кращих кандидатів з резерву, який створений при наборі персоналу; визначення заробітної плати і компенсації, а також розробка структури заробітної плати і пільг з метою залучення, найму і збереження персоналу; профорієнтація і адаптація персоналу при прийнятті робітників у підрозділи підприємства та розвиток розуміння того, що очікує від них підприємство; яка праця заслуговує оцінку; навчання персоналу за розробленими програмами з метою ефективної інноваційної діяльності та їх просування; оцінка трудової діяльності персоналу та розробка методик його оцінювання з доведенням їх до робітників; розробка методів переміщення персоналу на посадах по мірі їх відповідальності.

В сучасних умовах розробки інноваційних процесів керівництво та менеджери-інноватори повинні підвищувати існуючий рівень управління, який визначається якістю планових і оперативних рішень, швидкими термінами надання інформації в підрозділи підприємства, які займаються розробкою інновацій. Інформація повинна бути як оперативною, так і якісною, так як зниження якості управління приводить до погіршення показників діяльності всієї системи управління розробкою інноваційних процесів. Розуміння цього вимагає інноваторів до пошуку і виявлення резервів управління в різних напрямках без попереднього визначення втрат і ефекту, що очікується від впровадження процесу. Інноваційні проекти з розроблення нової продукції повинні реалізовуватися не ізольовано, а залежно від інших проектів та існуючої діяльності підприємства, так як нова продукція повинна бути конструктивно і функціонально сумісною з раніше освоєною продукцією підприємства. Для прискорення процесу розроблення нової продукції зараз використовують метод спільного проектування, який ґрунтується на програмній інтеграції різних груп, що беруть участь в інноваційній діяльності. До них входять групи управління інноваційною програмою, технічні та проектно-виробничі групи, що значно скорочує терміни розробки виконання різних етапів інноваційної діяльності.

Ключовою ланкою будь-якого інноваційного процесу на підприємстві завжди є керівник, який виконує основні завдання на підставі існуючих основних функцій керівника і принципів керівництва. Незважаючи на необхідність досягнення поставленої перед колективом мети, керівник повинен: розробляти загальний план дій; координувати всі підрозділи управління; впливати на нижчі рівні управління і їх керівників; підбирати кадри; розкривати потенціал кожного працівника.

Там, де створені належні умови праці, збільшується продуктивність праці робітників, знижуються втрати робочого часу, покращується внутрішній мікроклімат у колективі. Ці фактори, в свою чергу, допомагають знизити вартість ресурсів, але інвесторів при цьому цікавить, чи буде високий дохід при мінімальному ризику, тому принципово нові вироби можуть бути для них перешкодою до здійснення інвестицій, а ризик вимагає відповідної компенсації та оцінки.

Виробники також можуть чинити опір впровадженню нововведень, що пояснюється відсутністю точних вартісних оцінок, наприклад, собівартості виготовлення нових виробів, для визначення якої необхідне проведення робіт з технічної підготовки виробництва.

Сучасна тенденція розвитку інноваційної діяльності вимагає від менеджерів та працівників підприємств нових підходів до їх праці з впровадженням комп'ютерних систем та прийняття управлінських рішень на основі консенсусу менеджерів, а також з врахуванням неформальних цінностей,

що існують на підприємстві, та їх психологічно-поведінковою нормою спілкування. В умовах швидкої зміни концепцій інноваційної діяльності трансформується роль майстрів, бригадирів, начальників виробництв, що вимагає від них поповнення знань в галузі електроніки та сучасних технологій. Керівництво чекає від них не тільки локалізації технічних проблем і пошуку варіантів їх рішення, але й оперативного рішення проблем управління персоналом, а саме, налагодження взаєморозуміння та їх високої мотивації, забезпечення високої продуктивності праці та високої якості продукції. Це, в свою чергу, висуває завдання докорінного оновлення концепції професійної підготовки та безперервного підвищення кваліфікації робітників всіх ланок, які беруть участь в інноваційній діяльності підприємства.

Сьогодні в умовах інноваційної діяльності її учасники повинні розглядати свої функціональні обов'язки як внесок у вирішення певних завдань діяльності підприємства, в яких відбивається політика керівництва: виробництво, розвиток і дослідження, комерційна діяльність, фінансовий стан, матеріально-технічне постачання, комунікації, організація праці, адміністрування. Тобто в сучасних умовах в інноваційній діяльності підприємства не допускається ранжирування функціональних обов'язків персоналу за їх спадною значущістю. Так, завданнями майстра дільниці є: у виробництві - забезпечення випуску певного обсягу продукції необхідної якості в заплановані терміни; в комерції - мотивація персоналу до підвищення якості виробів; в сфері матеріально-технічного постачання - управління незавершеним виробництвом; в галузі управління персоналом - інструктаж і керівництво; у сфері адміністрування - збір і аналіз управлінської інформації; в галузі досліджень і розробок - вивчення інформації про технічні і технологічні нововведення. Таким чином, логічний взаємозв'язок областей управління, значущість виконуваної функції проводиться з урахуванням інноваційної політики підприємства в цілому, об'єднуючи всі функції діяльності без їх ранжування.

Так як управління інноваційною діяльністю – це сукупність взаємоув’язаних процесів планування, організації, мотивації та контролю, які забезпечують формування й досягання цілей інноваційної діяльності підприємства, що здійснюється на всіх етапах розробки і впровадження в практичну діяльність стратегічних програм і інноваційних проектів, починаючи від управління розробкою ідей до впровадження інновацій і забезпечення їх раціонального використання, тому інноваційний менеджер повинен приймати раціональні рішення, обґрунтовані на методах економічного аналізу, технічній основі й оптимізації інноваційного процесу, а також повинен керуватися результатами оцінки ефективних можливостей підприємства: фінансового стану, наявної технологічної бази і можливостей її розширення.

Реалізація заходів інноваційної діяльності передбачає проведення необхідних змін, без яких навіть заздалегідь досконало опрацьована стратегія може бути не реалізована. Опір інноваційним змінам – це неминуче явище, тому керівник повинен розуміти, чому менеджери та керівники функціональних підрозділів не хочуть цих змін. Це потребує від керівництва підприємства спеціальних заходів, пов’язаних з достатньо великими витратами, до яких належить навчання персоналу і створення атмосфери прихильності до інновацій через інформування та агітацію про подальший розвиток підприємства, фаховий ріст працівників та стабільність їх занятості. Також слід пам’ятати, що шлях до змін – це необов’язково пошук і впровадження інноваційних рішень, процесів або стратегій. Більш раціональний підхід – це провести аналіз того, що вже є на підприємстві і вибрати те, чим можна скористатися для подальшої розробки інноваційних процесів. Але інноваційна діяльність буде мати шанс на успіх тільки при умові взаємодії великої кількості різноманітних маркетингових, науково-технічних, виробничих рішень, які очолює й об’єднує людський фактор, тобто ефективність інноваційної діяльності безпосередньо залежить від кадрового менеджменту, основу вдосконалення якого забезпечують рівень кваліфікації і компетентність персоналу, підвищення його кваліфікації, а також його психологічні і комунікаційні якості.

Петришин Н.Я., Адамів М.Є.
Національний університет «Львівська політехніка»

АНТИСИПАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасна теорія і практика функціонування вітчизняних підприємницьких структур в умовах загострення конкуренції на ринках усіх галузей національної економіки, високого рівня динамічності й невизначеності зовнішнього середовища, соціально-політичної та економічної нестабільності в державі вказують на об'єктивну необхідність та важливість інноваційних перетворень на підприємствах для подолання різноманітних кризових проблем їхньої діяльності та збереження позицій на ринку. На сучасному етапі значна частина вітчизняних суб'єктів господарювання вже функціонує в умовах критичного дефіциту ресурсів, при цьому найдужче помітною є нестача фінансових і матеріальних ресурсів. За таких обставин особлива увага повинна відводитись кадровим ресурсам підприємства, зокрема, таким інтелектуальним працівникам, які здатні генерувати та втілювати якісні інноваційні пропозиції щодо вирішення проблем різних сфер діяльності підприємства та забезпечення його прогресивного розвитку.

Одним із інноваційних векторів розвитку управлінської діяльності підприємств є застосування антисипативного управління, що в сучасних малопрогнозованих та вкрай невизначених умовах функціонування дозволяє суб'єктам господарювання істотно підвищити рівень їхньої підготовки до майбутніх змін середовища функціонування. Це уможливлюється на основі цільової взаємодії управлінських процесів зі слабкими сигналами як ранніми ознаками потенційних явищ у контексті їх комплексного дослідження (пошуку, ідентифікування, відбору, оброблення, впорядкування, прогностичного інтерпретування тощо) з метою завчасного визначення на цій основі можливостей або загроз умов функціонування підприємства та прийняття необхідних управлінських рішень. Адже за сучасних обставин для підприємств вже недостатнім є пристосування до поточних змін середовища функціонування, натомість виникає необхідність у випередженні потенційних явищ з метою забезпечення адекватного своєчасного реагування. В умовах становлення антисипативного управління у вітчизняному підприємницькому середовищі ключову роль відіграє якісний HR - менеджмент у цій сфері. Мова йде про раціональний добір працівників, які зможуть ефективно виконувати антисипативні завдання, перманентне підвищення рівня їхньої кваліфікації, забезпечення сприятливих умов праці, якісне стимулювання роботи тощо.

Вибір працівників для впровадження і здійснення антисипативного управління на підприємстві повинен відбуватись продумано та обґрунтовано на основі попереднього визначення не лише рівня кваліфікації працівників у сфері антисипативного управління, але й їхніх творчих здібностей та особистісних характеристик. Адже антисипативне управління передбачає виконання не лише кількісних завдань, що потребують відповідних знань, вмінь і досвіду працівників, але й завдань якісного характеру, що реалізовуються на основі логіко-креативного й творчого підходу. Слід зазначити, що до здійснення антисипативного управління можна залучати власні кадрові ресурси підприємства, що характеризуються належним рівнем компетенцій у цій сфері, або у протилежному випадку – наймати нових працівників, що відповідатимуть усім необхідним вимогам. В умовах відсутності належного досвіду здійснення антисипативного управління на вітчизняних підприємствах раціональним видається спрямування працівників на відповідні навчальні курси, семінари, програми для підвищення їхньої кваліфікації, розвитку вмінь, здібностей та навиків у сфері антисипативного управління.

Як зазначалось вище, антисипативне управління ґрунтується на реалізації низки якісних операцій, що пов'язані з пошуком слабких сигналів, їх ідентифікуванням, відбором, передбаченням та обґрунтуванням альтернативних траєкторій розвитку до конкретних потенційних явищ, розробленням якісних пропозицій і заходів щодо використання ідентифікованих за слабкими сигналами можливостей чи ліквідації загроз тощо. Для виконання перелічених завдань фахівці з антисипативного управління повинні володіти потужним креативним потенціалом, стратегічним баченням майбутніх ситуацій, інтуїтивними якостями щодо пошуку, відбору та ідентифікації слабких сигналів, уміти виявляти найбільш перспективні та небезпечні сфери середовища функціонування, розпізнавати його слабкі сигнали, логічно та

обґрунтовано формувати різноваріантні альтернативні траєкторії розвитку потенційних явищ, продукувати креативні ідеї та пропозиції щодо вирішення нестандартних ситуацій, розробляти оптимальні заходи щодо використання виявлених шансів чи уникнення небезпек умов діяльності підприємства тощо.

З огляду на специфіку антисипативного управління та різноякісний характер його завдань виникає необхідність у налагодженні ефективної системи мотивування працівників у цій сфері. За забезпечення ефективного матеріального та морального стимулювання діяльності працівників, що задіяні у процес антисипативного управління, відповідає функція мотивування. На підставі [1] можна стверджувати, що мотивування в межах антисипативного управління – це вид управлінської діяльності, який полягає у різнобічному стимулюванні працівників, прямо чи опосередковано задіяних у процес антисипативного управління, на якісне забезпечення та оптимальну реалізацію антисипативного управлінського процесу з метою досягнення організаційних та особистих цілей. Раціональний вибір дієвих методів стимулювання роботи фахівців з антисипативного управління повинен забезпечувати розкриття і розвиток їхнього креативного потенціалу та досягнення ефективних результатів праці. Варто зазначити, що під час здійснення мотивування працівників, задіяних у процес антисипативного управління, слід застосовувати або поєднувати загальновідомі процесійні та змістові теорії у цій сфері. Разом з тим, найбільш прикладними механізмами мотивування працівників в межах антисипативного управління є система матеріального та морального стимулювання. До основних завдань матеріального мотивування можна віднести: обґрунтоване встановлення розміру заробітної плати працівників, задіяних у процес реалізації антисипативного управління, відповідно до визначених форм та систем оплати праці на підприємстві; об’єктивне визначення додаткових заохочувальних виплат (премій, надбавок, доплат тощо), наприклад, надання премій за розроблення результативного антисипативного сценарію, зростання прибутку, економії ресурсів, зниження величини певних витрат внаслідок ефективної реалізації антисипативного управління на підприємстві, покращення окремих показників діяльності підприємства, удосконалення різноманітних планів та стратегії розвитку підприємства внаслідок виявлення додаткових можливостей чи загроз умов функціонування за слабкими сигналами, розроблення та реалізацію ефективних креативних рішень у певній сфері функціонування підприємства тощо. Крім того, доцільним видається також вручення цінних подарунків, сертифікатів, надання корпоративного мобільного зв’язку, індивідуального програмно-технічного забезпечення тощо.

Не менш важливого значення в межах мотивування працівників, задіяних в процес антисипативного управління, набуває і моральне стимулювання їхньої роботи. На сьогодні науковці дедалі частіше звертають увагу саме на моральне стимулювання діяльності креативних, ерудованих, інтелектуальних працівників з огляду на необхідність задоволення наявних у них потреб вищого порядку. Що стосується морального мотивування працівників в межах антисипативного управління, то у цьому випадку доцільно застосовувати різноманітні нематеріальні стимули: нагородження грамотами, оголошення подяки, налагодження сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі, просування за службовою ієрархією працівників за якісну реалізацію антисипативного управлінського процесу та виконання посадових обов’язків, висвітлення їхніх досягнень у засобах масової інформації тощо [1; 2].

1. *Процесно-структурований менеджмент: методологія та інструментарій: [монографія] / Кузьмін О.Є., Алєксєєв І.В., Мельник О.Г. [та ін.] ; за ред. д.е.н., проф. О.Є. Кузьміна. – Львів: Видавництво «Растр-7», 2013. – 428 с. 2. Горячка О.О. Методи стимулювання персоналу інноваційних креативних колективів промислових підприємств / О.О. Горячка // Економіка та держава. – 2013. - № 6. – С. 66-70.*

Петрович Й.М.
Національний університет «Львівська політехніка»

МОДЕРНІЗАЦІЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇЇ КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Модернізація промислових підприємств, в процесі якої передбачається масштабне їх техніко-технологічне переоснащення безпосередньо позначається на формуванні нових робочих місць у виробничих підрозділах та обумовлює ґрунтовне переоснащення діючих робочих місць. Передовий вітчизняний досвід показує, що нові і модернізовані робочі місця стають носіями новітніх технологій, які застосовуються для виготовлення виробів та надання відповідних послуг, що користуються попитом на ринку. Це є важливою передумовою щодо зміни підходів у формуванні не тільки робітничих кадрів, а й персоналу підприємств загалом. Застосування і освоєння нових технологій вимагає ґрунтовних знань від інженерно-технічних працівників і робітників, тобто вони повинні бути здатними освоювати новітні технології, застосування яких дає змогу виготовляти вироби і надавати послуги з інноваційним наповненням і в такий спосіб підвищувати їх якість та конкурентоспроможність. Слід зазначити, що в умовах жорсткої конкуренції комфортно почуватися на ринку можна лише шляхом підвищення конкурентоспроможності продукції, яка може бути виготовлена в результаті застосування новітніх технологій і модернізації технічно-технологічної бази підприємств.

В цьому контексті основним завданням менеджменту промислових підприємств є розробка заходів кадрового забезпечення підприємств як важливою складової проектів їх модернізації. Реалізація таких проектів сприятиме ефективному використанню нових модернізованих потужностей промислових підприємств. Це пояснюється тим, що процес модернізації в просторі і часі матиме як кількісне, так і якісне кадрове забезпечення. Звичайно, мова йде, насамперед, про забезпечення модернізованих промислових підприємств кадрами високого фахового рівня, здатних оптимально освоювати новітні технології в процесі виготовлення продукції, яка має відповідати вітчизняним і міжнародним стандартам якості, бути конкурентоспроможною на внутрішньому і зовнішньому ринках. Саме виготовлення такої продукції на модернізованих підприємствах має бути критерієм їх кадрового забезпечення.

Зазначимо, що модернізація промислових підприємств та її кадрове забезпечення має знаходити чільне місце в розробці і реалізації цільових стратегічних програм розвитку економіки пріоритетних секторів та їх підприємств, які першочергово повинні бути забезпечені кадрами високого фахового рівня. Саме такі сектори (галузі) економіки і їх підприємства мають стати локомотивом розвитку конкурентоспроможної економіки України. Вирішення цього завдання вимагає розробки гнучких програм підготовки та перепідготовки кадрів у вищих навчальних та середніх спеціальних закладах совіти країни. Такі програми повинні узгоджуватись із представниками бізнесу на всіх рівнях управління. Така програмна узгодженість дасть змогу не тільки налагодити підготовку відповідних кадрів для потреб підприємств, які здійснюють модернізацію, а й стане важливим чинником у вирішенні проблем працевлаштування підготовлених фахівців.

В такій спосіб бізнесові структури мають змогу разом з відповідними навчальними закладами здійснювати підготовку кадрів належної кадрової орієнтації для потреб підприємств, які здійснюють модернізацію своєї діяльності. Таким чином, системна і цільова підготовка кадрів для підприємств, які здійснюватимуть модернізацію своєї техніко-технологічної бази, стане важливою передумовою ефективного їх функціонування в жорстких умовах конкуренції.

Романишин А.О., Прийма Л.Р.
Національний університет «Львівська політехніка»

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ, ЯК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАДІЙНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ

На сучасному етапі розвитку українського суспільства однією з важливих проблем є забезпечення надійності функціонування усіх секторів національної економіки, що залежить від готовності персоналу на належному рівні виконувати свої професійні обов'язки. У зв'язку з цим важливого значення набуває створення ефективної системи забезпечення надійності персоналу. Керівники підприємств прагнуть мати у підпорядкуванні не тільки кваліфікованих працівників, які б відповідали поставленим вимогам, але й шукають можливості їх зберегти, забезпечити їхній подальший розвиток, що в результаті забезпечить надійність персоналу. Надійність є однією з найважливіших складових професійної придатності працівників як державних, так і приватних підприємств. Працівники, що володіють такою якістю, зберігають моральну стійкість і лояльність до підприємства, відчувають себе комфортно на підприємстві, а робота представляє для них особливу цінність, а її втрата розцінюється як життєва невдача. Слід зазначити, що ступінь надійності працівників може змінюватися у зв'язку із зміною умов, виникненням нестандартних чи екстремальних (надзвичайних), кризових ситуацій, що залежить від різних причин і є непередбачуваним.

Вирішити окреслену проблему можна лише завдяки аналізу використання технології відбору, збереження та розвитку працівників, що сприяє підвищенню їх якісних характеристик та забезпеченню надійності кожного працівника. Тому в сьогоднішніх умовах вкрай актуальним є вдосконалення існуючих технологій впливу на персонал підприємства.

Одним із варіантів вирішення такої ситуації є застосування професійного відбору, під яким розуміється процес виокремлення з кандидатів осіб, врахувавши їх індивідуально-типологічні та особистісні якості для визначення працівників потенційно здатних забезпечити ефективне виконання функціональних обов'язків.

Як показує практика, серед вітчизняних підприємств є невелика кількість тих, які серйозно ставляться до використання ефективних технологій професійного відбору працівників. Кадрові служби застосовують, як правило, застарілі методики та програмно-технічні засоби оцінки кандидатів на посаду. Як правило, тестування в процесі відбору є формальним, без застосування психологічних методів [1, с.95], оскільки існує велика кількість професій, для заповнення вакансій по яких необхідне врахування соціально-психологічних факторів успішної діяльності працівників.

Таким чином, слід зазначити, що ступінь надійності персоналу значною мірою залежить від обраної технології професійного відбору працівників. Одним з перспективних шляхів удосконалення системи професійного відбору, є впровадження спеціальних психофізіологічних технологій. У перспективі удосконалення складових технології управління персоналом доцільно здійснювати за функціональними підсистемами: технологія планування потреби в персоналі; технологія пошуку, відбору і залучення персоналу; технологія розставлення та обліку персоналу; технологія професійного та соціального розвитку працівників; технологія оцінювання персоналу; технологія стимулювання та мотивації персоналу.

1. Організаційні проблеми формування стійкої системи підвищення ефективності національної економіки України: Монографія. – Під редакцією Л.М. Фільштейна. – Кіровоград: «КОД», 2009. – 388 с 2. Кокун О.М. Оптимізація адаптаційних можливостей людини: психофізіологічний аспект забезпечення діяльності: Монографія. – К.: Міленіум, 2004. – 265 с 3. Федоренко В.С. Маркетинг. Навч. посібник. / В.С. Федоренко – Черкаси, 2004. – 162 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://slv.com.ua/book/16/1362.html

Селюченко Н.Є., Масюк В.М., Гандзюк Ю.О.
Національний університет «Львівська політехніка»

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ІННОВАЦІЇ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Антикризове управління має комплексний характер: може бути попереджувальним, тобто спрямованим на запобігання дії внутрішніх негативних чинників і пристосування до зовнішніх; може мати реактивний характер, що полягає у розробленні та реалізації заходів, спрямованих на подолання наявної кризи. Після виведення підприємства з кризи оцінюють можливості його розвитку, які б максимально забезпечили уникнення повторних кризових ситуацій. Успішне вирішення завдань на будь-якому з цих етапів неможливе без інновацій.

Остання фінансово-економічна криза підтвердила, що економіки з потужним високотехнологічним виробництвом виявилися стійкішими в умовах кризи. Підприємства, на яких впроваджувалися інновації, швидше долали кризові явища.

В Україні, на жаль, спостерігається зовсім інша ситуація. У після кризовий період частка збиткових підприємств в економіці навпаки збільшується. За роками вона була такою: у 2007 році – 32,5%, у 2008 році – 37,2%, у 2009 році – 39,9%, у 2010 році – 41%, у 2011 році – 36,0%, у 2012 році – 42,9% [1]. За перші три квартали 2013 року частка збиткових підприємств досягла 40,2% [4]. Прибуткові підприємства характеризуються низькою рентабельністю операційної діяльності: 13-15% – у сільському господарстві, 7-10% – на транспорті і у зв'язку, найнижчий рівень – у промисловості. Однією з основних причин такої ситуації є висока собівартість продукції [1].

За індексом технологічного розвитку Україну відносять до групи транзитивних країн (81 місце у рейтингу Всесвітнього економічного форуму у 2012 році), які конкурують за допомогою низькотехнологічних засобів виробництва та мають низький рівень продуктивності праці, але наближаються до середньотехнологічно розвинених країн. Внаслідок технологічної відсталості та недосконалої структури економіки, що доповнюються недоліками організаційно-економічного та інституційного забезпечення економічних процесів, національне виробництво характеризується низькою продуктивністю праці. За даними The Conference Board Total Economy Database, у 2011 р. Україна відставала за показником продуктивності праці (ВВП на одного зайнятого) від старих країн-членів ЄС у 3-6 разів, нових східноєвропейських країн-членів ЄС (крім Румунії та Болгарії) – у 2,0-3,7 разу, а також країн СНД: Азербайджану – у 1,2 разу, Казахстану – у 1,6 разу, Білорусі – у 2 рази, Росії – у 2,2 рази [6].

За твердженням автора [7], кризовий період спричинив поштовх щодо переходу більшості відомих світових компаній до процесних інновацій, капіталомісткість яких є нижчою порівняно з продуктовими інноваціями, і вони спрямовані на економію трудових, матеріальних та енергетичних ресурсів, що дає змогу знижувати ціну виробленої продукції і тим самим підтримувати попит на неї. Кризові ситуації змушують менеджерів та акціонерів переглядати колишні управлінські підходи, переходити до впровадження нових практик. Підприємства, яким вдається упровадити організаційні інновації, мають переваги у посткризовому періоді.

Згідно Методологічних положень зі статистики інноваційної діяльності [3], затверджених Наказом Державної служби статистики від 10.01.2013р., до організаційних інновацій належать: організаційні інновації в діяльності підприємства, які охоплюють упровадження нових методів організації повсякденної діяльності з виконання різноманітних робіт; інновації в організації робочих місць, що передбачають упровадження нових методів розподілу відповідальності та права прийняття рішень між співробітниками при організації й узгодженні різних робочих процесів усередині підрозділів підприємства, а також при взаємодії цих підрозділів; упровадження нових принципів структурування діяльності як об'єднання різних видів робіт; нові організаційні методи в зовнішніх зв'язках підприємства, які включають упровадження нових способів організації взаємин з іншими підприємствами або державними організаціями, таких як установлення нових форм співробітництва з дослідницькими організаціями або замовниками, нові методи інтеграції з постачальниками, використання зовнішніх результатів досліджень і розробок, перше в діяльності підприємства залучення комерційних субпідрядників до виробництва, заготівель, розподілу, набору персоналу, допоміжних служб. Організаційні інновації спрямовані на підвищення ефективності

діяльності підприємства за допомогою скорочення адміністративних або оперативних витрат, підвищення задоволеності службовців станом своїх робочих місць (і тим самим продуктивності праці), розширення доступу до нетоварних активів (таких як некодифіковані знання із зовнішніх джерел) або зменшення витрат на постачання.

На вітчизняних підприємствах такі види інновацій поки що не достатньо поширені, що підтверджують статистичні дані. У 2012р. інноваційною діяльністю у промисловості займалися 1758 підприємств, або 17,4% обстежених промислових підприємств (у 2011р. – 1679 підприємств, або 16,2%). Упроваджували інновації 1371 підприємство (78,0% інноваційно активних або 13,6% обстежених промислових), що на 3,3% більше, ніж у 2011р. Організаційні інновації здійснювали лише 147 підприємств (у 2011 році – 185). Аналіз за регіонами показав, що лідером у впровадженні цих інновацій є Київ (26 підприємств), за ним – Харківська та Запорізька області (16 та 15 підприємств відповідно), вагоме місце займає Івано-Франківська область (12 підприємств), у той же час Львівська область не характеризується достатньою активністю підприємств у впровадженні такого виду інновацій (лише 6 підприємств). За видами економічної діяльності найактивнішими у впровадженні організаційних інновацій у 2012 році були підприємства машинобудування (58 підприємств). Разом з тим, порівняно з 2011 роком у цій галузі також спостерігається зменшення кількості підприємств, які запровадили інновації такого виду (у 2011 році – 69 підприємств) [5].

У [2] зазначено, що «основною суперечністю у сфері інноваційного розвитку економіки нашої країни на всіх її рівнях є те, що в нас, з одного боку, досить високий інноваційний потенціал, а з іншого – такі механізми господарювання та структура економіки (і на рівні підприємств), які цей потенціал просто не сприймають і не реалізують». Тому важливим завданням є підвищення рівня інноваційного сприйняття, що можна забезпечити за рахунок запровадження стратегічного менеджменту на рівні підприємства. Він має задавати «вектор і визначати загальну програму дій щодо інвестицій в інновації … у всіх ланках формування споживної вартості продуктів кожного виду бізнесу підприємства».

В умовах високого рівня витрат виробництва, збитковості значної кількості вітчизняних суб'єктів господарювання ефективний менеджмент має бути спрямований насамперед на пошук та реалізацію внутрішніх резервів стабілізації ситуації, зокрема, на забезпечення максимально можливої економії всіх видів ресурсів: фінансових, матеріальних, трудових, інформаційних, часових. Одним з механізмів забезпечення такої економії є впровадження організаційних інновацій.

1. Гаврилюк Т.Ю. Фінансова безпека суб'єктів підприємництва основних видів економічної діяльності в Україні / Т.Ю.Гаврилюк // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – №19. – С.65-67. 2. Ковтун О.І. Інноваційні стратегії підприємств: теоретико-методологічні засади / О.І.Ковтун // Економіка України. – 2013. – №4. – С.44-55 3. Методологічні положення зі статистики інноваційної діяльності; затверджені Наказом Державної служби статистики від 10.01.2013р. №3 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: lv.ukrstat.gov.ua/ukr/themes/08/metod_3.pdf 4. Названі збиткові підприємства промисловості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: news.meta.ua/archive/09.01.14/cluster:33809027-Nazvani-zbitkovi-pidpriemstva-promislovosti/ 5. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2012 році: статистичний збірник. – К.: Державна служба статистики України, 2013. 6. Пріоритети інвестиційної політики у контексті модернізації економіки України. – К.: НІСД, 2013. – 48 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: niss.gov.ua/content/articles/files/ynvestyc_polityka-5b7ef.pdf 7.Федулова Л.І. Інноваційний вектор розвитку промисловості України / Л.І.Федулова // Економіка України. – 2013. – №5. – С.30-37.

Теребух А.А.
Національний університет «Львівська політехніка»

БУДОВА СИСТЕМИ ГОСПОДАРСЬКИХ ВІДНОСИН

Суб'єктом ухвалення господарських рішень виступає керівництво господарського формування, яке наділяється необхідними ресурсами і має у розпорядженні певний адміністративний апарат.

Організаційна структура господарських формувань не завжди повною мірою характеризує зміст операційної діяльності або виробничого процесу. Особливо це стосується підприємств, зайнятих посередницькою діяльністю, консалтингом, організацій сфери інноваційного підприємництва. Першочерговою вимогою таких організаційних структур є мобільність, тобто здатність швидко модернізуватись і адаптуватись залежно від зміни пріоритетів діяльності і ринкової кон'юнктури.

Суб'єкти господарювання зайняті у вфері виробництва чи надання послуг безвідносно до його організаційно-правової форми, потрібно розглядати як певну сукупність взаємопов'язаних підсистем, кожна з яких характеризується як особливістю видів взаємодії у межах організації, так і необхідністю врахування інтересів інших суб'єктів (учасників) господарської діяльності.

До числа таких основних підсистем суб'єктів господарювання можна віднести:

- Підсистему робочої сили. Колектив працівників відповідно до визначених функціональних обов'язків за допомогою засобів технології впливає на предмет праці, перетворюючи його на певний товар. При формуванні трудового колективу організація вступає у відносини з учасниками ринку праці, сімейними господарствами. І лише за умови знаходження взаємовигідного компромісу який задовільняє інтереси усіх сторін укладається трудова угода.
- Підсистему засобів виробництва. Знаряддя праці, споруди, способи і прийоми впливу на предмет праці як складові виробничої структури господарського формування. При формуванні, оновленні, модернізації виробничого апарату підприємство вступає у взаємовідносини з суб'єктами ринків: інновацій, технологій, інформації виступаючи покупцем відповідних засобів виробництва.
- Підсистему предметів праці. Ця підсистема відповідає за своєчасне і в необхідному обсязі постачання матеріалів, комплектувальних виробів, енергетичних ресурсів необхідних для забезпечення виробничого процесу.
- Підсистему товаропросування, яка відповідає за вивчення ринку продукції, послуг організації, визначення обсягів і номенклатури виробництва, формування цінової політики й умов продажу, а також організування після продажного сервісу продукції. Зовнішня співпраця в межах даної підсистеми відбувається з дослідними установами, гуртовими організаціями і кінцевими споживачами.
- Підсистему фінансового забезпечення, до компетенції якої входить короткострокове і довгострокове забезпечення потреби суб'єкта господарювання фінансовими ресурсами через взаємодію з учасниками грошового, фінансового ринків і ринку цінних паперів.
- Підсистему правового забезпечення, яка відповідає за дотримання вимог чинного законодавства і взаємодіє з органами судової, державної і виконавчої влади, податкової і митної служби.

Всі вказані вище підсистеми тісно взаємопов'язані. Якщо керівництво організації впливає на одну з них, наприклад, на підсистему товаропросування або підсистему постачання сировини, то змінюється стан і співвідношення решти підсистем організації, і навпаки.

Компетенція адміністративного апарату організації охоплює лише внутрішню будову суб'єкта господарювання, і вольові управлінські рішення, розпорядження в межах організації не можуть автоматично поширюватися на інших учасників господарських відносин. Сторонні суб'єкти ринку також можуть мати свою незалежну організаційну структуру, місію, цілі і завдання.

Зону взаємодії різних суб'єктів господарювання можна визначити як сферу трансакції, у межах якої і відбувається взаємне узгодження інтересів окремих учасників ринкових відносин. У тлумачному словнику термін "трансакція" визначається як операція, угода, що супроводжується взаємними поступками. Результатом взаємодії суб'єктів господарювання на цьому етапі є укладання угоди, контракту з іншими організаціями, у межах яких і відбувається взаємне узгодження інтересів окремих учасників ринкових відносин, що завжди передбачає зміну натурально-речових параметрів ресурсів або обмін ними, шо і є предметом відповідних домовленостей.

Українець А.І.
Національний університет "Львівська політехніка"

ЦІЛЬОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК СПОСІБ ІНТЕГРАЦІЇ УЧАСНИКІВ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ПІДПРИЄМСТВА

Цільове управління інноваційним розвитком підприємства повинне забезпечити наявність цілей у кожного працівника, залученого до інноваційного процесу і високий степінь координації діяльності у напряму досягнення стратегічних пріоритетів [1]. Цільове управління відповідає на такі запитання: 1) що має бути зроблено (після детального аналізу – чому це має бути зроблено), включаючи визначення степеня пріоритетності робіт; 2) як це має бути зроблено (створити програму або план досягнення бажаного); 3) коли це має бути зроблене; 4) скільки це буде коштувати; 5) які параметри робіт слід вважати задовільними; 6) що зроблено для досягнення цілі; 7) які і коли повинні бути вжиті коригуючі дії [2].

Західна наука менеджменту містить системний підхід «Управління за цілями» (Management by Objectives – MBO). Виділимо ряд важливих переваг MBO, на які наголошують дослідники [4]:

1) цільове управління сприяє більшій мірі орієнтації працівників на майбутнє (на відміну від реактивного управління);

2) підвищується мотивація працівників, шляхом залучення до розробки їх цілей;

3) менеджер має більше можливостей зробити правильні висновки, як цілі підлеглих вписуються в загальний вектор розвитку підприємства, а які – ні;

4) більш очевидним є внесок кожного окремого працівника у загальні цілі підприємства;

5) менеджер може краще зрозуміти, які працівники спроможні самостійно контролювати і координувати свою власну діяльність, не порушуючи при цьому підпорядкування керівнику.

По своїй суті, управління завжди повинно бути цільовим, адже передбачає скерування діяльності організаційно-виробничої системи, колективів і окремих працівників у напрямку до досягнення визначених цілей. Поряд з тим, далеко не завжди працівник підприємства може чітко сформулювати свої цілі, або ж його цілі не відповідають основним пріоритетам розвитку підприємства.

Правильна постановка цілей учасників інноваційного процесу повинна основуватись на активній участі обох сторін – керівника, який ставить цілі і працівника, який такі цілі буде реалізовувати. Менеджер ставить проблему, інколи формулює відповідно до проблеми цілі самостійно, проте необхідною також є активна участь у постановці цілей самим працівником. З іншого боку, не кожен може ефективно справлятись з таким завданням: є працівники, які прагнуть уникати завдань і відповідальності, або ж не спроможні адекватно ставити цілі відповідно до пріоритетів інноваційного підприємства. В такому разі, більш адекватним буде визначити цілі і чітко контролювати хід їх виконання.

У сьогоднішній ситуації мінливого середовища, динамічних змін ринкової кон'юнктури важливою є підтримка творчої активності та високого рівня самоменеджменту серед всіх учасників інноваційного процесу. HR-менеджмент має стимулювати активну позицію працівників, а не лише роль хорошого виконавця поставлених. Мистецтво управління в сьогоднішніх умовах часто потребує, щоб менеджер умів задавати правильні запитання і таким чином, щоб цільова спрямованість працівника проявлялась як активна позиція.

Часто, інновації виникають хаотично, без чіткої постановки цілей в результаті нових ідей, мінливих умов, "випадкових" знахідок персоналу. Правильні запитання, їх також називають геніальними – це ті, в результаті яких пробуджується цікавість [3]. Вміння задавати правильні запитання, слухати колег, будувати міжособистісні відносини, ставити складні, але цікаві для підлеглих завдання – необхідні у сьогоднішній ситуації завдання. Інколи, замість чіткого визначення бажаних результатів, доцільно сформулювати запитання: «Як ви дізнаєтесь, що досягли результатів?»; замість постановки наперед визначених планів – «Як ви плануєте не відхилитись від обраного курсу?»; замість звіту про невиконання завдання – «Який досвід ви винесли з невдач?».

Таким чином, цільовий підхід управління, як спосіб інтеграції учасників інноваційного процесу підприємства може використовуватись подібно до схеми, представленої нижче:

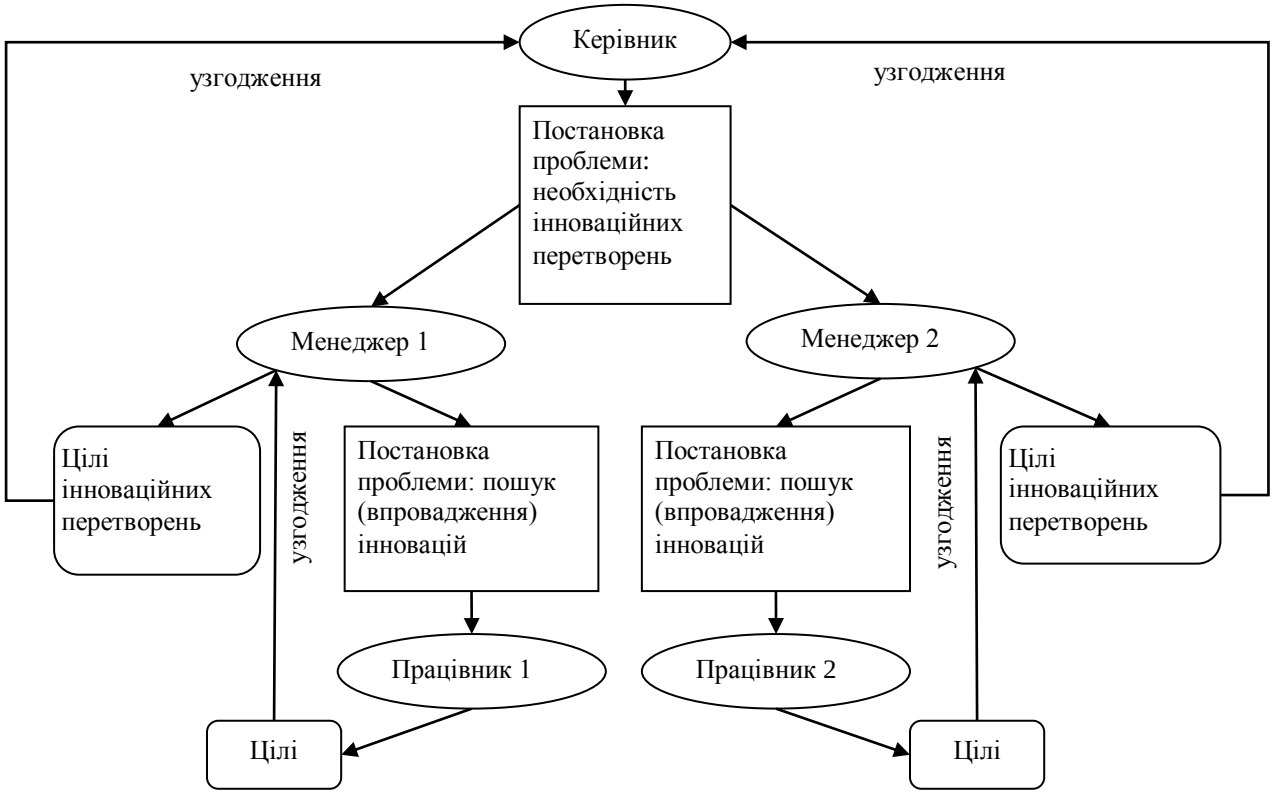


Рис.1 Цільове управління, як спосіб інтеграції учасників інноваційного процесу підприємства

Система цілей інноваційного розвитку підприємства представляє собою ієрархію, в якій відображена диференціація основних цілей на більш детальні. Механізм формування такої системи цілей повинен передбачати тісний взаємозв'язок керівника і виконавця на кожному рівні управління. Першочерговим завданням керівника є донести важливість інноваційних перетворень підлеглим, він формулює не ціль, як таку, а проблему. Менеджер, в свою чергу, відповідно до визначеної проблеми, функціональних обов'язків, компетенції та досвіду формулює цілі, які буде виконувати і узгоджує їх з керівником. Такий підхід відповідає сучасним тенденціям HR-менеджменту у взаємодії між учасниками інноваційного процесу підприємства.

1. А.В. Музиченко-Козловський Управління за цілями як інноваційна модель розвитку підприємства / вісник Національного університету "Львівська політехніка" № 714 (2011), С.109-113; 2. Моррисей Дж. Целевое управление организацией: Пер. с англ./Под ред. И.М.Верещагина. –М.: Сов. радио, 1979-144с.; 3. Трансформація бізнесу з допомогою запитань (Міжнародне бюро управління змінами)/ Интернет-джерело – режим доступу: ibcm.biz/Nauchnye-stati/transformacija-biznesa-s-pomoschju-voprosov-gossen.html 4. Thomas M. Thomson Management by Objectives / Интернет-джерело – режим доступу: home.snu.edu/~jsmith/library/body/v20.pdf

Федулова Л.І.
Київський національний торгівельно-економічний університет

ІНТЕГРУЮЧА РОЛЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ У ФОРМУВАННІ ІННОВАЦІЙНОЇ МЕРЕЖІ

В умовах посилення євроінтеграційної взаємодії України базовим компонентом інфраструктури міжнародної інноваційної і науково-технологічної діяльності є організаційно-інформаційна основа, яка побудована за мережевим принципом. Мережеві зв'язки формуються як між юридичними особами – учасниками співробітництва (організаціями, державними органами, комерційними компаніями), так і на рівні особистої співпраці їхніх працівників.

Злагоджена взаємодія існуючих елементів інноваційної системи усередині й між її основними блоками - сектором досліджень і розробок, високотехнологічним виробництвом, інноваційним бізнесом, а також інструментами регіональної інноваційної політики – ключова умова підвищення ефективності національної інноваційної системи та забезпечення конкурентоспроможності країни.

З цих позицій, метою організації управління інноваційною діяльністю є створення системи взаємодії усіх учасників інноваційного циклу (наука, НДДКР, комерціалізація, виробництво) та використання науково-технологічного й виробничого потенціалу як на рівні країни, так і на рівні регіону й окремого підприємства. Процес організації управління інноваційною діяльністю повинен розпочинатися із розробки ієрархії цілей та започатковуватись на таких принципах: модульна структура діяльності (принцип макро- та мікрорівень); інтеграція у існуючу схему управління регіонами; організаційна єдність інноваційного розвитку з економічним, соціальним та державним розвитком суспільства; збалансований розвиток фундаментальних, прикладних досліджень та розробок за рахунок прямої державної підтримки економічного стимулювання інноваційної діяльності підприємств; сприяння розвитку ринку науково-технологічної продукції, збалансованому розвитку наукового, освітнього та виробничого потенціалів та інше.

Саме система вищої освіти є найбільш перспективною для побудови на її базі інноваційної мережі, яка повинна відігравати роль моста, що з'єднує науку і промисловість усіх регіонів і секторів виробництва. Для цього в Україні є усі умови й пояснюється це наступними властивостями вітчизняної вищої школи: розміщенням вишів по всіх регіонах; високим науково-технологічним потенціалом вищої школи; універсальністю системи вищої освіти; відносно високим рівнем системи інформаційного забезпечення вищої школи, включаючи глобальні і локальні обчислювальні інформаційні мережі, з'єднані в єдину систему; високою підтримкою вищої школи громадськістю; гнучкістю системи вищої школи та посилення її інноваційної спрямованості.

Головна перевага пропонованого підходу полягає в тому, що через такий розвиток системи вищої освіти можна ефективно інтегрувати результати вузівської, академічної і галузевої науки, а також передові результати науки світового співтовариства при створенні, реалізації інноваційних проектів і розвитку інноваційної діяльності, що є передумовою створення в країні ефективної інноваційної економіки.

В умовах перезавантаження українського суспільства організаційні зміни виступають як узагальнена характеристика процесу використання організаційних факторів розвитку та підвищення економічної ефективності виробництва і ступеня інноваційності підприємств. Тому постає завдання в удосконаленні існуючих та застосуванні нових методів і форм організації інноваційного процесу, елементів господарського механізму в усіх ланках управління економікою підприємства. Одним із таких форм організації може бути організаційна платформа мережевого типу, що методологічно являє собою проект по реалізації конкретної схеми взаємодії.

Комунікації між учасниками мережі є її організаційною основою: їх кінцевою метою є економія часу, грошей, зусиль і засобів шляхом спільного користування інтелектуальною власністю, а також іншими стратегічно важливими ресурсами та доступом до них. Всі учасники мережі намагаються досягти своїх власних цілей, одночасно зважаючи на спрямування інших учасників. Відповідно до мережевої концепції [1], кожен її учасник намагається досягти своїх цілей. З часом організації, діючи узгоджено, вивчають поведінку і мотивації партнерів через взаємодію з ними і змінюють свою поведінку у мережі.

Повинна бути створена така система науки і вищої освіти, яка б являла собою експертно-інноваційне середовище у напрямі отримання конкурентоспроможних на міжнародному рівні розробок.

Науковий потенціал університетів і дослідницьких інститутів потрібно посилити з врахуванням пріоритетних галузей інтересу національної технологічної політики. В рамках здійснення реформи вищої університетської освіти мають бути організовані в єдині структури дослідницькі інститути і вищі навчальні заклади, що дасть відчутний ефект у вигляді великих сучасних установ з точки зору розмірів, загального управління, здатності до змін, управління ресурсами й адміністрування. Система координування і фінансування університетів повинна бути оновлена з метою зміцнення взаємодії між університетами, торгівлею і промисловістю, а також іншими складовими суспільної структури.

Одним із механізмів, що дозволяють забезпечити якісно нову структуру системи професійної освіти кадрів, адекватну потребам бізнес-співтовариства, є партнерське співробітництво, що розглядається як організаційна форма взаємодії освітніх і виробничих систем, на умовах спільного використання ресурсних потенціалів партнерів, з метою підвищення якості фахівців, що випускаються, освоєння нових технологій і підвищення конкурентоспроможності, як виробленої продукції, так і самих суб'єктів взаємодії. Взаємодія може здійснюватися й у рамках спільних дослідницьких проектів, у процесі прогнозування розвитку науки й технологій і комерціалізації результатів досліджень. У структурі вузів повинні створюватися групи, які безпосередньо займаються дослідженнями в галузі технологічного розвитку, науково-технологічного прогнозування, є ресурсними центрами для підприємств і організацій галузей економіки, здійснюють консалтингову й інформаційно-аналітичну діяльність та ін. Основними напрямами співробітництва вузів з підприємствами бізнес-співтовариства може бути перехід інноваційних підприємств по ланцюжку від НДІ й вузів до інноваційних центрів, далі - у бізнес-інкубатор, потім - у технопарк; ведення й відкритий доступ реєстру наукових розробок і на їхній основі реєстр інноваційних підприємств; створення спільного проектного офісу для управління інноваційними проектами.

У держави, бізнесу й науки мають бути спільні стратегічні інтереси. Держава повинна піклуватися про освіту, яка задає і професійну стратегію, і створює освічену людину, і розвиває науку. Наука відтворює інновації, а інновації – це майбутнє, наближення якого вимагає інтелектуальної особи. Важливу роль у підвищенні ефективності впровадження наукових розробок у промислове виробництво належить освітянській науці, де розміщено значний науково-технологічний потенціал. На даному етапі для посилення ролі інституту освіти необхідно: освоєння студентами базових компетенцій науково-дослідної й інноваційної діяльності через їхнє включення у відповідні практики; повноцінний перехід на рівневу систему вищої професійної освіти «бакалавр-магістр», що передбачає активне використання студентів насамперед магістратури в якості найважливішої «робочої сили» для досліджень і розробок; реальне включення більшості викладачів у науково-дослідну й інноваційну діяльність; перетворення університетів у центри комунікації бізнесу, суспільства, держави з питань наукового й технологічного прогнозування, обміну передовими знаннями; відмова від лінійної моделі (фундаментальне дослідження - прикладна розробка) на користь тісного співробітництва з реальним сектором економіки як у пошуках замовлень на прикладні розробки, так і в пошуках фундаментальної тематики; міждисциплінарність досліджень і розробок; розвиток малого інноваційного підприємництва; інтернаціоналізація наукової діяльності в рамках міждисциплінарного науково-технологічного співробітництва, що виражаються у формуванні міжнародних дослідницьких колективів, проведенні стажувань у закордонних наукових і міжнародних центрах, публікації результатів наукових досліджень у провідних закордонних журналах.

1. Wilkinson I. On Cooperating: Firms, Relations and Networks / Ian Wilkinson, Louise Young, University of Technology, Sydney // Journal of Business Research. – 2002.

Чепіль Б.А.
Національний університет «Львівська політехніка»

РЕГУЛЮВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ВИТРАТ НА ЗАСАДАХ ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

Науковцями запропоновано багато різних способів розрахунку ефектів від прийняття та реалізації того чи іншого управлінського рішення щодо удосконалення діяльності підприємства чи будь-якої соціально-економічної системи. Однак у більшості випадків не враховується той факт, що реалізація стосуватиметься безпосередньо персоналу і відбуватиметься за участю персоналу підприємства, який характеризується певними соціально-психологічними показниками. Тому оцінювання ефективності регулювання управлінських витрат слід здійснювати із урахуванням індикаторів поведінки управлінського персоналу. Важливим індикатором як для діяльності підприємства, так і безпосередньо для працівника є лояльність персоналу до діяльності підприємства.

Термін лояльності вперше був вжитий західними науковцями для визначення потенціалу розвитку підприємств та ефективності діяльності менеджменту. Відповідно, в іноземній літературі виникло два терміни, які характеризують лояльність персоналу до підприємства: organizational commitment, який частіше використовують у професійній та науковій літературі та employee loyalty, що застосовують у публіцистичному стилі та в жовтій пресі. Російський науковець та бізнес-консультант К.В. Харський, зазначає, що лояльність безпосередньо впливає та детермінує очікування, інтереси, установки працівників та визначає поведінку персоналу на робочому місці, є домінантом у ставленні працівника до роботи. Зокрема, лояльний персонал здатен максимально ефективно використати особистісні ресурси з метою реалізації поставлених цілей та завдань, вести систематичний пошук інноваційного розв'язання проблем, готовий брати високий рівень відповідальності та приймати рішення із високим рівнем ризику та невизначеності, навіть більше, не тільки досягати цілей але їх самостійно встановлювати та за необхідності змінювати. Схожу позицію має і В. Доминяк, який зазначає, що лояльність працівників відображається як коректне, шанобливе ставлення до керівництва, співробітників, їх дій, до компанії в цілому; усвідомлене виконання співробітником своєї роботи відповідно до цілей і завдань компанії і на користь компанії, а також дотримання норм, правил і зобов'язань, включаючи неформальні, стосовно компанії, керівництва, співробітників та інших зацікавлених груп.

Підтвердженням важливості такого індикатора для діяльності підприємства та встановлення адекватних результатів від реалізації управлінських рішень у сфері управління персоналом є дані, опубліковані у WORKUSA Survey. Компанії із персоналом з високим рівнем лояльності отримали за три роки зростання прибутку на 112%, підприємства із середнім рівнем лояльності персоналу забезпечили лише 90% зростання прибутку, і на кінець підприємства із низьким рівнем лояльності управлінського персоналу досягли 76 % рівня зростання прибутку.

У нашому випадку при дослідженні управлінських витрат, як показує аналіз практичної діяльності підприємств, коли необхідно проводити регулювання витрат на утримання управлінського персоналу, становище якого може погіршуватись, або взагалі частина працівників буде звільнено, важливо проаналізувати не стільки лояльність персоналу до підприємства, а скоріше лояльність персоналу підприємств до заходів по регулюванню витрат на їх утримання. Управлінці можуть чинити опір певним змінам, і це необхідно враховувати приймаючи певні управлінські рішення.

З іншого боку, приймаючи рішення про підвищення витрат на утримання апарату управління, зокрема, збільшення заробітної плати певній категорії керівників, покращення умов праці, соціального забезпечення, необхідно враховувати, чи вплинуть такі регулюючі заходи на зростання лояльності.

Лояльність буде чинником, який або збільшуватиме ефект від певних рішень, або навпаки-зменшуватиме його.

Цей індикатор може оцінюється експертним шляхом протягом певного періоду в балах, скажімо за дев'ятибальною шкалою, відповідно із якою: 1 – найнижчий рівень лояльності персоналу, 5 – середній рівень лояльності персоналу, 9 – високий рівень лояльності персоналу.

Чернобай Л.І., Шквірко М.
Національний університет "Львівська політехніка"

РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ЯК КЛЮЧОВИЙ БІЗНЕС-ПРОЦЕС У ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЯХ

© Л.І. Чернобай, І.М. Шквірко, 2014

В сучасних умовах господарювання важливого значення набуває людський чинник як ключовий фактор конкурентоспроможності підприємства. Особливості глобалізованого бізнесу вимагають нових підходів до формування кадрового потенціалу та забезпечення його розвитку. Працівники транснаціональних корпорацій (ТНК), які можуть знаходитись у різних країнах та навіть континентах, забезпечують неухильний ефективний розвиток не лише підприємства, але й власний. Саме розвиток персоналу як сукупність заходів, спрямованих на підвищення кваліфікації працівників, має на меті поліпшення професійних знань, навичок; навчання в школі управління і керівництва та перекваліфікацію.

Процес розвитку персоналу можна вважати таким же бізнес-процесом як, наприклад, процес маркетингу. Саме тому навчання персоналу повинно чітко відповідати поставленим бізнес-завданням, а кожна програма розвитку персоналу повинна слугувати орієнтиром для досягнення бізнес-цілей ТНК.

Для ТНК як і для будь-якого підприємства розвиток персоналу є важливим напрямком виробничих інвестицій. Пріоритетність інвестицій у розвиток персоналу визначається необхідністю підвищення показників діяльності підприємства, впровадження нових технологій, зростання продуктивності праці. Капіталовкладення у розвиток персоналу сприяють створенню сприятливого клімату в колективі, мотивують працівників до самовдосконалення і підвищують їх лояльність до організації.

Нами запропоновано розглядати бізнес-процес розвитку персоналу в ТНК як сукупність трьох послідовних етапів.

Першим етапом є визначення потреб розвитку працівника в організації, який доцільно розглядати за такими кроками (рис. 1) [1].

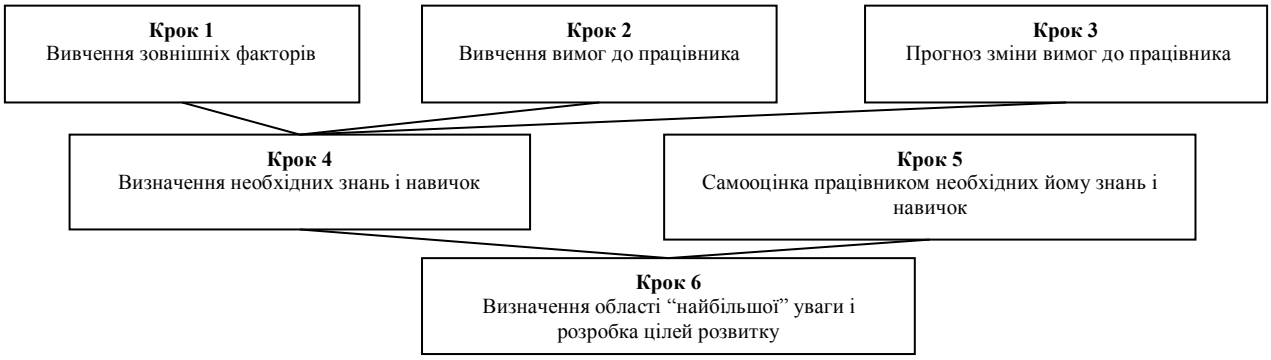


Рис. 1. Кроки для визначення потреб розвитку працівника в ТНК

Сформувавши цілі та визначивши кроки розвитку персоналу на другому етапі необхідно вибрати відповідну форму навчання для тої чи іншої категорії працівників. Критерієм вибору може стати вартість, тривалість та очікувані результати від даної форми навчання, що є другим етапом у запропонованому бізнес-процесі розвитку персоналу. Важливо також врахувати той факт, що не всі види навчання можна однаково застосувати для різних категорій працівників.

Незважаючи на значну кількість форм навчання, слід зазначити, що найефективнішим методом є розвиток на робочому місці. Дослідження доводять, що на тренінги, які сприяють появі нових ідей і навичок, припадає лише 10% у розвитку персоналу. Ще 20% забезпечує навчання у вигляді спостереження, наставництва, коучингів, - ці види навчання дозволяють зрозуміти й оцінити прогрес у розвитку і внести певні корективи у поведінку. Решта 70 % припадають на навчання на робочому місці: саме цей спосіб дозволяє сформувати і закріпити новий навик, а також вільно застосовувати його на практиці. Важливою частиною такої форми навчання є постійний діалог з керівником або наставником для обговорення напрямків розвитку, конкретних інструментів роботи і досягнутих результатів. Працівник сам відповідає за свою кар'єру, і 70 % успіху визначається тим, чи прагне він до розвитку і що для цього робить [2].

Третім, завершальним етапом бізнес-процесу розвитку персоналу в ТНК має стати визначення економічного ефекту від його впровадження. Так, згідно з аналітичними даними, у США збільшення інвестицій на навчання на 10% збільшує продуктивність праці на 8,5%, у той час як збільшення капіталовкладень на 10% збільшує продуктивність праці на 3,9%. На кожен долар, вкладений у розвиток виробництва у США, припадає 85 центів на розвиток робочої сили [3].

Для ТНК можна запропонувати ряд основних підходів для оцінки їх людського капіталу (персоналу) (рис. 2) [4].

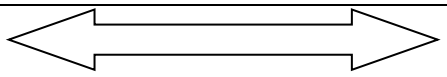
<table>
<tr>
<td rowspan="4">Оцінка вартості людського капіталу на основі реальних випробувань в середовищі бізнесу</td>
<td>  </td>
<td rowspan="4">Оцінка вартості людського капіталу на основі випробувань в середовищі бізнесу - система ділових вчень з “Маркетингу, Економіки, Менеджменту”</td>
</tr>
<tr>
<td>Метод конкурентної перспективної оцінки вартості людського капіталу</td>
</tr>
<tr>
<td>Метод конкурентної оцінки вартості людського капіталу</td>
</tr>
<tr>
<td>Метод розрахунку прямих витрат на персонал</td>
</tr>
</table>

Рис. 2. Методи оцінки людського капіталу компанії

Існує також чимало підходів до розрахунку ефективності вкладання коштів у розвиток персоналу, зокрема, використовуються такі показники ефективності інвестицій в людський капітал [5]: максимізація різниці між прибутком і витратами; період окупності (віддача) інвестицій; чиста поточна (приведена) вартість; співвідношення витрат і прибутку; відношення різниці граничних доходів до різниці граничних витрат; щорічний чистий дохід; внутрішня норма віддачі.

Отже, розгляд розвитку персоналу як бізнес-процесу на практиці може призвести до: зростання продуктивності праці, поліпшення загальної керованості організації, зростання мотивації та лояльності серед працівників, підвищення відповідальності працівників за виконання програм професійного та особстісного розвитку, формування відкритої та прозорої організаційної культури ТНК, підвищення економічних показників діяльності ТНК.

1. Красношапка В.В. Управління людськими ресурсами: курс лекцій. – К.: Київ, 2004 – 42с.; 2. Обучение и развитие в ТНК-ВР: реализуя потенциал сотрудников, обеспечиваем успех бизнеса [Електронний ресурс] // Управление производством . - Режим доступу: up-pro.ru/library/personnel_management/training/obuchenie-tnkbp.html; 3. Кибанов А.Я. Стратегическое управление персоналом / А.Я. Кибанов, Л.В. Ивановская. – М. : ИНФРА-М, 2000; 4. Ю.О. Калошина Соціально-економічна ефективність інвестицій у персонал підприємства[Електронний ресурс] . - Режим доступу: masters.donntu.edu.ua/2010/iem/kaloshina/diss/indexu.htm; 5. Г.В. Онокало Ефективність інвестицій у розвиток персоналу підприємства: теоретичні аспекти та оцінка Формування системи професійного навчання персоналу машинобудівних підпиємств [Електронний ресурс] // Навчально – наукова бібліотека ім. В.І. Вернадського. - Режим доступу: archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum./Prvse/2012_1/3_9.pdf

СЕКЦІЯ 5.
МАРКЕТИНГОВІ ТА ЛОГІСТИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВЗАЄМОДІЇ МІЖ УЧАСНИКАМИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ

Chmielecki Michał
Social Academy of Science in Lodz

USAGЯE OF SOCIAL MEDIA FOR SME'S MARKETING PURPOSES ON EXAMPLE OF POLAND

The enormous growth of social media carries many implications, one of which is how social media technologies can transform business and especially marketing. Numerous marketing departments in companies are now facing difficult questions related to social media. Should and if so how marketers engage online communities on Facebook to increase brand awareness and reach out to consumers for product ideas? This theses aim is to present barriers that prevent SMEs to use Facebook for their marketing purposes. In conference speech author presents the research results carried out in Lodz Voivodship in Poland. In Poland the number of Facebook users has already exceeded 7.5 million barrier. Among them is the so-called 3.5 million "active users," or people who have done any sort of activity for at least one fanpage. In 2011 Polish Facebook users clicked 50 million times on the button "I like it" and posted a 18 million comments. Posting entries already own far less, because only in the number of 2.4 million.

The results of author's research shows that still few of Polish entrepreneurs see potential for social networking platforms like Facebook or its Polish competitor NK.pl, and use their strengths in business activities. Among the organizations surveyed by P. Malak, only 14% admit that uses this form of building relationships with current and potential customers. A similar study conducted by Cisco internationally indicates that as much as 75% of firms from 20 countries declared that they already use social networking sites. Among Polish companies declaring presence on social networking sites the highest percentage (57%) are small and medium sized organizations employing up to 250 people, 23% are the companies, which hire at least 500 people and 8% - the largest - over 5000 employees. The interest of small and medium sized businesses with new forms of communication proves that they are able to efficiently than their larger competitors adapt to changing customer expectations and respond quickly to market needs [1].

In conducted research (the sample size was 138 SMEs) only 11% of organizations said they use Facebook as a form of contact with the environment. And in the case of this study, it appears that the smaller the company, the more benefits derives from this type of communication. The highest percentage (67%) organizations using Facebook were micro enterprises. IDIs showed that the most common barriers that prevent companies from using Facebook are: lack of people with appropriate qualifications in the organization; lack of conviction as to the presence on Facebook that will increase revenues; lack of funds for additional form of promotion; lack of time for additional promotion. Results from the survey indicate that the most frequent barrier was the lack of conviction that social media work, despite the generally positive attitude of Polish companies into social media, is still a fairly large group of people approaching them skeptically - 37 percent. Respondents doubted that they can become a tool to achieve business goals.

Social services are in high demand and their popularity consantly grows which is acompanied by a a growing concern form sales and marketing specialists. More and more companies see the potential of social media, however the strategy employed by most of them focus only on the promotion of products and services and PR operations. Only a few use them for sales or customer service, or use opinions of the community in the design process of new products. Although these companies are already present in social media, they treated them as an additional marketing channel, rather than as a phenomenon permitting the creation of new ways of doing business. This research shows that social media marketing especially marketing on Facebook is still a relatively new concept for SMEs from Lodz Voivodeship. Even eterprises that use Facebook in the portfolio of their marketing activities don't seek for professional help and leave it either to company workers or family or friends of company owners. Nevertheless according to IDIs and current research and trends it seems that the marketers presence on Facebook will be constantly growing.

1. Malak P. Polskie firmy na platformach społecznościowych/ P. Malak// Source: hbrp.pl/news.php?id=70

Yastrubskyy M.Ya., Sydorchuk K.A.
Lviv Polytechnik National University

PRIORITY OF ECOLOGICAL INNOVATIONS IN UKRAINE

All processes in the biosphere are interdependent. People - only a small part of the biosphere, and the man is just one of the types of organic life. Mentality identified the man from an animal world and gave him enormous power. People for centuries tried not to adapt to the environment, and to make it comfortable for its existence. Now we realize that any human activity affects the environment, and deterioration of the biosphere is dangerous to all living creatures, including the human.

Socio-ecological system is one element, which tries to find ways to decrease the crushing impact of humans on the environment. It is functioning through three subsystems: social, economic and environmental (Figure 1).

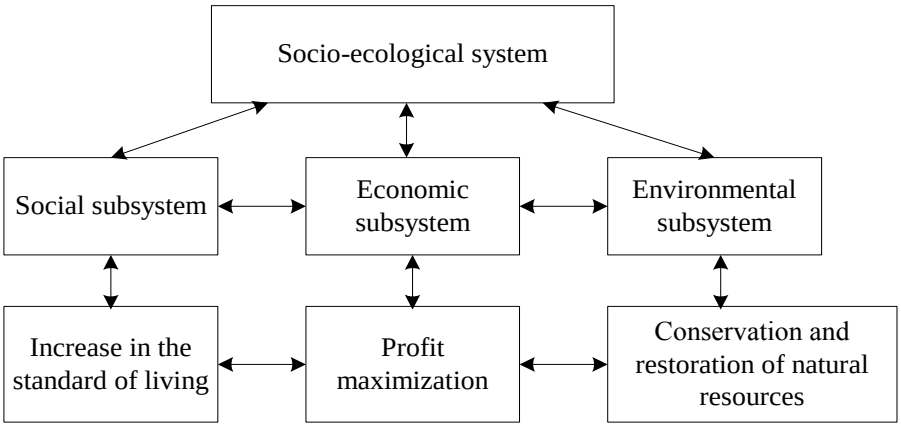


Figure 1. Functioning of the socio-ecological system

As you can see all of elements of socio-ecological system are connecting. But improvements in social, economic and ecological subsystems are performed separately. It is the biggest problem, because all spheres of life are interrelated. That's why in the system introduced solve the problems collectively, in terms of all components.

Modern problems, which are trying to solve the socio-ecological system, are: deficit of grocery resources, water, oxygen, and genetic degradation speed up population degradation, gradual their extinction. This system attempts to find the only right solution of the problems for the all sides: economy, sociology and ecology. Therefore it is using ecological innovations as conjunctive factor.

Ecological innovation – is the result of creative activity, which directed on working, creation and plantation innovations in the form of new production, technology, method, organization manufacturing, what directly or indirectly will promote on reduction of eco-destructive manufacturing and consumption impacts on environment and solution of ecological problems. According to this definition, to ecological innovations include [1, p. 69]:

- development, creation and implementation of new technological processes, technological cycles of development and coordinated evolution of all functional chains from the extraction of resources, their recycling, usage of waste and reproduction of these resources;
- development and application of saving resource equipment, development and plantation of low-waste, non-waste technologies, including saving energy, evolution technologies, which provide comprehensive reclaiming of natural resources, development of bio-technologies;
- reclaiming of new territory, and also expansion of active one, considering ecological safety of population and manufacturing;
- development and outturn of new clean ecological products and creation capacity for their production, development variants of usage new and renewable energy sources;
- plantation of new organization forms, including improvement of organizational and territorial structure of potentially dangerous industries with the aim to reduce their ecological menace;
- formation of new thinking in innovations developers in a point of view of necessity its ecologization by the way of plantation mandatory ecological education.

Each of this mentioned elements have its specific features and signs, from which depend character of ecologization innovation, separately: potential signs of innovation characterize their ability to prevent a negative impact on environment, to liquidate this negative impact, caused in the environment; fictional characteristics – special properties, which acquired the system by pre-defined parameters, such as ecology, safety, low level of ecological risk, - are provided by improving of organizational management structure with the innovation processes through their direction in new ecological economical direction.

The problem is that innovations require considerable costs. Some enterprise is mainly engaged financing of applied programs that focused on creation of improving innovations. Creation of a basic innovations, fundamentally new product – is very laborious process that requires considerable financial resources and time-consuming (according to international experience, from 3 to 7 years). Therefore, there is no interest for private investors, who are focused on immediate returns.

For the solution of these questions needed dialogue of science, business and government, consolidate of their efforts [2]. Only on the basis of ecological-economic system of market reforms in Ukraine could the relationship between human and nature be reshaped (balanced).

Government should establish new tax instruments: environmentally focused loans, subsidies, compensations; ecological fees, prices, payments for the conservation of natural resources or their saving, sale of environmental rights on emissions and pollution. Namely to decrease the level payments of businesses that don't work or work intermittently, because such enterprises don't have bad impact on the environment, to increase payments of manufacturing enterprises by the way of seize such businesses, which have an idea to avoid the payments. Also should be trained enterprises to perform their duties before the environment, namely - timely pay fees to the state budget, which will allow filling the coffers and increasing spending on defense an environment from its damaging.

In the socio-ecological system should be created the legal framework for the regulation of the market of environmentally friendly products, ecological services, control and protection of the interests of domestic producers and the Ukrainian state. Altogether it is necessary to improve ecological management in Ukraine, which will accord with eco-effectiveness and eco-justice.

The economic development of Ukraine at modern stage should consist in transition from making separate, and even the integrated environment protection measures, to develop and implement a comprehensive ecologization concept of social production and other spheres of activity.

The main directions of the implementation ecological innovation of industry are [3]:

- orientation on the causal character of actions, which involves overcoming during the implementation of innovation processes reasons rather than consequences;
- division of responsibilities, which determines targeting and responsibility level of subjects eco-distractive actions;
- formation motivational tools by adequate existing socio-economic conditions;
- maximizing efficiency, which involves achieving goal of ecologization with minimal expenditures and receiving maximal returns from investment funds.

As a conclusion, ecological innovation is difficult way of linkages economy, ecology and sociology. Its implementation requires a lot of time, much money and applied effort not only of the government, but also enterprises and every single person. Solution the problem of financial support innovation activity relies on the state, which must operate in two directions: provide direct budget support and create effective system of incentives for private investment in scientific-technological sphere.

To improve the environmental culture of the society, the state should implement a comprehensive educational program in the field of environmental protection, starting from pre-school institutions and ending with the primary, secondary schools and universities.

Environment should be protected from the activities of humanity, because of this depend our lives, animal and vegetable existence and also the lives of our descendants.

1. Лайко П.А. Удосконалення інноваційної діяльності в АПК – вимоги часу // Економіка АПК, 2007, № 12. - С. 85. 2. Черничук Л.В. Особливості державної інноваційної політики в розвинених економічних системах / Л.В. Черничук // Вісник НУВГП. Економіка. Ч. 2. – 2006. – №4(36). – С. 372. 3. Лапко О. Екологічний фактор в інноваційній діяльності // Економіка України. – 1998. - №8. – С. 6.

Баришнікова В.В.
Одеський національний морський університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРИБЕРЕЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В ПРИМОРСЬКИХ РЕГІОНАХ УКРАЇНІ

Приморські регіони є невід'ємною частиною міжнародних транспортно-торгівельних шляхів та являють собою так звані «потенційні точки» можливого економічного зростання регіону на підставі впровадження сучасних механізмів та інструментів регіонального розвитку.

В зв'язку з тим, що в глобальному просторі процес розподілу транспортно-торгівельних мереж доставки товарів вже відбувся, включаючи і можливі варіанти використання альтернативних мереж, процес залучення вантажопотоків і переорієнтація їх на той чи інший регіон є досить складним завданням. Розвиток регіонів відбувається за рахунок впровадження нових технологій доставки вантажі, та ринку сервісних послуг. В зв'язку з тим, що трансокеанські маршрути є досить налагодженими, все більше європейських портів переорієнтується на розвиток внутріконтинентальної торгівлі та прибережних перевезень («short sea shipping»), які в свою чергу виступають фактором стійкого економічного розвитку прибережних регіонів, що відображено в морській транспортній стратегії європейських країн до 2018 р [1].

В вітчизняній науковий літературі відсутнє визначення поняття «short sea shipping», яке все частіше використовується у західній літературі. Досить суперечливим є і переклад цього терміну на українську мову, а саме прибережні перевезення. Однак і англійський варіант цього терміну при більш детальному дослідженні є також не зовсім науково визначеним.

Незважаючи на безліч визначень поняття «short sea shipping» и достатню кількість синонімів щодо цього терміну, найчастіше під «short sea shipping» розуміють прибережну торгівлю морським або водним сполученням, що частіше визначається як – каботажні перевезення (тобто в рамках однієї країни або регіону) [2].

Однак останнім часом поняття «short sea shipping» значно розширюється. Якщо до каботажних перевезень відносять лише перевезення в межах однієї країни, то «short sea shipping» включає також перевезення між сусідніми країнами. Також до «short sea shipping» відносять перевезення за схемою «ріка-море» як в межах однієї, так і декількох країн. До «short sea shipping» віднесено перевезення морем, річками та навіть озерами. Крім вантажних перевезень до «short sea shipping» відносять пасажирські та поромні перевезення як в межах однієї так і декількох країн, морем, річкою або «ріка-море». Відповідно до виду судноплавства «short sea shipping» поділяють на лінійні, трампові та пасажирські. Останнім часом до «short sea shipping» віднесено і трансшипмент як в межах однієї, так і декількох країн, що здійснюються за різними схемами [2].

Найімовірніше, що поняття «short sea shipping» у подальшому буде розширятися, включаючи все нові та нові дефініції.

Відповідно до загальноєвропейської транспортної політики вважається, що short sea shipping сприятиме майбутньому розвитку периферійних та ізольованих регіонів як європейських, так і сусідніх країн за рахунок загальноєвропейської інтеграції. Розвитку каботажних, пасажирських перевезень та трансшипменту в прибережних регіонах дозволить значно розвантажити наземні перевезення, та сприятиме підвищенню екологічної привабливості цих регіонів.

Незважаючи на те, що в Україні прибережні перевезення не отримують належної уваги, однак існують наявні сприятливі умови для їх розвитку. Значна завантаженість транспортних магістралей приморських міст, зростання населення у великих приморських містах та невідповідність між пропускними здатностями наземних магістралей та наявними пасажиропотоками потребують впровадження нових механізмів управління та оптимізації транспортних потоків. З іншого боку значна ізольованість окремих регіонів, відсутність ефективного транспортного сполучення сприяють їх занепаду та міграції населення.

За часи СРСР прибережні перевезення використовувались досить успішно (як вантажні так і пасажирські). Ефективно використовувалась система доставки вантажів за схемою ріка-море, а у великих містах було налагоджено досить ефективне пасажирське сполучення між окремими районами міста за рахунок катерів та «морських трамваїв». Крім того, усі приморські регіоні (навіть ізольовані) було

залучено до єдиної транспортної системи країни, до них було налагоджено ефективне сполучення як вантажів так і пасажирів.

За роки незалежності Україною було втрачено майже усю систему прибережних перевезень (наявний флот, як вантажний, так і пасажирський, паромне сполучення), значно знижено глибини у вітчизняних судноплавних річках, у занепад прийшли майже усі гідроспоруди, що використовувались як для пасажирських перевезень, так і для вантажних перевезень в досить ізольованих прибережних регіонах. Таким чином, було втрачено досить ресурсоємну та прибуткову галузь вітчизняної економіки.

Незважаючи на стрімке зростання «short sea shipping» у Чорноморському регіоні цей сектор не набув достатньої уваги, порівняно з іншими європейськими регіонами, і займає лише 6,6 % загального вантажопотоку [3]. Це пов'язано з одного боку з розвинутою системою наземних перевезень (мережа залізниць та магістралей для автотранспорту) у регіоні, а з іншого - значною частиною неєвропейських країн у регіоні (таких як, Україна, Молдова, Росія, Грузія), по яких відсутня будь-яка статистика щодо «short sea shipping», або прибережних перевезень, а наявні цифри, наприклад по Україні неможливо коректно порівняти з показниками європейських країн.

Враховуючі вдале географічне розташування України, наявність морських портів судноплавних річок та розвинутої мережі водного сполучення між приморськими регіонами країни розвиток «short sea shipping» може стати привабливою та економічно доцільною альтернативою, щодо перевезення вантажів та пасажирів.

Розвиток «short sea shipping» в Україні може відбуватися у наступних секторах:

- використання «short sea shipping» для доставки експортного зерна з центральних сільськогосподарських районів до ключових експортних портів, таких як Одеса, Іллічівськ, Южний, з використанням барж, що можуть доставляти зерно по ріках Дніпр та Дунай з інших регіонів країни;
- використання «short sea shipping» для доставки контейнерних вантажів в/з ключових портів країни та портів інших країн за різними схемами доставки (море-море, ріка-море, трансшипмент) та ін.;
- використання «short sea shipping» для пасажирських та вантажо-пасажирських перевезень у великих містах;
- використання «short sea shipping» для пасажирських перевезень у межах міст та між окремими населеними пунктами.

Залізничне сполучення та стан автошляхів в приморських регіонах України в сучасних умовах не можуть виступати у якості альтернативи «short sea shipping». Відсутність необхідних автошляхів, затори на дорогах та якісний стан наявних автомагістралей потребують пошуку та розвитку альтернативних схем доставки вантажів. Крім того, вітчизняна залізниця, виступаючи монополістам, використовує досить високі тарифи та стримує зростання вантажопотоків.

Ще однією важливою сферою використання «short sea shipping» може стати пасажирські перевезення. Це стосується як великих місць, так і досить ізольованих регіонів.

Таким чином, «short sea shipping» може бути використано у якості доповнення вже існуючих інтермодальних та мультимодальних схем доставки вантажів, або як альтернатива при транспортування вантажів за схемою «від дверей до дверей». Воно також може значно зменшити транспортне навантаження на магістралі великих місць, та забезпечити альтернативними пасажирськими маршрутами великі приморські місця та ізольовані регіони.

Соціальний ефект від розвитку «short sea shipping» в Україні враховує перше за все значну кількість робочих місць для кваліфікованого персоналу у наступних галузях: судноплавство, портова діяльність, будівництво та експлуатація гідроспоруд, логістика та ін.

Крім того, інтеграція ізольованих районів дозволить значно підвисить їх загальноекономічний рівень, зменшити міграцію населення до великих місць.

1. The European Union's maritime transport policy for 2018. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: http://europa.eu/rapid/press-release (дата звернення: 26.04.14). — Назва з екрану. 2. Definition on short sea shipping by the European Union, ESN, http://www.shortsea.info/definition.html (дата звернення: 26.04.14). — Назва з екрану. 3. Maritime transport statistics - short sea shipping of goods. Електроний ресурс]. – Режим доступу: epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Maritime_transport_statistics_-_short_sea_shipping_of_goods. (дата звернення: 26.04.14).

Беспалюк Х.М.
Національний університет «Львівська політехніка»

КРАУДСОРСИНГ ЯК СУЧАСНА ТЕХНОЛОГІЯ МАРКЕТИНГУ

Сучасні тенденції розвитку суспільства, вимоги ринкового середовища та його постійні зміни вимагаю від підприємства залучення нових маркетингових технологій для вирішення низки завдань.

Варіація об'єктів прикладання маркетингових технологій досить широка й охоплює як комерційну так і некомерційну діяльність. Виокремлюють такі основні об'єкти на які скеровані маркетингові заходи: товар (споживчий, промисловий, інтелектуальний); послуга (комерційна, некомерційна); особистість (політик, громадський діяч, артист); ідея (революція гідності для побудови чесного суспільства – Євромайдан; демографічних закликів; боротьби зі СНІДом, наркоманією і т.д.); територія (країна, санітарно – курортна зона, інвестиційна зона, місто). Очевидно, що залежно від об'єкта характер прикладання маркетингових зусиль буде різним. Зосередимося на сфері застосування сучасних маркетингових технологій в бізнесі, який являє собою діяльність по створенню товарів та наданню послуг, реалізація яких здійснюється для одержання прибутку, тобто комерційна вигода тут є першочерговою метою. Оскільки виробники все більше переходять від виробництва масових товарів до індивідуалізованих пропозицій, то й відповідно маркетингові технології повинні бути якнайближчі до споживачів. Створення споживчих інновацій все більше відходить від стін лабораторії. Відомою є практика в успішних компаній збирати ідеї як всередині – у співробітників, так і ззовні – у клієнтів, партнерів, представників контактних аудиторій. Такі процеси застосовуються для створення «відкритих інновацій» (open innovation).

Краудсо́рсинг (англ. crowdsourcing, crowd — «натовп» і sourcing — «використання ресурсів») — передача певних виробничих функцій невизначеному колу осіб (на підставі публічної оферти, без укладання трудового договору) [1].

Термін вперше введений письменником Джефом Хауї (англ. Jeff Howe) і редактором журналу «Wired» Марком Робінсоном (англ. Mark Robinson). У порівнянні з аутсорсингом, де певні функції компанії виконуються сторонньою організацією на умовах договору та за визначену суму оплати, в краудсорсинґу – офіційно плати не потрібно. Усю необхідну роботу роблять фахівці-аматори, які витрачають свій вільний час на створення контенту, розв'язання проблем або навіть на проведення досліджень та розробок, в основному через соціальні мережі та віртуальні платформи. Виробники покладаються на користувачів не тільки у питанні формулювання потреб, але й у визначенні продуктів і їх вдосконаленні. Краудсорсинг виник з розрахунку на очікуване бажання споживачів безкоштовно або за невелику винагороду поділитися своїми ідеями з компанією. Мотивацією слугує прагнення побачити ці ідеї втіленими у виробництві.

Журнал «Sloan Management Review» опублікував статтю Сусуму Огава, професора маркетингу в Університеті Кобе в Токіо, і Френка Піллера, професора Мюнхенської бізнес-школи, на цю тему [2]. Два професори досліджували, як компанії «зменшують ризик управління товарним виробництвом», використовуючи розповсюджені дешеві інформаційні технології для залучення людей зі сторони до процесу розробки дизайну. Одним з яскравих прикладів комерційного краудсорсинґу – це компанія «Threadless», що займається виробництвом футболок. Дизайн футболок створюються відвідувачами сайту, і відвідувачі щотижня вибирають 4-6 моделей, які запустять у виробництво, якщо набереться достатня кількість попередніх замовлень. Переможці отримують призи та грошову винагороду, а їх імена друкують на етикетках футболок, тобто у краудсорсинґу активно використовується механізм конкурсів. За останні кілька років відкрилося відразу декілька меблевих компаній, які або закликають людей голосувати за вподобані меблі (Made.com), або навіть створювати чи вибирати їх дизайн самим («Muji»). А на сайті «Quirky» можна винаходити власні предмети побуту та ґаджети.

Найвідоміші приклади краудсорсинґу: «Вікіпедія» - вільна енциклопедія, пропонує користувачам самим редагувати статті; «Microsoft» - транснаціональна компанія з виробництва програмного забезпечення для обчислювальної техніки, використовує метод краудсорсинґу, залучаючи користувачів свого ПЗ залишити пропозиції щодо поліпшення розробок компанії на корпоративному сайті, а також проводить опитування громадської думки.

Переваги краудсорсинґу: великий обсяг охоплення ринку; пряме залучення споживачів; значна кількість варіантів і різноманітність вибору для прийняття кінцевого рішення; доступний процес, який не вимагає спеціального обладнання; фіксовані строки на реалізацію проекту; економія ресурсів.

Хоча у краудсорсинґу є значні переваги, не слід забувати про можливі недоліки цієї технології [3]:

- натовп не завжди може привести компанію до спільного знаменника у вирішенні завдань, оскільки у людей можуть бути часто протилежні погляди;
- моніторинг, обробка і відбір найперспективніших варіантів з великого числа всіх поданих також потребує залучення окремого спеціаліста і відповідно витрат на оплату праці, які потрібно співставляти з корисністю одержаного результату;
- вибіркова винагорода, яка надається тільки переможцям, може розчарувати інших учасників, які активно брали участь у проекті, затрачали свій час та нічого не одержали;
- професіонали рідко приймають участь в краудсорсингових проектах, оскільки цінують свій час та не хочуть даремно розтрачувати свій потенціал, який можна скерувати в більш конструктивне русло;
- інтерес натовпу до будь-яких питань швидко згасає, а підтримання його на тому ж рівні вимагатиме від підприємства залучення все більше ресурсів;
- інформація у краудсорсінгу є публічною, а значить доступною для конкурентів, які можуть її використати в своїх цілях.

Компанії, які використовують краудсорсинг повинні бути в організаційному плані дуже гнучкими: швидко втілювати ідеї в результати без надлишкових втрат часу, коштів та інших ресурсів. Безумовно, краудсорсинг є цікавою технологією, яка відповідає сучасному інформаційному стану розвитку суспільства, слугує живою рекламою для підприємства та може досить ефективно допомагати вирішувати складні завдання, зокрема, інноваційного характеру.

1. Краудсорсинг. Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії [Електронний ресурс] // Режим доступу: uk.wikipedia.org/wiki/Краудсорсинг 2. Susumu Ogawa, Frank T. Piller. Reducing the Risks of New Product Development // MIT Sloan Management Review. – Vol. 47. – No.2. 2006. – S. 65-71. 3. Что такое краудсорсинг? Crowgsourcing.ru Прогрессивные технологии [Електронний ресурс] // Режим доступу: crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdsourcing

Васелевський М.
Суспільна Академія Наук (Лодзь)

ЛАНЦЮГИ ПОСТАВОК ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ТРЕНД

Актуалізація ланцюгів поставок у функціонуванні галузей переробної промисловості привела до інтенсивного розвитку теорії логістики в напрямі до однієї із альтернативних концепцій побудови моделей бізнесу глобальних організацій. В її основу покладено такі парадигми, як: зростання інтегрованості та системності дій, поглиблення процесів аутсорсингу та пріоритетність набуття ключових компетенцій, посилення масової індивідуалізації, полікритеріальність в обслуговуванні клієнтів/споживачів тощо. Цим до певної міри зумовлено стирання граней, розмивання меж традиційних та нових галузей економічної науки, "дрейфування" та взаємопроникнення їхніх теоретичних підвалин. Не оминуло це і логістику, яка задекларувала своє пріоритетне право на обумовлення регламенту створення і функціонування ланцюгів поставок продукції як особливої форми системи, передусім логістичної системи. Оскільки підходи ґрунтуються на ототожненні сутнісного аспекту ланцюгів поставок і систем логістики, до перших можна застосовувати принципи побудови систем логістики:

• принцип інтегральності - а отже, взаємозалежності, щоб система логістики була внутрішньо цілісною і порівнянною з її оточенням;

• принцип прозорості - система повинна бути простою і виразною, щоб усі організаційно-адміністративні й виконавчі процедури можна було виконати в кожній ситуації;

• принцип узгодженості стратегічних планів з виконавчими можливостями системи логістики. Система логістики повинна бути так організована, щоб могла ефективно задовольняти потреби споживачів, одержувачів;

• принцип оптимальної раціональності, тобто економічності сил і засобів системи логістики;

• принцип мобільності - означає таке оснащення системи логістики, щоб забезпечити виконання завдань у важких умовах і несприятливих ситуаціях;

• принцип безпеки - тобто сили і засоби логістичної системи повинні бути так територіально розміщені, щоб можна було мінімізувати збитки у разі виявлення загрози;

• принцип неперервності живлення означає таке переміщення потоків живлення засобів і послуг, а також інформації та рішень, яке повинно відбуватися згідно з очікуваннями адресатів;

• принцип еластичного й ефективного керування;

• принцип планової доцільності (кожний план повинен охоплювати різні часові проміжки);

• принцип функціональності - означає, що в кожній системі необхідно забезпечити функціональність переміщення благ і послуг, а також потоків інформації та рішень.

Принципи побудови ланцюгів поставок відповідно ідентифікували засади управління ними:

1) ланцюг поставок трактується як одна сукупність, а не як множина окремих сегментів, які охоплюють окремі сфери, що відповідають таким функціям підприємства, як постачання, вироблення, дистрибуція і продаж;

2) управління ланцюгом поставок вимагає стратегічного прийняття рішень і від того, власне кажучи, залежить. Забезпечення поставок - це спільна мета практично всіх функцій в ланцюзі, тому що істотно впливає на загальні витрати і частки ринку;

3) в управлінні ланцюгом поставок склався інший погляд на роль запасів, які використовуються ж остаточний, а не основний механізм урівноваження;

4) управління ланцюгом потребує нового підходу до систем, а саме їх інтеграції, а не тільки з'єднання сегментів.

Управління ланцюгом поставок - це активне управління процедурами, які виконуються в межах ланцюга поставок, а також стосунками, що склались між окремими його ланками, з метою максимізації вартості для клієнта, а також досягнення тривалої конкурентної переваги. Це свідомі зусилля фірми або групи фірм, що має на меті побудову й експлуатацію ланцюгів поставок у якнайефективніший і найрезультативніший спосіб.

Вербицька Г.Л.
Національний університет «Львівська політехніка»

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Впровадження інновацій на підприємстві є запорукою виживання в конкурентному середовищі. Однак не завжди інновації мають успіх на ринку. Тому дуже важливо при прийнятті рішення про реалізацію конкретного інноваційного проекту попередньо оцінити та спрогнозувати попит на інновацію.

Прогнозування попиту на інновацію здійснюється за допомогою визначення ймовірних споживачів продукції, виокремлення тих спонукальних мотивів, які можуть призвести до придбання новинок. В залежності від мети маркетингових досліджень, способів одержання інформації та техніки їх проведення розрізняють такі види маркетингових досліджень інноваційного попиту на продукцію промислових підприємств: кабінетні; польові; пілотні; панельні (дискусійні); метод фокус-груп; ділові контакти.

Кабінетні маркетингові дослідження проводяться в не виходячи із кабінету, полягають у зборі інформації завдяки проведенню опитувань і спостережень за станом ринку шляхом економічного аналізування офіційних друкованих видань, баз даних державних органів та галузевих підприємств, матеріалі засобів масової інформації. Метою даних досліджень є визначення стану ринку, оцінювання конкурентів, аналізування ризиків інноваційної діяльності, дослідження перспектив інновацій. Перевагами кабінетних досліджень є змога здійснити їх у стислі терміни та невисока їх вартість. Основним недоліком кабінетних досліджень є можливе викривлення даних через нестачу інформації або її застарілість.

Польові дослідження базуються на використанні первинної інформації, що дозволяє отримати масиви даних, які не можна одержати в кабінетних умовах. При проведенні польових досліджень підприємство використовує такі методи як опитування, експеримент, спостереження. Перевагою польових досліджень є високий рівень достовірності та актуальності отриманої інформації.

Пілотні дослідження полягають у безпосередньому виході на ринок з незначною партією інноваційного товару, щоб отримати інформацію про поведінку споживачів, їх відношення до даного виду продукції, перш, ніж запускати повномасштабне виробництво інновацій.

Панельні (дискусійні) дослідження передбачають регулярне спілкування з одним і тим же сегментом покупців, на який саме і орієнтується підприємство при плануванні новинки. Панельні дослідження ґрунтуються на використанні первинної інформації, постійне уточнення якої дозволяє підприємству слідкувати за динамікою зміни потреб покупців, їх побажань, можливості та готовності заплатити за інновацію.

Метод фокус-груп полягає у опитування певної групи споживачів у кількості від шести до дванадцяти осіб, респонденти спілкуються між собою самостійно, а інтерв'юер-модератор тільки направляє їх у потрібне русло. Цей метод дозволяє зібрати вторинну інформацію, не витрачаючи на цей процес ні надто багато коштів, ні зусиль. Недоліком цього методу є викривлення результатів через невелику вибірку респондентів та неякісний їх підбір.

Ділові контакти ґрунтуються на збиранні вторинної інформації шляхом спілкування з іншими економічними суб'єктами, яке може відбуватися під час ярмарків, виставок, презентацій тощо. Недоліком цього методу є можливість отримання недостовірної інформації.

При проведенні маркетингових досліджень підприємство може скористатися допомогою спеціалізованих фірм або ж здійснювати їх власними силами. Завдяки старанно проведеним маркетинговим дослідженням підприємство здатне створити такий інноваційний товар, який задовольнятиме вимогам перебірливих споживачів та користуватиметься попитом на ринку.

Для того щоб інноваційний товар був конкурентоспроможним він повинен в більшій мірі, ніж товари аналоги інших підприємств, відповідати умовам ринку, побажанням споживачів щодо технічних, економічних характеристик, дизайну, способів реалізації.

Дембицький М.І.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПЕРСПЕКТИВИ ЗБАЛАНСОВАНОВАНОГО РОЗВИТКУ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДЖЕРЕЛ ПОСТАЧАННЯ ПАЛИВО-ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ НА ІННОВАЦІЙНИХ ОСНОВАХ

Сьогодні для сфери житлово-комунального господарства характерні такі кризові явища, як низький рівень зарплат, технічна та технологічна відсталість і недостатність ефективності. Це єдина галузь, яка й досі залишається на узбіччі ринкових перетворень і постійно деградує через відсутність належних інвестицій з боку держави, корпоративного сектора та громадян. Водночас сектор ЖКГ, за використання певних інноваційних підходів, має всі шанси стати одним із локомотивів, що рухатиме всю економіку держави.

Інноваційні процеси слід розмежувати, відповідно до складових послуг ЖКГ, а саме:

1. Теплопостачання. У цій сфері треба працювати у напрямі впровадження нових систем котлів для опалення житлового фонду, удосконалення (термомодернізації) житлових будинків, використання альтернативних та відновлюваних джерел палива.

Україна має доволі великий потенціал для розвитку відновлюваної енергетики. Це саме можна сказати й про інші альтернативні традиційні джерела енергії – такі, як шахтний метан, торф, буре вугілля, скидний потенціал побутових і промислових стоків тощо. Можливості використання НВДЕ мають всі області країни. Однак, незважаючи на велику кількість ухвалених законів, програм та інших документів, впровадження НВДЕ просувається занадто низькими темпами, тож і їх внесок в енергетичний баланс країни є незначним.

2. Водопостачання та водовідведення. У цій сфері доцільно зробити ставку на спорудження очисних систем для малих і середніх міст з можливістю різного очищення стоків, у системі водопостачання можна впровадити європейські способи очищення питної води на етапі постачання води з джерел.

3. Утримання будинків і споруд та прибудинкових територій. Інновації у цьому напрямі пов’язуємо зі створенням та функціонуванням об’єднань співвласників багатоквартирних будинків. При цьому зауважимо, що дана сфера невід’ємна від надання послуг з теплопостачання у контексті термомодернізації житлового фонду.

4. Збирання, зберігання, розміщення або утилізація побутових відходів. У цій сфері пропонуємо впровадження роздільного збирання побутових відходів та їх утилізації. Важливим є впровадження систем видобутку газу з органічних відходів на сміттєзвалищах.

5. Постачання газу. В умовах сучасних відносин з Російською Федерацією постає гостре питання скорочення використання природного газу та формування шляхів диверсифікації джерел постачання нафтогазових енергоресурсів, серед яких назвемо:

Нафтопровід «Одеса – Броди – Плоцьк – Гданськ». Це один із найважливіших шляхів розбудови транзитної системи Євразійського нафтотранспортного коридору, що забезпечуватиме Європу каспійською нафтою.

Газотранспортний проект Європейського Союзу Nabucco («Набукко»). Він призначений для транспортування газу з Ірану, Туркменістану та Азербайджану через Туреччину та Балкани в обхід Росії. Планується, що газопровід проляже через Румунію та Угорщину поблизу південно-західного кордону України.

Проект газопроводу GUEU (Georgia – Ukraine – EU) – «Білий потік». Потенційно можливий варіант залучення грузинського газу в Україну.

Трансарабський газопровід (ТАГ). Це система постачання єгипетського газу. У перспективі – приєднання ТАГ до «Набукко».

Скраплений природний газ. Зріджений природний газ отримують при його охолодженні або підвищенні тиску. Зрідження природного газу проводиться для зручності і компактності при складуванні або транспортуванні споживачеві. Будівництво LNG-терміналу Кабінет Міністрів розглядає як один із заходів, спрямованих на скорочення споживання російського газу. США запропонували Європейському Союзу скраплений газ власного виробництва, який, своєю чергою, може бути доставлений і до України.

Розробка шельфу Чорного моря. Не секрет, що втілення цього проекту поблизу Криму стало на сьогодні загальнодержавною проблемою. Хоча, біля о. Зміїного є запаси вуглеводнів, які варто розробляти.

Сланцевий газ. Україна має доволі великі поклади сланцевого газу (приблизно 7 трлн кубометрів).

Отже, сьогодні найважливішим є максимальне скорочення споживання російського газу підприємствами сфери ЖКГ завдяки впровадженню інноваційних систем у теплопостачанні, підігріві води та її постачанні до споживачів, а також термомодернізації житлових та адміністративних будинків і споруд. Уже не поодинокі системи теплопостачання, що працюють на альтернативному паливі, а саме на дровах, вугіллі, мазуті тощо.

Демків Я.В., Юрків А.Р.
Національний університет "Львівська політехніка"

ТРАНСФОРМАЦІЯ СУТНОСТІ ТА ПРОЦЕСУ РОЗРОБЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ У СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

На сьогодні потреба розроблення ефективної маркетингової стратегії для промислового підприємства не викликає суперечок серед науковців. Одностайною є думка, що застосування стратегічного підходу до маркетингової діяльності підприємств – це нагальна потреба вітчизняних виробників в усіх галузях промисловості. Відповідно до досліджень американських науковців, питома вага маркетингової стратегії в корпоративній стратегії підприємства становить близько 80 % [1, с. 11], а згідно з [2, с. 205], ефективність інвестицій у стратегічний маркетинг визначається співвідношенням: 1:10:100:1000, де «1» – кошти, вкладені у стратегічний маркетинг, «10» – економія від поліпшення якості рішення на стадії НДДКР, «100» – економія на стадії виробництва, «1000» – економія у сфері експлуатації об'єкта. Результати вищенаведених досліджень підтверджують роль маркетингової стратегії для підвищення ефективності діяльності підприємств.

Водночас, сьогодні сутність, а також процес розроблення та реалізації маркетингової стратегії трансформується під впливом глобалізації попиту і пропозиції, розвитку нових технологій, індивідуалізації і мінливості людської поведінки, переходу до інформаційного суспільства, динамізації конкурентного середовища тощо. Адже загострення конкуренції, зміна споживчої поведінки, зростання доступності інформаційних ресурсів, розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та зростання рівня ризиків, котрі ми спостерігаємо сьогодні, змінюють звичні для підприємств моделі впливу на ринок. Формування стійкої довгострокової конкурентної переваги під впливом перелічених вище чинників стало скоріше винятком, ніж правилом. На сьогодні конкурентну перевагу лідера ринку послідовники, у більшості випадків, копіюють протягом року. Поява на ринку нового, ще вчора невідомого гравця, котрий змушує лідерів ринку змінювати методи роботи, переглядати структуру пропозиції цінності для споживача тощо, стала поширеним явищем у багатьох галузях. Це зумовлює перегляд багатьма підприємствами своїх маркетингових цілей та застосовуваних інструментів впливу на ринок.

У доповіді автори аналізують найпоширеніші підходи до трактування маркетингової стратегії та відповідні алгоритми її розроблення та реалізації. На підставі проведеного дослідження можна виокремити два основні підходи до означення маркетингової стратегії.

Відповідно до першого підходу, маркетингова стратегія трактується як довготерміновий план (програма) дій щодо досягнення маркетингової мети підприємства, що своєю чергою ґрунтується на довготермінових прогнозах. При цьому розроблення стратегії є планомірним і обґрунтованим процесом, кожна стадія якого потребує детального аналізу та є часоємною. Означення маркетингової стратегії такого змісту пропонують такі автори як: Г.Багієв, Є.Уткін, Х.Хершген, М.Мак-Дональд, Ж.Ламбен та ін.

Такий підхід до розроблення маркетингової стратегії був ефективним у період становлення та розквіту концепції стратегічного маркетингу (починаючи з середини 90-х рр. XX ст.). Але на сьогодні зростання динамічності, комплексності та складності економічних та соціальних процесів, призводить до того, що довгострокові прогнози все частіше дають неправильний результат, що знижує ефективність стратегічного планування.

Під впливом перелічених вище чинників, сформувався інший підхід до трактування маркетингової стратегії, котрий найповніше можна описати за допомогою означень двох провідних науковців. Перший ключовий аспект даного підходу розкриває визначення, запропоноване проф. Н.В. Куденко [3, с. 73], згідно з яким маркетингова стратегія розглядається як напрям (вектор) дій підприємства щодо створення його цільових ринкових позицій. Під ринковою позицією автор розуміє ринкові аспекти діяльності під-приємства, тобто його діяльність відносно споживачів та/або конкурентів. Другий – означення, запропоноване А. Сливоцьким [4, с. 20], відповідно до якого маркетингову стратегію підприємства можна трактувати як управління ринковими ризиками. При цьому А. Сливоцький виокремив сім груп ризиків, на які необхідно орієнтуватись підприємству в процесі розроблення стратегії:

- проектний ризик;
- ризик, пов'язаний з клієнтами;

- ризик переходу;
- ризик з боку конкурента;
- ризик бренду;
- ризик галузі;
- ризик стагнації.

У доповіді автори розкривають зміст кожної виокремленої групи ризиків та відповідні механізми, що дозволяють своєчасно ідентифікуючи та враховуючи відповідні ризики зміцнити стратегічну позицію підприємства шляхом пропозиції споживачу унікальної цінності, створення нових ринків, інновації попиту тощо.

Узагальнюючи вищесказане, згідно з сучасним підходом до трактування маркетингової стратегії, замість того, щоб діяти згідно ретельно розробленого стратегічного плану, підприємствам необхідно перейти до оперативного реагування на зміну зовнішніх чинників, але відповідно до стратегічних принципів підприємства. Практика провідних компаній світу підтверджує ефективність такого підходу на сучасному етапі розвитку товарних ринків.

Втім, таке трактування сутності маркетингової стратегії та процесу її розроблення висуває низку викликів для менеджерів підприємств. За дослідженням [5, с. 24 - 25], для цього:

стратегічні принципи повинні трансформуватись у своєрідне ДНК підприємства, тобто ці принципи повинні усвідомлювати усі працівники підприємства. Лише тоді воно зможе повною мірою використовувати можливості ринку і оперативно реагувати на ризики, що виникають;

підприємствам необхідно максимально ефективно організувати процес прийняття рішень, який би уможливлював швидкий збір усіх керівників підприємства в одному місці з метою розроблення «ядра» стратегічного мислення компанії. При цьому процес прийняття рішення повинен займати якомога менше часу (на думку низки експертів не перевищувати 1-2 дні), а саме рішення повинно бути простим, зрозумілим та одночасно надихаючим для всіх учасників процесу.

Отже, радикальні зміни, що відбулися останніми роками в різних сферах світової економіки, зумовлюють появу нових завдань, які неможливо виконати за допомогою раніше декларованих класичних методів управління. Зміна акцентів у світовій економіці зумовила зміну орієнтирів у концепції маркетингу. А саме, процес розроблення маркетингової стратегії на сьогодні перетворюється на інтелектуальний, творчий, новаторський процес, із застосуванням усіх вмінь, досвіду та таланту, які є в організації, а не на сукупність послідовно-паралельних дій, хоча знання технологій та інструментарію стратегічного процесу залишається необхідним.

1. Черненко Р. Поєднання стратегії та технології [Електронний ресурс]/ Р. Черненко. – Режим доступу: livehh.ru/entry/2317828979. 2. Довбенко В.І. Роль інноваційного маркетингу у формуванні потенціалу розвитку підприємств / В.І. Довбенко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Логістика».– 2008.– № 633.– С.198–209. 3. Куденко Н.В. Дискусійні проблеми сутності змісту маркетингової стратегії підприємства./ Н.В.Куденко //Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Логістика». - 2004. – №499. – С. 72–78. 4. Сливоцький А.. Прорив / пер. з англ.. Анна та Ігор Гусак. Львів: Видавництво Українського католицького університету, 2010. – 328 с. 5.Лоттенбах Д. Место маркетинга в бизнес-модели компании/ Д. Лоттенбах //Журнал «Новый маркетинг». – 2009. - № 12. – С.24 – 25.

Дзюбіна К.О.*, Льовкін Г.Г.**
* Національний університет «Львівська політехніка»
** ФДБОЗ ВПО Сибірська державна автомобільно-дорожня академія,
ФДБОЗ ВПО Омський державний університет шляхів сполучення

ЗВОРОТНІ МАТЕРІАЛЬНІ ПОТОКИ ЯК РЕЗУЛЬТАТ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ ОДНОРАЗОВОГО ВИКОРИСТАННЯ

В сучасних умовах впровадження інноваційних концепцій розвитку промисловості (концепція «сталого розвитку», «ощадливого виробництва») суспільство все частіше усвідомлює необхідність трансформації підходу до забруднення навколишнього середовища та зростаючих обсягів вичерпності природних Зворотні логістичні потоки суттєво відрізняються від традиційних логістичних потоків за своїм характером, причиною виникнення, складовими елементами та потребують окремого підходу системи управління підприємством. Західними науковцями було визнано, що основна задача виробників та дистриб'юторів сьогодні полягає в переведенні процесів повернення продукції на професійний рівень, що дасть можливість швидко, ефективно та з мінімальними витратами збирати, сортувати та повертати продукцію [1].

Центральним об'єктом функціонування процесів, дотичних до цих проблем є зворотні матеріальні потоки. Зворотний матеріальний потік (ЗМП) – це сукупність товарно-матеріальних цінностей, віднесена до визначеного часового інтервалу та направлена в напрямку від джерела її споживання до джерела утворення з метою відновлення корисності або вилучення з обігу. Об'єктами ЗМП можуть бути сировина, готова продукція, товари, засоби упаковки багаторазового використання або відходи. Відновлення корисності об'єктів ЗМП може відбуватись за рахунок їх трансформації, а саме: перепродажу, ремонту, рециклінгу або утилізації [2].

Досліджуючи причини та передумови виникнення зворотних матеріальних потоків [2, 3, 4], ми прийшли до висновку, що основними сере них є:

- обізнаність споживача в питаннях захисту власних прав;
- зростання обсягів електронної комерції;
- стимулювання скорочення обсягів ЗМП з боку державних органів та міжнародних організацій;
- зростання культури споживання.
- зростання ролі після продажного сервісу в формування іміджу підприємства;
- підвищення соціальної відповідальності підприємств;
- трансформація «культури споживання» в «культуру надспоживання» та «культуру одноразового використання».

Окрему увагу в даному дослідженні присвячено саме трансформації культури споживання, як чинника збільшення обсягів ЗМП. В свою чергу трансформаційні процеси сучасної культури споживання представлено появою двох типів культур: «надспоживання» та «одноразового використання».

«Культура над споживання» уособлює собою споживача, потреби якого задовольняються понад обсяги, потрібні для задоволення фізіологічних потреб, потреб розвитку, самовдосконалення та самореалізації (згідно теорії А. Маслоу). Потреби споживача « культури над споживання» є штучно модифікованими транснаціональними корпораціями та як мода. За допомогою створення штучних надуманих потреб, а також обсягів їх задоволення транснаціональні корпорації отримують надприбутки, споживачі збільшують обсяги споживання та продукують зворотні матеріальні потоки.

Важливим чинником виникнення та зростання обсягів ЗМП є також «культура одноразового споживання». Даний тип культури виник одночасно з промисловою революцією 1850 рр. та появою гумових презервативів, паперових манишок, комірів та манжетів сорочок, про що свідчать дослідження [5, 6, 7, 8]. Графічну інтерпретацію виникнення та розвитку «культури одноразового споживання» наведено на рис.1.

Основними цінностями, популяризація яких дозволила виробникам просувати культуру одноразового споживання стали гігієна та турбота про здоров'я. Варто зауважити, що в основі розвитку культури одноразового споживання покладено саму систему функціонування промисловості, умовами існування якої є постійне зростання обсягів виробництва з метою покриття відсотків за кредити.

Обмежений термін функціонування продукції в таких умовах дозволяє виробникам здійснювати регулярну заміну власної продукції та підтримувати фінансові надходження. Отже для культури надспоживання характерним є навмисне скорочення зносостійкості продукції з метою збільшення обсягів виробництва. Таким чином в «культурі надспоживання» виникає нова стратегії розвитку промисловості, а саме «стратегія запланованого зносу». Дана стратегія передбачає виробництво одноразової продукції, метою створення якої є її поломка. Це в свою чергу збільшую обсяги ЗМП.

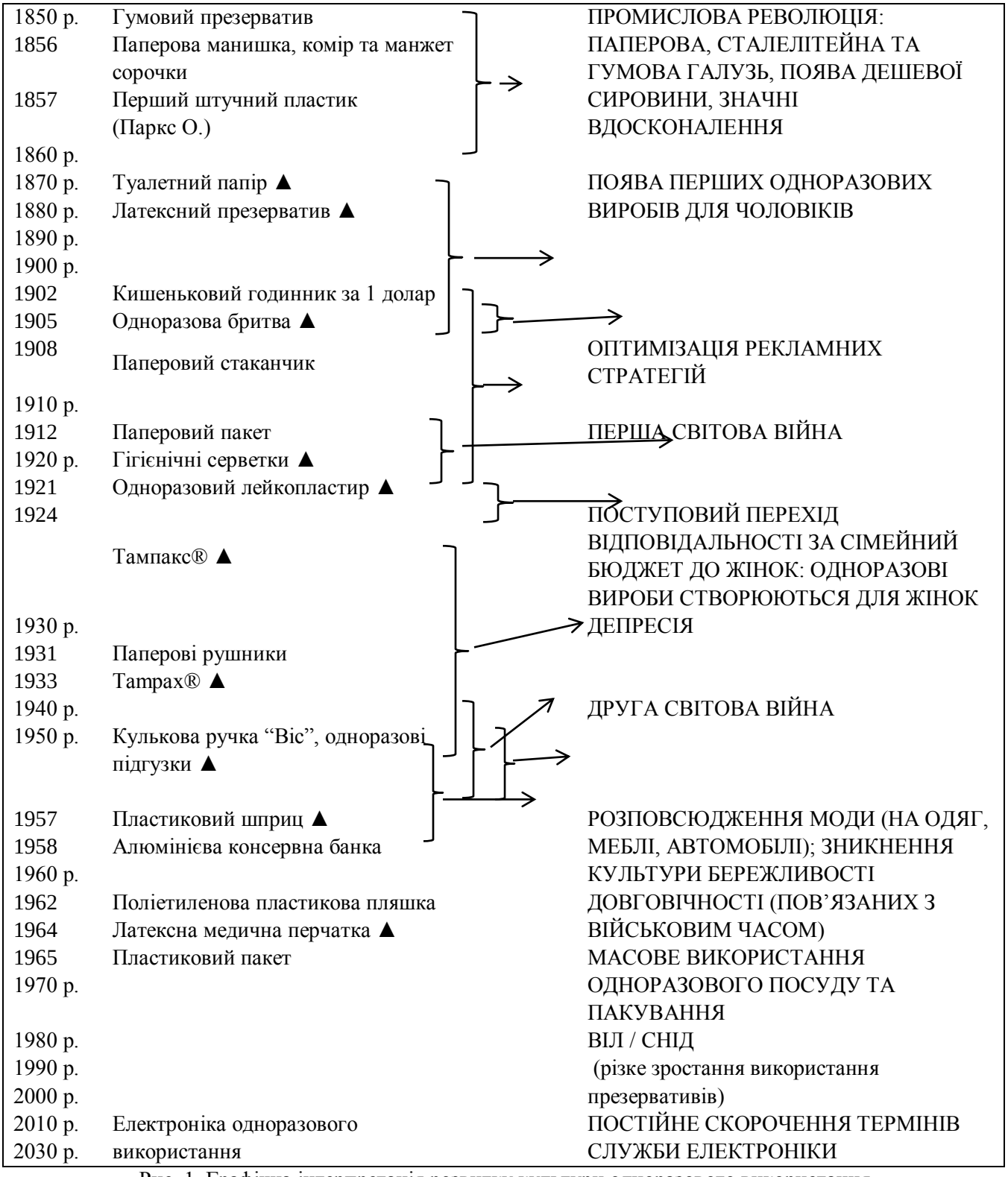


Рис. 1. Графічна інтерпретація розвитку культури одноразового використання

Примітки: ▲ – відбулось значне покращення в санітарній та соціальній сферах

Джерело:адаптовано з [9]

Негативні тенденції розвитку культури одноразового споживання та застосування стратегії запланованого зносу зумовлює забруднення навколишнього середовища такими об'єктами ЗМП як пластик, упаковка багаторазового використання, бляшанки тощо та потребують регуляторного спливу з боку держави та міжнародних організацій.

1. Harrington Ryan. VP & GM for Reverse Logistic. [Електронне джерело] // Projects, NYK Logistic. Reverse Logistics Magazine. – Winter-Spring, 2006. - Режим доступу: http:www.rlmagazine.com/edition01p14.php 2. Дзюбіна К.О. Місце зворотного матеріального потоку у виробничо-господарській діяльності підприємства / К.О. Дзюбіна // Вісник Дніпропетровського університету (ім. О.Гончара). Серія: Економіка. Випуск 5(4) – Дніпропетровськ, 2011. – С. 163-171 3. Дзюбина К.О. Исследование специфических характеристик обратных материальных потоков / К.О. Дзюбина, А.В. Дзюбина, Г.Г. Левкин // Инновационная экономика и общество. - №2. - Омск: Омский государственный университет путей сообщения, 2013. - С. 34-40 4. Левкин Г.Г. О некоторых терминологических неточностях. [Електронний ресурс] // Логистика. – №1. – 2010. – с.16-17 – Режим доступу до журн.: http://scipeople.ru/publication/99216 5. Frederick Christine. Selling Mrs. Consumer / Christine Frederick. – New York: The business brourse. – 1929. – [Electronic sources] - Access mode: https://archive.org/details/sellingmrsconsum00fredrich 6. Packard Vance. The Waste Makers / Vance Packard. – USA: Bill McKibben. – 1960. – 345 p. 7. Бодрияр Жан. Общество потребления. Его мифы и структуры / Жан Бодрийяр, - М.: Изд-во «Республика. Культурная революция». -2006. – 269 с. 8. Отходы в графиках и диаграммах – 3.0 // Секретариат Базельской конвенции. Экологическая сеть «Зой», центр «ГРИД - Арендал». – К.: изд-во ООО «Компания ВАИТЕ» – 2012. – 46 с. 9. Slade Giles. Made to Break. Technology and Obsolescence in America / Slade Giles. – USA. – First Harvard University Press paperback edt. – 2007 – 330 p.

Ільчук П.Г., Мужеляк М.М., Коць О.О.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІНСТРУМЕНТИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА ЇХНЄ МІСЦЕ У МАРКЕТИНГОВІЙ СТРАТЕГІЇ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Для сьогодення характерними є процеси, за яких національні економіки крок за кроком вбудовуються в єдиний глобальний економічний простір. Тому питання інтернаціоналізації економіки та формування стратегій інтернаціоналізації набувають все більшої актуальності. Запорукою підвищення ефективності діяльності підприємств є удосконалення маркетингової стратегії, в тому числі і за рахунок використання нових інструментів, одними з яких для українських підприємств є інструменти корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

Аналізуючи характеристику КСВ за окремими елементами, можемо стверджувати, що саме інструменти КСВ повинні застосовуватися під час формування маркетингової стратегії інтернаціоналізації підприємств, оскільки це дозволить максимально наблизити імідж підприємства (бренду) до очікувань споживачів закордонних ринків, а також доповнити імідж підприємства (бренду) додатковими позитивними характеристиками на закордонних ринках. Проте у проаналізованих нами дослідженнях не приділено уваги можливостям та способам використання інструментів КСВ під час формування маркетингової стратегії інтернаціоналізації підприємства.

Маркетингову стратегію інтернаціоналізації варто визначити як сукупність дій та заходів підприємства щодо просування продукції від виробника до споживача на закордонних ринках. Маркетингова стратегія інтернаціоналізації має значно вужчу сферу застосування, ніж стратегія для всього підприємства, але з огляду на свою роль у формуванні пропозиції вартості для клієнтів, а також забезпечення конкурентоспроможності на ринку, є важливим елементом кожного виду стратегії, зокрема і тієї, в межах якої формуються заходи діяльності на закордонних ринках.

Сукупність заходів формування стратегії інтернаціоналізації підприємств класифікується на дві групи – заходи закордонної експансії та заходи присутності на закордонних ринках, які є обов'язковими елементами моделі маркетингової стратегії інтернаціоналізації. Заходи закордонної експансії є елементами загальнокорпоративної стратегії підприємства, тоді як стратегічні заходи присутності на закордонних ринках здійснюються на функціональному рівні (табл. 1).

Таблиця 1

Види заходів присутності на закордонних ринках в межах маркетингової стратегії інтернаціоналізації

Заходи присутності на закордонних ринках	Види заходів присутності на закордонних ринках		
Сегментація та вибір цільового ринку	Присутність на ринку за допомогою «торгівельних стратегій»	Присутність на ринку за допомогою «кооперативних стратегій»	Присутність на ринку за допомогою «ієрархічних стратегій»
Визначення цілей для вибраного продуктово-географічного ринку	Глобальна стратегія		Національна стратегія
Координація видів діяльності ланцюга вартості	Низький рівень координації	Середній рівень координації	Високий рівень координації
Стандартизація і адаптація маркетингових дій	Стандартизація		Адаптація

Джерело: узагальнено авторами

Таким чином, можливості застосування інструментів КСВ існують під час реалізації групи заходів стандартизації і адаптації маркетингових дій, що належать до заходів присутності на закордонних ринках. Особливої актуальності застосування інструментів КСВ набуває для українських підприємств, адже, наскільки практика використання інструментів КСВ є традиційною для підприємств, країнами базування

яких є країни з розвинутими економіками, настільки незвичною практика використання інструментів КСВ є для вітчизняних підприємств. У країнах з розвинутою економікою частка підприємств, соціальна відповідальність для яких є пріоритетом, постійно зростає і сягає 90% [1].

Тому в умовах інтернаціоналізації діяльності українські підприємства потрапляють в економічні середовища, в яких використання інструментів КСВ є дієвим інструментом створення іміджу підприємства (бренду) та донесення позитивної інформації про підприємство до споживача на закордонних ринках. Таким чином для врахування вищеописаних факторів впливу зовнішнього характеру на формування маркетингової стратегії інтернаціоналізації вітчизняним підприємствам необхідно використовувати інструменти КСВ та підвищувати ефективність їх застосування для забезпечення ефективності інтернаціоналізації діяльності. Місце використання інструментів КСВ під час формування стратегії інтернаціоналізації підприємства подано на рис. 1.

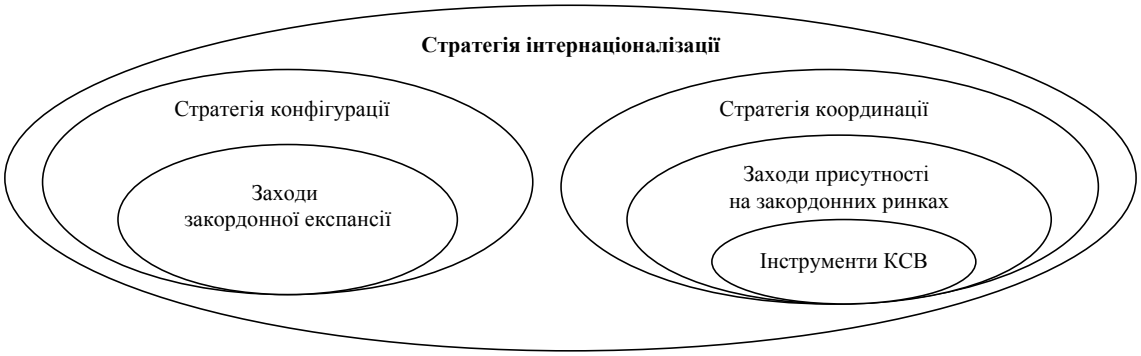


Рис. 1. Місце використання інструментів КСВ під час формування стратегії інтернаціоналізації підприємства (авторська розробка)

Крім досягнення основної мети – забезпечення ефективності маркетингової стратегії інтернаціоналізації, використання інструментів КСВ сприятиме підвищенню фінансових результатів, оскільки окремі дослідження підтверджують існування позитивної кореляції між фінансовими показниками підприємств та масштабами їхньої соціально-відповідальної діяльності [1]. Адже використання інструментів КСВ для підвищення ефективності діяльності підприємств, зокрема і для покращання фінансових результатів, є звичайною практикою підприємств, основною метою діяльності яких є максимізація прибутку. Основоположником доведення взаємозв'язку підвищення фінансових результатів, як опосередкованої мети заходів із КСВ, та заходів КСВ, став видатний американський економіст Мілтон Фрідмен, який у 1970 році опублікував працю «Соціальна відповідальність бізнесу полягає в максимізації прибутку» [2].

Основними інструментами КСВ є нефінансові звіти, КСВ-програми, соціальне партнерство, соціальні інвестиції. Використання інструментів КСВ під час формування маркетингової стратегії інтернаціоналізації підприємств має внутрішні організаційно-методичні прояви, які полягають у:

1) створенні в організаційній структурі підприємств окремої ланки управління напрямами КСВ чи то у вигляді цілісних структурних підрозділів, чи то у вигляді окремої посадової особи;

2) розробленні внутрішньої методологічно-роз'яснювальної документації у формі інструкцій, положень тощо щодо підходів компанії до провадження соціально відповідальної діяльності;

3) реалізації заходів в окремих напрямках КСВ, зміст та результати яких описуються в нефінансових звітах.

1. Приходько О. Социальная ответственность бизнеса, или Как работа на общество работает на имидж [Електронний ресурс] / О. Приходько // Зеркало недели. Украина. – 2008. - №9. – Режим доступу: gazeta.zn.ua/ECONOMICS/sotsialnaya_otvetstvennost_biznesa,__ili_kak_ rabota_na_obschestvo_rabotaet_na_imidzh.html. 2. Friedman M. The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits / M. Friedman // New York Times Magazine. – 1970. - September 13. – P.211-227.

Качуровський С.В.
Вінницький національний аграрний університет

ЛОГІСТИЧНА СИСТЕМА ЯК ІНТЕГРОВАНА ЛАНКА АГРОБІЗНЕСУ

Сфера агробізнесу включає галузі, які забезпечують рух сільськогосподарського продукту від виробника до споживача, тобто збирання, транспортування, зберігання, переробку і реалізацію продукції. У цій сфері визначаються потреби держави і населення в продуктах сільського господарства. Упровадження логістичних методів управління є актуальним для вітчизняних аграрних підприємств, що зумовлено наступними чинниками:

- високі витрати на виробництво і реалізацію вітчизняної аграрної продукції;
- значним відставанням сфери обігу аграрної продукції від виробничої сфери;
- відсутністю стратегії розвитку систем розподілу продукції.

За експертними оцінками, застосування методів логістики дозволяє понизити рівень запасів на 30-50 % і скоротити час руху продукції на 25-45 %.

Роль логістичної сфери достатньо велика у формуванні конкурентних переваг вітчизняних товаровиробників і продовжує зростати з розвитком ринкових відносин. Зрештою у перспективі вона набуде першочергового значення серед інших сфер агробізнесу. Використання принципів та прийомів логістики у практичній діяльності вітчизняними аграрними товаровиробниками вимагає врахування специфічних особливостей галузі.

Відомо, що сільськогосподарське виробництво мас ряд специфічних особливостей, які впливають на ринкову ситуацію, поведінку фермерів, функціонування аграрного ринку і суміжних галузей.

Сільське господарство відрізняється від інших галузей виробництва також тим, що в ньому частина продукції використовується на власні цілі в якості засобів виробництва : насіння, фураж, тварини. Тому товарна продукція, як правило, набагато менше валовою в порівнянних цінах.

З урахуванням специфіки сільського господарства для оцінки діяльності сільськогосподарських підприємств використовуються багато специфічних показників (врожайність, продуктивність худоби, жирність молока та ін.). Загальні показники, вживані в усіх галузях народного господарства (собівартість продукції, прибуток, рентабельність, оборотність засобів та ін.), відбивають специфіку сільськогосподарського виробництва. Це обумовлює деякі особливості їх аналізу.

В той же час слід відповісти, що в сільському господарстві більше, ніж в промисловості, однотипних підприємств, що здійснюють виробництво приблизно в однакових природно-кліматичних умовах. Тому на відміну від промислових підприємств тут можна ширше застосовувати міжгосподарський порівняльний аналіз. Це дозволяє точніше оцінювати результати господарської діяльності.

Вказані особливості необхідно враховувати при організації маркетингової діяльності в агробізнесі за всіма елементами комплексу маркетингу.

Ринок продукції сільського господарства є ринком вільної конкуренції. На цьому ринку велика кількість незалежних продавців, а отже, ціна автономно встановлюється на середньому рівні і впливати на неї окремі продавці не можуть. Продукція сільського господарства практично однорідна і стандартизована. Тому виробник обмежений у організації реклами свого товару, йому важко виділити якості, властиві лише його продукції. У сільськогосподарському виробництві немає патентів на технологію, що також полегшує проникнення на цей ринок.

Ще однією особливістю ринку аграрної продукції є помітне державне регулювання (дотації, фінансово-кредитна політика, пільгові податки, пільгові ціни на електроенергію, на паливно-мастильні матеріали і т. д.). Все це виливає на ринкову ціну, яка не в повній мірі залежатиме від співвідношення попиту і пропозиції, тобто механізм функціонування цього ринку дещо гіпертрофований.

Логістичний підхід вимагає додержання наступних принципів: системність, цілісність, оптимізація сумарних витрат, єдність проектування і реалізації бізнес-процесів. Отже, логістика дозволяє комплексно, з системних позицій охопити всі етапи сфери обігу аграрної продукції: «закупівлю ресурсів виробництво зберігання — збут транспорт споживання». Це сприяє тому, що зберігання і транспортування стають невід'ємними елементами виробничого процесу, що істотно змінює критерії оцінки ефективності у логістичній системі.

Ковальчук С.В.
Хмельницький національний університет

АДАПТУВАННЯ БЕНЧМАРКІНГУ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СТАНУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Деякі організаційно-управлінські нововведення впроваджуються за індивідуальною методикою. Зокрема, останнім часом набуває популярності методика запозичення передового досвіду (бенчмаркінг). Якщо розглядати бенчмаркінг у вузькому розумінні, то під цим терміном розуміють аналітичний процес детального порівняння та оцінювання підприємства в розрізі операцій з кращими компаніями в класі, всередині і поза галуззю. В результаті цього процесу розробляють заходи, спрямовані на перекриття розриву між підприємством, яке реформується, і лідером.

Отже, бенчма́ркінг (англ. Benchmarking) – це процес пошуку стандартного чи еталонного підприємства-конкурента, яке є більш ефективним, з метою порівняння з власним та наслідування його найкращих методів роботи. Бенчмаркінг – безупинний систематичний пошук і впровадження найкращих практик, що приведуть організацію до більш досконалої форми. Також бенчмаркінг визначають як дієвий інструмент для визначення становища компанії порівняно з іншими, подібними за розмірами та (або) сферою діяльності, організаціями. Таким чином, основний зміст та мета бенчмаркінгу полягає в ідентифікації відмінностей з порівнюваним аналогом (еталоном), визначення причин цих відмінностей та виявлення можливостей щодо вдосконалення об'єктів бенчмаркінгу.

Сутність розглянутої технології з позицій маркетингу полягає у використанні найбільш простого підходу з позиції адаптації апробованих раніше на практиці ідей, що вже довели свою ефективність на практиці. Тому бенчмаркінг можна розглядати і як альтернативний метод стратегічного планування, в якому завдання визначаються не від досягнутого рівня, а на основі аналізу показників конкурентів (партнерів по бізнесу), і як процес управління змінами, що носить стратегічний характер, якому притаманні такі риси, як: опір змінам з боку персоналу організації, дотримання принципу комплексності. Використання комплексного підходу є особливо важливим, оскільки сприяє створенню постійно діючого механізму ідентифікації та адаптації досягнень інших до своєї організації. Застосування бенчмаркінгу сприяє досягненню організаціями стійких конкурентних переваг з найменшими витратами і втратами.

Бенчмаркінг дозволяє зрозуміти, як працюють передові компанії та допомагає досягти, у деяких випадках, значно вищих результатів в інноваційній сфері, а саме, дозволяє знизити непродуктивні витрати за рахунок впровадження новітніх технологій, підвищити прибутковість, оптимізувати структуру витрат та товарного асортименту, обрати інноваційну стратегію діяльності підприємства, що особливо важливо для розвитку економіки України. Крім того, використання бенчмаркінгу приводить до значного зниження витрат на маркетингові дослідження, тобто за допомогою бенчмаркінгового підходу можна вдосконалити не лише виробничу, але й маркетингову систему управління підприємством.

Досвід застосування бенчмаркінгу показує, що реалізація цього методу має включати певну послідовність дій:

1. Визначення функціональних ділянок для аналізу. В цьому випадку – це інноваційна та маркетингова види діяльності промислових підприємств.

2. Визначення факторів і показників, які аналізуються. Аналіз за системою бенчмаркінгу передбачає вимірювання певної управлінської функції за конкретними факторами і показниками. За такі показники обрано рівень інноваційного розвитку та стан маркетингового забезпечення діяльності підприємств.

3. Відбір лідерів галузі. Призначення бенчмаркінгового аналізу – визначення підприємств з кращими кількісними та якісними показниками і встановлення цих показників як цілей власного досягнення. Так званих кращих у класі підприємств можна вибрати з таких груп:

а) прямі конкуренти;

б) паралельні конкуренти (підприємства у тій самій галузі бізнесу, але такі, що не конкурують безпосередньо з нами);

в) латентні конкуренти – це підприємства, з якими підприємство не конкурує зараз, але які можуть становити для нього загрозу в майбутньому. Це найцікавіші і небезпечніші конкуренти, бо від них найчастіше виходить демпінг витрат і вища якість продуктів і послуг;

г) підприємства поза галуззю – це найбільш творча частина аналізу лідерів. Саме тут виявляється глибина уяви аналітиків і нестандартність їх рішень. Роздивитись в іншій галузі те, що можна докласти до своєї, – це справжнє мистецтво. Тут є й інший аспект проблеми. Коли аналізуєш конкурента, то потрапляєш у позицію «доганяли». Аналізуючи лідерів поза галуззю, є реальна можливість опинитися попереду конкурентів. В рамках проведеної роботи було встановлено обмеження підприємствами в середині галузі. Проте, дослідження здійснювалося для двох галузей.

4. Збирання та оцінювання показників лідерів за вибраними факторами. В роботі було проведено оцінювання за показниками рівня інноваційного розвитку та стану маркетингового забезпечення всіх машинобудівних підприємств та підприємств легкої промисловості, які здійснюють інноваційну та маркетингову діяльність.

5. Порівняння показників. Це питання, яке вимагає окремої методичної розробки. Зазначимо лише два моменти. По-перше, для полегшення порівняння інформація для всіх підприємств збиралася в одному форматі. По-друге, були встановлені межі через кількість питань в анкетах та встановлення кількості показників для комплексного оцінювання рівня інноваційного розвитку щодо розмірів інформації, що збиралася в ході дослідження.

6. Розробка програм дій для ліквідації розривів. В контексті проведеної роботи на цьому етапі розробляються маркетингові стратегії інноваційного розвитку промислових підприємств для відповідних їх груп. Програми дій, що витікають з бенчмаркінгового аналізу, можна звести до чотирьох категорій:

1. Програми «Працювати краще». У цьому випадку компанія вважає, що потрібно зібрати свої сили і дотягнутися до конкурента. Ця програма дій відповідає стратегії аутсайдера.

2. Програма «Імітація (копіювання) конкурентів». Легка, але малоефективна програма. В цьому випадку мало шансів вийти вперед. Може застосовуватися ранніми або пізніми послідовниками.

3. Програма «Пряме випередження конкурентів». Можлива на основі інформації з інших галузей. Є характерною для челенджерів.

4. Програма «Зміна правил гри на ринку». Даний вид програм дій має місце, коли нічого не можна зробити з об'єктивних економічних або політичних причин. У цьому випадку потрібна принципова ломка стратегії поведінки (поява нового продукту або послуги, зміна сегмента ринку, зміна цільової групи клієнтів і т. д.). Може використовуватися як лідерами, за умов вичерпування ринкових можливостей для подальшого зростання, так й нішерами при виборі власного ринкового сегменту.

7. Впровадження і моніторинг. Кінцевою метою галузевого бенчмаркінгу є визначення наявності або відсутності інноваційного розвитку підприємства.

Виходячи з особливостей вітчизняної ділової культури можна рекомендувати проводити щорічний моніторинг за методом бенчмаркінгу, приурочуючи його до циклу стратегічного планування. Відомо, що бенчмаркінг може застосовуватися не тільки для запозичення методів ефективного управління, а і для запозичення технологій, ноу-хау, зразків товарів, способів роботи на ринку тощо. Іншими словами, цей метод є значно ширшим за проблематику організаційно-управлінських інновацій.

Козик В.В., Мирощенко Н.Ю.
Національний університет "Львівська політехніка"

СВІТОВИЙ ДОСВІД КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Огляд і аналіз поглядів науковців, які займаються проблемами комерціалізації високотехнологічної продукції, а також вивчення публічних матеріалів всесвітньо відомих інноваційних структур і корпорацій дозволяє стверджувати, що незважаючи на те, що прийнято виділяти азійську, американську і європейську моделі інноваційного розвитку суттєвих відмінностей між ними немає. Ключові характеристики цих моделей є спільні.

По-перше, в Америці, Європі та Азії ключову роль у розробці та впровадженні високотехнологічної продукції відіграють транснаціональні компанії(ТНК). ТНК використовують нові підходи та механізми трансферу технологій: продаж ліцензій на початкових етапах життєвого циклу товарів, з метою встигнути окупити частину витрат на НДДКР; встановлення монопольно високих цін на запатентовану продукцію й обмеження випуску високотехнологічної продукції покупцями ліцензій; укладання угод між ТНК для одержання ексклюзивного права на блоки патентів на найбільш важливі винаходи; використання патентів для контролю за розвитком техніки або для гальмування цього розвитку; позбавлення дочірніх компаній ТНК самостійності у виборі техніки і технології, загальна ліцензійна політика в рамках ТНК; передача ТНК ліцензій на некомерційних умовах своїм філіям і дочірнім компаніям, що забезпечує останнім привілейоване становище на ринку, сприяє підвищенню конкурентоздатності високотехнологічної продукції [2].

По-друге, усі без винятку ТНК стимулюють створення в своїй структурі дрібних венчурних підприємств, які існують за рахунок внутрішніх венчурних фондів. Практика венчурної організації вперше з'явилася в США в середині 70-х років. У даний час спостерігається друга хвиля "венчурного буму". Компанія General Electric, наприклад, має 30 венчурних підприємств, що діють у різних стратегічних зонах господарювання. Їхній капітал становить більше 100 млн. дол. Фірма Xerox створила венчурне відділення Xerox Technology Ventures із статутним капіталом 30 млн. дол., куди можуть звертатися групи інженерів або інших функціональних службовців для отримання підтримки своїх незалежних інноваційних проектів із створення і освоєння виробництва високотехнологічної продукції. Якщо проект є життєздатним, то з венчурного фонду виділяються кошти на його реалізацію[3].

По-третє, місце географічного розташування наукових центрів і венчурних підприємств залежить від фінансового адміністративних переваг регіонів, а також від рівня кваліфікації кадрів у цьому регіоні. Так, щойно в результаті злиття швецької компанії Asea і швейцарської Brown-Boveri виникла компанія ABB, як нею був створений новий енергетичний дослідницький центр у Німеччині, оскільки саме там можна було знайти відповідних висококваліфікованих фахівців [3]. Численними є також факти створення іноземних венчурних компаній у США. Перш за все причина полягає у значно ширших можливостях щодо фінансування бізнес-процесів, пов'язаних із створенням і комерціалізацією високотехнологічної продукції, а також у рівні оподаткування венчурних підприємств.

По-четверте, переважна більшість венчурних підприємств зосереджена в технопарках, технополісах, бізнес-інкубаторах та інших інноваційних структурах. У світі функціонують понад 500 технопаркових структур. У США їх налічується більше 160, у Японії – близько 50, Китаї – понад 50, Великій Британії – 46, у Франції – понад 50, а у Швеції та Фінляндії – відповідно 16 і 17. Понад 100 наукових і технологічних парків функціонують у країнах Центральної та Східної Європи, більше 50 – у Росії. В Україні – 16, з них 8 діючих[4].

По-п'яте, ключову роль у створенні інноваційних структур типу технопарк і технополіс відіграють уряди держав. Тут доцільно відзначити, що вагомість урядової підтримки вимірюється не стільки можливостями фінансування процесів розробки і комерціалізації високотехнологічної продукції, скільки довготривалістю преференцій, які пропонуються суб'єктам інноваційних структур.

По-шосте, комерціалізація високотехнологічної продукції розпочинається тоді, коли враховано регіональні особливості попиту на новий продукт і забезпечено всі умови для швидкої окупності інвестицій.

Окрім вище виділених спільних характеристик американської, європейської та азіатської моделей

розвитку інноваційної діяльності доцільно виділити і окремі відмінності між ними. Передусім йдеться про сучасну тенденцію азіатських країн, зокрема Індії, Китаю, Кореї пропонувати на ринок високотехнологічні продукти за дуже низькою ціною. У технопарках цих країн створюються високотехнологічні продукти з низьким рівнем їхньої собівартості. Так, індійська компанія Tata завдяки оптимізації виробництва випустила на внутрішньому ринку автомобіль за 3000 дол. США, і планує модернізувати продукт для експорту. Автомобілі такого цінового сегменту можуть змінити величезну галузь автомобілебудування. Завдяки поширенню інформаційних технологій та низьким витратам у Азії, життєвий цикл високотехнологічної продукції скорочується. Іншим країнам важко конкурувати з Китаєм чи Індією, які навчились створювати інновації швидко та якісно [2].

Унікальними є також можливості американських компаній щодо розробки і комерціалізації високотехнологічної продукції. На сьогодні жодна країна світу нездатна інвестувати у інноваційний розвиток стільки коштів, скільки вкладають у інновації США. При цьому слід врахувати, що для більшості ТНК США є країною базування. Цей фактор дуже суттєво впливає на конкурентоспроможність американських товарів на світовому ринку, на розвиток інноваційної інфраструктури, на характер міжнародного науково-технічного співробітництва. У сфері інноваційної діяльності часто використовують такий термін як «бізнес-ангел» - приватний інвестор, що вкладає кошти у інноваційні проекти, так звані стартапи на етапі створення підприємства в обмін на частку в капіталі та на умовах окупності здійснених інвестицій. Бізнес-ангели, як правило, вкладають свої власні кошти, на відміну від венчурних фондів і банків, які управляють фінансовими ресурсами третіх осіб[1]. Фахівці стверджують, що більшість “бізнес-ангелів” громадяни США. Саме вони здійснюють пошук у світі нових інноваційних розробок і стають їх власниками або співвласниками на початкових фазах їхньої комерціалізації. Часто отримані права на високотехнологічний продукт вони перепродують венчурним банкам і фондам або ТНК.

В Україні, незважаючи на певні реальні кроки, які зроблені щодо створення національної інноваційної системи, досі відсутні передумови для активізування процесів комерціалізації високотехнологічної продукції і впровадження інновацій. По-перше, інвестиційний клімат не сприятливий для приходу стратегічних іноземних венчурних інвесторів, зокрема тих, які є транснаціональними. По-друге, наявна в Україні інноваційна інфраструктура має занадто мало спільного із традиційними, за світовими мірками інноваційними утвореннями, зокрема такими як технопарки, технополіси, інноваційні кластери, оскільки майже позбавлена податкових та адміністративних преференцій. По-третє, основою високотехнологічного інноваційного виробництва і комерціалізації продукції є високий рівень локального скупчення кваліфікованих, мобільних кадрів, які спроможні, при потребі перекваліфіковуватись і виконувати інтелектуальномісткі операції.

1. Бізнес-ангели [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org 2. Нагачевська Т.В. Сучасні тенденції міжнародного трансферу технологій та перспективи України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: nbuv.gov.ua 3. ТНК и мировое производство инноваций [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://geopub.narod.ru 4. Світовий і вітчизняний досвід створення і функціонування інноваційних структур [Електронний ресурс]. – Режим доступу: slv.com.ua

Крикавський Є.В., Похильченко О.А.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ПРОЦЕСІВ В ЛАНЦЮГУ ПОСТАВОК ЯК ОСНОВА СИНЕРГІЇ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ

Досвід інтегрованих світових корпорацій, глобальних організацій переконує у необхідності упровадження у стратегії розвитку в якості стандартного так званого методу «паралельної 4D інженерії» (англ. concurrent engineering), згідно якого має відбуватися синхронне проектування кінцевого виробу (D1), проектування процесів та технологій його виготовлення (D2), проектування структури та відносин ланцюга поставок кінцевої продукції (D3) та проектування зворотнього ланцюга поставок (D4), що стосується повторного споживання використаної кінцевої продукції, її утилізації чи/та безпечного для середовища захоронення. Очевидно, що такого типу паралельна інженерія унеможливлює домінування субоптимальних рішень у кожній з наведених чотирьох сфер, забезпечуючи, однак, синергічність таких рішень. Іншими словами, обґрунтовуючи, зокрема, доцільність упровадження тієї чи іншої інновації продуктового, технологічного чи управлінського характеру, вкрай важливо дослідити їх вплив на інші сфери інженерії та врахувати це відповідними додатковими критеріями.

Зазвичай, будь-які інновації в ланцюгу поставок можуть стосуватися окремих його вимірів, таких як економічна ефективність ланцюга поставок, його еластичність до змін попиту та рівень обслуговування клієнтів цього ланцюга. Так, інтерпретація наслідків прикладу продуктової інновації (гібридний автомобіль) дотичить безпосередньо до змін у технології виробництва, змін у структурі ланцюга поставок (передусім в піраміді постачальників), змін у сфері використання цих інноваційних продуктів (зарядження акумуляторів) та у сфері їх утилізації, повторного використання (зокрема, акумуляторів), безпечного захоронення тощо.

Викладене актуалізує ідентифікацію процесів в ланцюгу поставок продукції, щодо яких можна встановити вплив на наслідки імплементації тієї чи іншої інновації на внутрішні параметри його продуктивності та ефективності, зовнішній потенціал щодо рівня та еластичності обслуговування споживачів кінцевої продукції.

Загалом, всю сукупність показників оцінки ефективності ланцюга поставок можна в розгорнутому вигляді представити таблично (табл.1).

Таблиця 1

Показники оцінки ефективності ланцюгів поставок

<table>
<tr><th colspan="2">I. Показники рівня обслуговування клієнтів залежно від того чи:</th></tr>
<tr><th>підприємство виробляє «про запас» (BTS)</th><th>підприємство виробляє «на замовлення» (BTO)</th></tr>
<tr><td>· показник реалізації замовлень;</td><td rowspan="2">· декларований час реалізації замовлення і показник своєчасності реалізації замовлень;</td></tr>
<tr><td>· показник реалізації позиції замовлення;</td></tr>
<tr><td>· показник своєчасності поставок;</td><td>· показник своєчасності поставок;</td></tr>
<tr><td>· вартість і кількість замовлень невчасно виконаних замовлень;</td><td>· вартість і кількість замовлень невчасно виконаних замовлень;</td></tr>
<tr><td>· частота виникнення невчасно виконаних замовлень і величина запізнення;</td><td>· частота виникнення невчасно виконаних замовлень і величина запізнення;</td></tr>
<tr><td>· показники повернень продукції;</td><td>· показники повернень продукції і гарантійні ремонти;</td></tr>
<tr><th colspan="2">II. Показники внутрішньої ефективності</th></tr>
<tr><td colspan="2">☞ вартість запасів;</td></tr>
<tr><td colspan="2">☞ оборотність запасів;</td></tr>
<tr><td colspan="2">☞ рентабельність продажів;</td></tr>
<tr><td colspan="2">☞ тривалість обороту грошових коштів.</td></tr>
<tr><th colspan="2">III. Показники еластичності до попиту</th></tr>
<tr><td colspan="2">☞ тривалість виконання певної дії;</td></tr>
<tr><td colspan="2">☞ зростаюча еластичність;</td></tr>
<tr><td colspan="2">☞ зовнішня еластичність.</td></tr>
<tr><th colspan="2">IV. Показники розвитку продукту</th></tr>
<tr><td colspan="2">☞ частка доходів від продажу вперше виведених продуктів на ринок протягом останніх 12 місяців;</td></tr>
<tr><td colspan="2">☞ відсоток найменувань продуктів виведених на ринок протягом останніх 12 місяців;</td></tr>
<tr><td colspan="2">☞ час проектування і доставки нових продуктів.</td></tr>
</table>

Джерело: [1,с.140-150]

Беручи до уваги, що ланцюг поставок являє групу підприємств (виробників і постачальників

послуг), які співпрацюють між собою та здійснюють спільні заходи, необхідні для задоволення попиту на продукти, які переміщуються в цьому ланцюзі від джерела сировини до кінцевого споживача, дві поважні міжнародні організації по різному надають процесну структуру ланцюга поставок. Так, за моделлю SCOR (англ. Supply Chain Operations Reference model), розробленою Радою з ланцюгів поставок (англ. Supply Chain Council або SCC) всі процеси в ланцюгу поставок розподілені на 5 типів: 1. Планування; 2. Постачання; 3. Виробництво; 4. Збут; 5. Повернення. Водночас, в SCOR-модель не включені такі аспекти бізнес-діяльності, як маркетинг і продажі, технологічні дослідження, розробки нових продуктів, післяпродажне обслуговування клієнтів. Для опису подібних процесів існують додаткові моделі, призначення яких і принцип використання аналогічний SCOR: DCOR (англ. Product Design) – рекомендована модель розробки і проектування продуктів; CCOR (англ. Sales & Support) - рекомендована модель продаж та їх підтримки. З іншого боку, запропонована Global Supply Chain Forum (GSCF) в рамках концепції управління ланцюгами поставок (англ. Supply Chain Management - SCM) GSCF-модель охоплює розподіл всіх процесів в ланцюгу поставок на 8 типів (рис.1).

Як SCOR-модель, так і GSCF-модель характеризують процеси, які між собою є тісно взаємопов'язаними і ефективність яких можна виміряти як щодо кожного процесу зокрема, так і щодо їх сукупного впливу в цілому на ефективність ланцюга поставок.

Відтак, для встановлення впливу інновацій на внутрішні параметри ефективності ланцюга поставок, зовнішній потенціал еластичності обслуговування споживачів кінцевої продукції, що дасть змогу наблизитись до виміру їх синергічного впливу на ефективність ланцюга поставок. слід забезпечити постійний моніторинг показників в двох площинах: процесній (через сукупність процесних показників, що характеризуватимуть ефективність процесів відповідно до обраної моделі) та системній (через сукупність показників ефективності ланцюга поставок). В свою чергу склад процесних та системних показників ефективності доцільно формувати виходячи із цілей, виконання яких переслідує конкретна система та кожен процес, який її пронизує. Зокрема, такий підхід закладений в концепції управління, заснованої на цілях (основоположником цієї концепції є Пітер Друкер), практичним виразом якої є формування так званих ключових показників ефективності (англ. Key Performance Indicators, KPI) (які до прикладу, являються частиною системи збалансованих показників - Balanced Scorecard) (рис.1).

Із схеми ми бачимо дію «паралельної інженерії» на процеси, що пронизують весь ланцюг поставок. При цьому процесна структура ланцюга поставок може мати різний вигляд залежно від моделі, яка використовується (SCOR чи GSCF). Відзначимо, що основна відмінність між цими двома моделями криється у меті, яку вони переслідують [2,с.307]: «модель SCOR концентрує основну увагу на ефективності трансакцій, в той час як модель GSCF – на партнерському менеджменті». Відтак, в залежності від того, на якому етапі розвитку знаходиться ланцюг поставок перевагу може мати SCOR-модель (етап формування ланцюга поставок) або GSCF-модель (етап розвитку та зрілості ланцюга поставок).

Відтак, можна зробити два висновки:

1. Необхідним є диференційований підхід до реалізації процесного управління в ланцюгу поставок в залежності від того, на якому етапі розвитку знаходиться ланцюг. Чим більш розвинутим ставатиме ланцюг, тим більш привабливим буде використання GSCF-моделі. Водночас, на етапі формування ланцюга поставок більш привабливою може виглядати SCOR-модель, зорієнтована на підвищення ефективності трансакцій.

2. З точки зору встановлення впливу наслідків імплементації тієї чи іншої інновації на внутрішні параметри ефективності ланцюга поставок, його зовнішній потенціал щодо рівня та еластичності обслуговування споживачів кінцевої продукції, доцільним є використання положень концепції управління, що заснована на забезпеченні постійного моніторингу ключових показник ефективності у двох площинах: процесній та системній. Збираючи, аналізуючи та контролюючи ефективність діяльності всіх компаній, що залучені у ланцюг поставок в межах окреслених чотирьох груп системних показників можна уникнути та значно знизити прийняття субоптимальних рішень у кожній із наведених чотирьох сфер, забезпечуючи, при цьому, синергічність таких рішень.

1. Hugos M. Zarządzanie łańcuchem dostaw: podstawy / wydanie II. – Wydawnictwo Helion, 2011. – 280 s.
2. Douglas M. Lambert. Supply Chain Management: Processes, Partnerships, Performance. Third edition. - Sarasota: Supply Chain Management Institute, 2008. – 431 s.

Рис. 1. Приклад взаємозв'язку інноваційних рішень, процесів та ефективності ланцюга поставок

Левкин Г.Г.*, Дзюбина К.О. **
* ФГБОУ ВПО Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия,
ФГБОУ ВПО Омский государственный университет путей сообщения
** Национальный университет «Львовская политехника»

ИДЕНТИФИКАЦИЯ СФЕР ДЕЙСТВИЯ ОБРАТНОЙ И ВОЗВРАТНОЙ ЛОГИСТИКИ

Увеличение объема товарной массы, расширение и углубление ассортимента товаров приводит к усложнению управления материальными потоками в сферах производственного и товарного обращения в разных отраслях промышленности и торговли. Наряду с прямыми материальными потоками, проходящими на пути от источников сырья по направлению к конечным потребителям (предприятиям или домашним хозяйствам) в цепи поставок значительную долю занимают потоки, которые движутся в обратном (по сравнению с прямыми потоками) направлении. Эта часть глобальной товаропроводящей цепи на настоящий момент не достаточно охарактеризована, что свидетельствует об актуальности исследований в этом направлении.

Анализ текущих публикаций по проблемам управления материальными потоками в товаропроводящих цепях показал, что изучению особенностей организации движения обратных и возвратных материальных потоков посвящены работы следующих авторов: Алимова А.Х., Білявського Г.О., Воронкова А.Н., Григорьева М.Н., Зуевой О.Н., Колотырина К.П., Лазарева В.А., Сергеева В.И., Терентьева П.А. и др. Вышеупомянутые авторы дают определения обратных или возвратных материальных потоков, рассматривают особенности логистического подхода при сборе и переработке твердых бытовых отходов. В то же время в ряде работ не обосновано четкое разграничение сфер действия обратных и возвратных потоков, не дается сравнительная характеристика этих потоков и признаков классификации. Из перечисленных авторов только [8] подвергает сомнению существующую классификации потоков, направленных в направлении, обратном движению прямых потоков в сфере товарного обращения. Все это свидетельствует о недостаточной теоретической и методологической проработке отдельных функциональных областей логистики.

На основании вышеизложенного целью исследования является идентифиция сфер обратной и возвратной логистики.

Задачи исследования: определить сферы влияния обратной и возвратной логистики; уточнить терминологию исследуемой области.

Изучение специальной литературы и товаропроводящих систем показывает, что в сфере функционирования возвратной логистики центральное место занимает материальный поток, направленный от покупателя к поставщику в рамках действующего коммерческого договора купли-продажи или поставки. К примеру, предприятия молочной или мясной промышленности принимают обратно продукты с истекшим сроком годности; предприятия розничной торговли принимают товары от покупателей в рамках действующего законодательства (не востребованные товары, возврат по гарантии). Особую актуальность возвратная логистика приобретает при развитии интернет-торговли, так как покупатель не в состоянии оценить потребительские свойства товара дистанционно в интернет-магазине, а возврат таких товаров сопряжен с дополнительными сложностями. Кроме того, в состав возвратных потоков включается оборотная тара (упаковка многоразового использования, поддоны, кеги, короба, бутылки).

В то же время, после поступления на предприятие дальнейший путь возвращенных товаров может бать различным. Если целью возврата является перераспределение, то после смены упаковки, товар опять поступит в сферу товарного обращения. В том случае, если причиной возврата является истекший срок годности или бракованный товар, то он подвергается утилизации (полезной переработке), сжиганию или захоронению. Соответственно, утилизация может происходить на этом же предприятии или передаваться на переработку на специализированное предприятие. Следовательно, этапы возвратной логистики могут предшествовать этапам обратной логистики.

Сфера функционирования обратной логистики (ретрологистики) и, соответственно, обратных потоков, включает в себя каналы движения отходов производства или твердых бытовых отходов на пути от конечных потребителей или предприятий к местам переработки, уничтожения или захоронения.

Фактически формируется отдельный канал в обход предприятий, которые осуществили отгрузку товара или его составляющих. В состав обратных потоков может входить использованная упаковка, отслужившие свой срок изделия и устройства (батарейки, люминесцентные лампы, картриджи), твердые бытовые отходы.

Возможен также промежуточный вариант - предприятия собирают свои изделия от конечных потребителей. В европейских странах законодательно закреплена обязанность производителя принять изделие. В таком случае обратная логистика будет осуществляться на этапе сбора таких устройств (изделий) от конечных потребителей, но коммерческо-правовой режим взаимодействия субъектов «продавец-покупатель» существенно отличается от возврата товара. Фактически продавцом является конечный потребитель, который на различных условиях передает использованную вещь, которая ему принадлежит, заинтересованной стороне. Чаще всего такой обмен является частью маркетинговой программы торгового предприятия или его связей с общественностью, так как осуществляется позиционирование предприятия в отношении его поддержки защиты окружающей среды. Кроме того, фактически идет привлечение покупателей к конкретному продавцу.

Таким образом, сферу, в которой происходит сбор изделия с выработанным ресурсом с целью утилизации следует отнести к обратной логистике (ретрологистике). Обратная логистика (ретрологистика) осуществляется на этапе перемещения материального потока между: "потребитель - продавец"; "потребитель - предприятие, осуществляющее сбор твердых бытовых отходов" и т.д. Обратная логистика - это самостоятельная логистическая система, способствующая сбору и передаче твердых бытовых отходов от источника их образования до мест переработки. Самостоятельная, потому что чаще не связана с "прямыми" логистическими каналами, по которым материальные потоки проходят по материалопроводящей цепи. Эта логистическая система имеет аналогию с системами производственных предприятий (снабжение - производство - сбыт), но специфична в отношении состава материальных потоков и технологий их обработки.

Возвратная логистика является частью управления взаимоотношениями с клиентами и связана с формированием системы эффективного логистического сервиса. При отсутствии внимания к возвратным потокам предприятие формирует на рынке отрицательную репутацию, что приводит к уменьшению объема продаж товаров. Для дальнейшего разграничении сфер действия обратной и возвратной логистики необходима детальная классификация обратных и возвратных потоков и их сравнительная характеристика между собой.

1. Алимов А.Х. Использование возможностей логистики в модернизации работы с отходами производства (логистика отходов) / А.Х. Алимов // РИСК. - № 1. - 2009. - С. 37-39. 2. Білявський Г.О. Основи загальної екології / Г.О. Білявський // Проблема утилізації відходів. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: eco-live.com.ua/content/book/43-promislov%D1%96st?page=0,1. 3. Воронков А.Н. Направления применения "зеленых" технологий в логистике / А.Н. Воронков, А.Г. Точков, Р.Я. Вакуленко // Вестник СамГУПС. - №2. - 2012. - С. 62-69. 4. Григорьев М.Н. Логистика. продвинутый курс: учебник для магистров / М.Н. Григорьев, А.П. Долгов, С.А. Уваров. - М.: Юрайт, 2011. – 734 с. 5. Зуева О.Н. Реверсивная логистика в управлении запасами / О.Н. Зуева // Известия ИГЭА. № 1 (63). – М. - 2009.- С. 107-111. 6. Колотырин К.П. Особенности технологического обеспечения процесса обращения с отходами потребления / К.П. Колотырин // Вестник Саратовского государственного технического университета. - №3 (34). - 2008. С.164-1747. 7. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / под ред. В.И. Сергеева. - М.: Инфра-М, 2005.- 976 с. 8. Лазарев В.А. Обратные и возвратные товарно-материальные потоки в логистике / В.А. Лазарев // Известия УрГЭУ. - 6 (38). - 2011. - С. 123-126. 9. Терентьев П. А.Классификации и модели логистики возвратных потоков / П.А. Терентьев //Логистика сегодня. – № 4. - 2010. - С. 242-251.

Лісовська Л.С., Здоровега М.В.
Національний університет "Львівська політехніка"

КРИТЕРІЇ НАЛАГОДЖЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ УЧАСНИКАМИ ІННОВАЦІЙНОГО ЛАНЦЮГА

Функціонування організації передбачає укладання різних угод із бізнес-партнерами, які прямо чи опосередковано впливають на результативність інноваційних процесів. Ефективна інноваційна діяльність організації забезпечується не стільки протистоянням конкурентам, скільки налагодженим та взаємовигідним співробітництвом з ринковими контрагентами, насамперед, споживачами, постачальниками, посередниками, іншими зацікавленими групами.

До основних факторів необхідності налагодження взаємодії слід віднести:

— наявність загальних цілей для учасників, повне досягнення яких є можливим лише у процесі спільної діяльності;

— визнана всіма учасниками сформована загальна мотивація для досягнення спільної мети;

— поділ процесу досягнення спільної мети на певні функціонально пов'язані сукупності дій, операцій та їх розподіл між учасниками взаємодії;

— утворення цілісності спільної діяльності, що сприятиме виникненню взаємозв'язків і взаємозалежностей між учасниками цієї діяльності;

— погоджене, координоване виконання розподілених і об'єднаних індивідуальних діяльностей усіх учасників;

— необхідність в управлінні (включаючи самоуправління) — потреба, внутрішньо притаманна спільній діяльності;

— наявність єдиного завершального результату, загального для учасників спільної діяльності;

— єдине просторово-часове функціонування учасників взаємодії.

Пріоритетом сучасної концепції інноваційного розвитку є ланцюг створення вартості. Стратегічними цілями управління при цьому є вдосконалення ланцюга створення вартості через підвищення якості та корисності виконання функцій та завдань етапів інноваційного процесу. Оптимальна структура ланцюга створення вартостей зумовлюється галузевими факторами, рівнем радикальності інновації та рівнем стратегічного потенціалу організації.

Безперечно, умовою виконання спільної діяльності у інноваційних ланцюгах є процеси розподілу, об'єднання, погодження, управління індивідуальними цілями, мотивами, діями й результатами.

Тобто взаємодія перетворює, перебудовує виконувані інноваційні процеси, яка перестає бути індивідуальною, а стає формою спільної діяльності.

У процесі налагодження взаємодії учасників інноваційної діяльності слід орієнтуватися на такі основні принципи маркетингу взаємодії:

- принцип сумісного створення цінності та її розподіл між учасниками комунікацій;
- принцип узгодження інтересів усіх учасників команди проекту в реалізації першого принципу;
- принцип цінності всіх учасників інноваційного проекту, які брали участь у комунікативних зв’язках;
- принцип побудови ланцюга взаємодій усіх членів команди інноваційного проекту;
- принцип реального часу в організації ланцюгових взаємодій.

Критеріями оцінки взаємодії учасників можуть служити такі часткові показники: надійність; глибина; довготривалість та динаміка. До загальних відносять рівень стратегічного доповнення, посиленя позицій на ринку, зменшення витрат, поділ ризику.

Лорві І.Ф.
Луцький національний технічний університет

ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

На основі узагальнення літературних джерел вивчено підходи вітчизняних та зарубіжних вчених до тлумачення понять «збут», «розподіл» і «фізична дистрибуція», що підтверджує єдину семантичну природу цих термінів як комплексу заходів, що формують цільову діяльність з продажу продукції. Запропоновано уточнену дефініцію «збуту» як системної діяльності у сфері товарних відносин, яка реалізується за допомогою інфраструктури ринку та основним завданням якої є організація продажів і здійснення у цьому напрямі процесу руху товарів від виробника (продавця) до покупця (споживача) з метою якнайповнішого задоволення потреб споживачів та забезпечення очікуваного прибутку виробників продукції та інших учасників товарного обміну. Таке дефінування збутової діяльності дає змогу субординувати змістовні характеристики цих понять, покладаючи на фізичну дистрибуцію досягнення логістичних цілей у збутовій діяльності, на розподіл досягнення гармонізування маркетингових та логістичних цілей, на збутову діяльність досягнення компромісу у реалізації тріади цілей:фінансових, маркетингових та логістичних.

Прийнято в якості парадигми, що формування стратегії збутової діяльності промислового підприємства має відбуватися, по-перше, у повній залежності від актуальної загальної стратегії та/чи стратегії стратегічних одиниць бізнесу, по-друге, у строгій консеквентності щодо здійснення етапів процесу стратегічного управління, в якому формулювання стратегії - це лише один з етапів, якому передує стратегічний аналіз, а за яким наступає етап впровадження стратегії та оцінки і контролю реалізації стратегії, по-третє, у динамічній сумісності прийнятої місії, цілей та стратегічних рішень (планів, програм, завдань тощо). Це дозволило ідентифікувати особливі вимоги щодо формування стратегії збутової діяльності промислових підприємств - виробників контрольно-вимірювальних приладів, детермінованих нами, як один з видів продукції уніфікованого використання. Зокрема, науково-технічний прогрес у виробництві та використанні такої продукції спричинив тенденцію різкого зменшення частки кінцевого споживання, а відтак зініціював зростання інформаційної невизначеності щодо прогнозування попиту, позиціонування продукції, встановлення профілю клієнта тощо. Це певним чином пояснює «розмитість» тенденцій щодо домінування тих чи інших каналів розподілу, їх структури тощо, превалювання історії розвитку збутової діяльності над потенційними можливостями.

Узагальнююча оцінка чинників впливу на збутову діяльність підприємств - виробників контрольно-вимірювальних приладів ідентифікує три пріоритетні напрями досягнення конкурентних переваг у цій сфері:

- розвиток збутового потенціалу шляхом формування ефективної стратегії збутової діяльності з урахуванням умов цінової політики, профілю споживача;
- оптимізація структури каналів розподілу з врахуванням потенціалу зростання сегментів ринку;
- формування дієвого механізму реалізації стратегії збутової діяльності підприємства.

Запропоновано збутову політику підприємства розробляти і узгоджувати у вигляді «Положення про маркетингову і збутову політику» з причин:

1) доцільності формального встановлення показників збутової діяльності для контролю;

2) необхідності обґрунтування типових рішень у випадку настання змін;

3) документального закріплення положення регламентації фахівців підприємства щодо розроблення планів досліджень різних аспектів ринку, кошторису витрат на збутову діяльність, планів залучення споживачів і формування портфеля замовлень;

4) потреби візуалізації взаємозв'язку різних аспектів збутової діяльності і формування єдиного бачення збутової роботи працівниками різних підрозділів підприємства;

5) відповідальності керівників за перспективи;

6) формального визначення та документального закріплення стандартів збутової діяльності, що сприятиме уникненню зловживань і помилок.

Маслак О.О., Дорошкевич К.О.
Національний університет «Львівська політехніка»

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ: УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ ТА РОЗВИТОК ВЗАЄМОДІЇ МІЖ УЧАСНИКАМИ

На сьогоднішній день для господарства багатьох країн характерним є процес кластеризації як формування кластерних утворень на території країни та за її межами (у формі транскордонних кластерів). Він пов'язаний з організуванням продуктивної системи, що характеризується географічною концентрацією економічних одиниць і інших організацій (закладів, установ), які спеціалізуються у загальній сфері економічної діяльності, розвивають взаємозв'язки ринкового і неринкового спрямування, роблять вклад в інновації, власну конкурентоспроможність і конкурентоспроможність відповідних територій [1]. Їх функціонування має важливе значення з огляду на розвиток інноваційної сфери країни та формування її безпеки.

Завдяки формуванню кластерів у комплексі із іншими процесами (наприклад, податковими кредитами на розвиток інноваційної діяльності чи іншими заходами щодо стимулювання інновацій) зростає безпека інноваційного розвитку, створюються сприятливі умови для її забезпечення шляхом удосконалення інноваційної системи, підвищення результативності інноваційної політики (опосередковано), зростання інноваційної активності підприємств, розвитку інноваційної інфраструктури тощо. Тому, дослідження процесів кластеризації національної економіки та механізмів взаємодії учасників кластерів належить до важливих наукових завдань.

Кластеризація вітчизняної економіки має позитивну динаміку, протягом чотирнадцяти років вона поширилась на 15 областей та багато галузей національної економіки від машинобудування до народних промислів та рибальства. Найбільшого поширення кластеризація набула у регіонах, яких цей процес охопив із самого початку його встановлення, а саме у Хмельницькій, Івано-Франківській областях. Так, у цих областях спостерігається більша кількість кластерів у неспоріднених галузях національної економіки. Проте для багатьох регіонів залучення до процесів кластеризації шляхом формування одного промислового кластеру (Рівненська, Полтавська, Сумська область) означає покращення за рівнем показників соціально-економічного розвитку, які нами докладно вивчено.

Згідно результатів дослідження спілки «Українські кластери», що знаходиться під керівництвом С.Соколенка, усі розглянуті нами області знаходяться на першому етапі кластеризації. Він характеризується об'єднанням зусиль бізнесу, науки і влади та здійснюється в сферах максимально швидкого повернення вкладеного капіталу і отримання прибутків, тобто, в області туризму, будівництва, АПК, легкій промисловості [2].

Наступним кроком кластеризації повинно стати налагодження співпраці українських підприємців із зарубіжними колегами за рахунок міжгалузевого обміну (через торгівлю), тіснішої внутрішньогалузевої кооперації і розподілу праці. Також варто припустити, що на наступних етапах кластеризація вітчизняної економіки також охопить інші галузі національної економіки (менш прибуткові) і тим самим забезпечуватиме підвищення результативності функціонування уже створених кластерів туризму, будівництва, АПК тощо.

Поки цього не відбулось, слід охарактеризувати економічні результати процесів кластеризації для регіонів (шляхом дослідження показників соціально-економічного становища регіонів України). Вони не є однозначними. Для одних регіонів формування і розвиток кластерів здатний забезпечити економічне зростання, підвищення інвестиційної привабливості чи рівня основних соціально-економічних показників, для інших – відсутність позитивних наслідків.

1. Nesta L., Patel P., Arundel A. Background Paper on Methods for Cluster Analysis for the Trend Chart Policy Workshop «Innovative Hot Spots in Europe: Policies to promote transborder clusters of creative activity». – L., 2. Соколенко С.І. Кластерний підхід до реалізації стратегії ефективного використання водних ресурсів України / С.І. Соколенко // Українське кластерне дослідження [електронний ресурс]: код доступу до ресурсу: ucluster.org/universitet/klastery-ukraina/

Мірошник Р.О., Годій О.Я.
Національний університет «Львівська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному ринку представлена велика кількість торгових марок та брендів. Значну роль у процесі їх появлення відіграло вдосконалення маркетингових механізмів, розширення маркетингового інструментарію. Відділи маркетингу змогли витрачати значні кошти на розроблення нових товарів, виведення їх на ринок, сегментування, позиціонування та інформування споживачів. Проте економічна криза внесла свої корективи: підприємства змушені економити ресурси, і керівництво, виділяючи незначні кошти на роботу відділу маркетингу, вимагає від його працівників максимального результату. Деякі компоненти стратегічного маркетингу втрачають свою ефективність у формуванні механізму конкурентних переваг. У зв'язку з цим, виникає необхідність перегляду маркетингу та створення нового підходу до формування ринкової пропозиції, яка повинна базуватися на інноваційних ідеях та нових підходах.

Діяльність маркетингу в інноваційному процесі умовно поділяють на два напрямки: забезпечення і реалізація. Забезпечення здійснюється за допомогою формування та розвитку постійної інноваційної орієнтації працівників підприємств, ринкових досліджень товарів-конкурентів та галузевих тенденцій щодо їхньої появи, консультування керівництва фірм стосовно комерційних перспектив нового товару [1].

Маркетологи беруть участь у маркетинговому забезпеченні інноваційної діяльності на всіх етапах створення нового продукту. На етапі оцінювання та відбору перспективних ідей нових товарів використовуються результати вивчення маркетологами найстійкішого елемента — ринкових потреб. Беруть до уваги склад потенційних покупців та головні чинники сегментування ринку, перспективи розвитку потреби та можливі альтернативи її задоволення. Оцінювання перспективності ідей нових товарів повинна здійснюватись маркетологами, економістами, технологами та керівниками провідних підрозділів підприємства.

На етапі розробки концепції нового товару визначаються: цільовий сегмент ринку; вимоги до головних параметрів виробу; головні переваги інноваційного продукту над товарами-аналогами та товарами-субститутами; можливі зміни і розвиток системи збуту нового товару; загальні витрати на розробку, виробництво та збут нової продукції.

Для створення товарів, концепції яких є найперспективнішими з комерційного погляду, відкривається фінансування. Надалі служба маркетингу здійснює періодичне оцінювання новації за універсальним алгоритмом економічного аналізу, постійно уточнює і коригує обсяги виробництва й цінові параметри товару, вивчає можливості його спеціалізації або універсалізації. Це дає змогу своєчасно передбачити безперспективність товару й уникнути комерційного провалу на ринку [1].

Первинною інформацією, що визначає загальний економічний стан підприємства, та дає змогу здійснювати інноваційну діяльність є:

- документи щодо збуту продукції від продавців та відділу збуту;
- бухгалтерська звітність;
- портфель замовлень;
- кількісні показники розроблення нових і модифікування старих виробів;
- результати наукових досліджень та звіти щодо їх доведення до етапу дослідно-конструкторських робіт, виготовлення дослідних зразків та серійного виробництва;
- показники стану відносин зі споживами та взаємодії з конкурентами.

З використанням практично всіх видів інформації маркетингове забезпечення інноваційної діяльності підприємства здійснюється за кількома напрямками. Воно є основою для активної участі служби маркетингу у створенні нового товару [2].

Оцінювання та відбір перспективних ідей нових товарів зосереджується на детальному вивченні такого елементу ринку, як потреби, за наступними складовими:

1) з'ясовується, хто готовий сплачувати гроші для задоволення певної потреби, тобто визначаються головні чинники сегментування майбутнього ринку;

2) вивчаються перспективи потреби та альтернативи її задоволення;

3) здійснюється аналіз ідеї майбутнього товару на можливу наявність соціально негативних чинників, які могли б перешкоджати його збуту;

4) вивчається готовність ринку для сприйняття товару, що створюється на засадах нової ідеї, а також можливості проникнення майбутнього виробу (крім традиційних) у нові сфери використання;

5) досліджується відповідність ідеї товару загальногалузевим тенденціям;

6) беруться до уваги загальні можливості ресурсного забезпечення матеріалізації нової ідеї;

7) оцінюється відповідність головних властивостей нового товару вимогам і уявленням споживачів щодо його споживчих цінностей [1].

Маркетологи вважають, що своєчасне та науково обґрунтоване розроблення концепції нового товару дає змогу на порядок підвищити шанси його комерційного успіху. У найбільш спрощеному вигляді розроблення концепції нового товару базується на комплексному оцінюванні таких чинників:

- адресність споживчого сегмента, для якого створюється товар; відповідність якісних параметрів товару вимогам сегмента; сумісність майбутнього товару із середовищем його функціонування;
- головні переваги нового товару над можливими товарами;
- конкуренти;
- передбачувані зміни в системі збуту нового товару і можливий розвиток системи;
- імовірні строки виходу нового товару на ринок;
- можливі негативні наслідки виробництва, збуту та використання товару (екологічні, соціальні тощо);
- загальні витрати на розроблення, виробництво і збут товару; прогнозовані ціни, доходи та прибутки.

У загальній сукупності дій непересічне значення має маркетингове забезпечення майбутнього продажу нового товару, тобто вміння «презентувати» інноваційний продукт ринкові. Дії маркетингових служб (а передовсім інтенсивність рекламної кампанії) перед або на початку продажу інноваційного продукту на ринку залежать від характеру його впливу на споживача. Маркетингове забезпечення скероване на розвиток підприємства з врахуванням динаміки ринку. Підприємство повинно намагатись гнучко реагувати на будь-які сигнали, що походять з оточення, з метою забезпечення конкурентної позиції на ринку у довгій перспективі [3].

1. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Підручник. Кардаш В.Я.— К.: КНЕУ, 2001. —240 с. 2. Кардаш В.Я. Товарна інноваційна політика: Підручник. / Павленко І.А., Шафалюк О.К. — К.: кнеу, 2002. — 266 с. 3. Чухрай Н.І. Особливості маркетингу продуктових інновацій / Н.І. Чухрай, Т.Б. Данилович // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2007. – No 605. – С. 162-167.

Мірошник Р.О., Мухар М.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах безперервних економічних змін інновації стають основним чинником, що сприяє динамічному розвитку і підвищенню результативності функціонування як окремих ринкових суб'єктів господарювання, так і економічної системи загалом. За умов переходу економіки країни і суб'єктів господарювання до інноваційної моделі розвитку значно зростає роль системного та своєчасного аналізу інноваційної діяльності підприємства. Результативність впровадження інновацій залежить як від специфіки функціонування конкретного підприємства, так і від змін зовнішнього середовища.

Запровадження ефективних інноваційних технологій дає змогу, з одного боку, підприємству отримати конкурентні переваги: покращити конкурентну ситуацію на ринку свого продукту та фінансовий стан, якісно підвищити виробничий потенціал та потенціал персоналу тощо, а з іншого – потребує значного часу та ресурсів. Щоб забезпечити високу ефективність інноваційних заходів сьогодні зростає актуальність системного, своєчасного та комплексного аналізу інноваційної діяльності підприємства.

Комплексний підхід до аналізу інноваційної діяльності підприємства має за мету обґрунтувати найбільш ефективні напрями інноваційної діяльності, інноваційні програми і проекти фірми з використанням показників. Основними завданнями комплексного підходу є: визначення відповідності фінансового стану підприємства його цільовим параметрам щодо інноваційного розвитку; оцінка здатності до інноваційного розвитку; вибір інноваційних проектів; оцінка показників інноваційної діяльності; виявлення невикористаних резервів підвищення ефективності інноваційної діяльності; оцінка впливу інноваційних рішень на фінансові результати діяльності підприємства.

Для комплексного аналізу інноваційної діяльності підприємства необхідно використовувати різноманітні джерела інформації: дані маркетингових досліджень, статистичні дані Державного комітету статистики України, звітні дані суб’єкта господарювання, регістри бухгалтерського обліку, первинну документацію підприємства тощо [3].

Для всебічного охоплення та врахування різних аспектів діяльності у процесі прийняття та реалізації управлінських рішень у інноваційній сфері доцільним є використання різних підходів до оцінювання результатів інноваційної діяльності. Ці підходи дадуть змогу оцінити ефективність роботи у цьому напрямі як в поточному періоді, за підсумками виконаної роботи, так і на перспективу, з врахуванням усіх необхідних ресурсів для досягнення поставлених цілей.

З метою виявлення взаємозв'язку між результативними показниками ефективності діяльності (виробничої, фінансової, інвестиційної) підприємства і відповідними показниками ефективності інноваційної діяльності доцільно сформувати таку систему показників [1]: показники виробничої ефективності науково-технічних заходів: темп приросту ефективності виробництва конкретних видів продукції (робіт) від використання науково-технічних заходів; відносна економія собівартості продукції в результаті запровадження науково-технічних заходів; показники фінансової ефективності науково-технічних заходів: приріст прибутку в результаті реалізації науково-технічних заходів; приріст доданої вартості, включаючи амортизацію, в результаті реалізації науково-технічних заходів, у тому числі за рахунок інтенсивних і екстенсивних факторів; приріст доходу за рахунок реалізації науково-технічних заходів; показники інвестиційної ефективності науково-технічних заходів: характеризують кількість впроваджених науково-технічних засобів, зростання питомої ваги прогресивних технологічних процесів та нових інформаційних технологій, підвищення коефіцієнта автоматизації та організаційного рівня виробництва і праці, кількість патентів або авторських свідоцтв, індекс цитування, підвищення конкурентоспроможності підприємства, товарів (послуг) на ринку.

При оцінці ефективності інноваційних проектів передбачається розрахунок таких важливих показників, як [2]: інтегральний ефект (чистий дисконтований дохід); внутрішня норма прибутковості (дохідності); рентабельність інвестицій; період і строк окупності.

У процесі комплексного підходу дослідження інноваційної діяльності виділяють науково-технічне, економічне, ресурсне, соціальне та екологічне оцінювання. У процесі науково-технічного оцінювання визначають: наскільки прийняті технічні рішення відповідають технологічним вимогам в індустріально

розвинених країнах, сприяють руху до постіндустріального суспільства; який рівень і масштаб новизни інноваційного проекту, його складових частин, чи ґрунтується він на інтелектуальному продукті чи на захищеній патентами інтелектуальній власності; наскільки перспективними є закладені в проект технології й технічні засоби; на який ринок (зовнішній чи внутрішній) розрахована нова продукція.

Економічне оцінювання охоплює систему показників, які відображають відношення результатів і витрат кожного учасника інновації. Вихідними даними для їхнього визначення є ринкова потреба в інновації (обсяг її продажу протягом розрахункового періоду), прогнозна ціна інновації (з урахуванням видатків, рівня інфляції, позичкового відсотка, рівня прибутковості) і величина реальних грошових потоків, що визначається сумою поточних витрат, інвестицій, виторгом від продажу тощо. Ресурсне оцінювання здійснюють з метою визначення впливу інновації на обсяги споживання певного виду ресурсу і подолання проблеми його обмеженості (важлива у разі використання дефіцитних чи непоновлюваних ресурсів, особливо тих, які імпортують); визначають її показниками підвищення ефективності їхнього використання (наприклад, підвищення ефективності застосування трудових ресурсів – зростанням продуктивності праці; технічних ресурсів - зростанням фондовіддачі тощо). Соціальне оцінювання полягає у визначенні внеску інновації у поліпшення якості життя працівників конкретного підприємства. При цьому варто мати на увазі, що успішна реалізація інноваційних проектів пов'язана з отриманням соціального ефекту не тільки на рівні кожного конкретного підприємства, але і на рівні суспільства. Екологічне оцінювання враховує вплив інновації на вирішення проблем охорони довкілля, що особливо важливо під час реалізації інноваційних проектів, які можуть змінювати рівень екологічної безпеки території [3].

Отже, результативність інноваційної діяльності прямо залежить від того, наскільки точно проведено оцінку ефективності інновацій, наскільки адекватно визначено її методи, сформовано чітку стратегію та пріоритети розвитку інноваційної діяльності. Це дає можливість керівникам підприємств виявити як сильні так і слабкі сторони цієї діяльності та дозволяє приймати обґрунтовані раціональні управлінські рішення та ефективно керувати не тільки інноваційною діяльністю, але й забезпечувати успішний, довготривалий, стійкий розвиток підприємства в цілому. Комплексний підхід становить цінність для оцінювання ефективності інноваційних рішень, а їх вибір і застосування залежать від цілей, які ставить керівництво у сфері інноваційної діяльності.

1. Россоха В. В. Методика оцінювання потенціалу інновацій /В.В. Россоха // Актуальні проблеми економіки. – 2005. - №5 (47). – С. 68 – 75. 2. Система показників оцінки інноваційного потенціалу промислового підприємства [Електронний ресурс] / О. І. Маслак,Л. А. Квятковська / Ефективна економіка № 9, 2010. – Режим доступу: economy.nayka.com.ua/?op=1&z=298 3. Центральная научная библиотека: Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: 0ck.ru/menedzhment_i_trudovye_otnosheniya/ocinka_efektivnosti_innovacijnoi.html

Окландер М.А.
Одеський національний політехнічний університет

СПЕЦИФІЧНІ ВІДМІННОСТІ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Цифровий маркетинг - це різновид маркетингових комунікацій в яких використовують цифрові канали. Суть цифрового маркетингу полягає в передачі цільовій аудиторії інформаційних повідомлень по цифрових каналах в онлайн та офлайн середовищах (Інтернет, Екстранет, комп'ютери, мобільні телефони, цифрове телебачення, рекламні дисплеї, інтерактивні екрани, POS термінали).

Специфічними відмінностями цифрового маркетингу від традиційних інструментів реклами є наступні.

1) Адресність - можна безпосередньо звернутися до зацікавленого в покупці споживача. Традиційна реклама спрямована одночасно на всіх, при цьому не можна точно оцінити кількість переглядів біллборда або рекламних оголошення на телевізійному каналі.

2) Можливість точної оцінки ефективності - спеціальні лічильники та системи статистики покажуть, за яким запитом, з якої пошукової системи або сайту прийшов відвідувач, що замовив, на що звернув увагу, що прочитав на сайті, що його не зацікавило. До того ж знаючи кількість, яку в пошуковій системі набирають певні запити, можна з певною часткою похибки спрогнозувати рівень попиту на товар, а розміщення біллбордів на вулиці, реклами в журналі, оголошення по радіо такої можливості не дають.

3) Чітке визначення потреби (на який товар і з якими параметрами існує попит) - дізнатися про це можна на основі відслідковування в Інтернет тенденцій зміни попиту на товари та тематики запитів користувачів.

4) Час реакції - відвідувач сайту може моментально відреагувати на рекламне повідомлення, перейти по посиланню на потрібний йому сайт, а якщо наявна така опція, то і придбати товар.

Основними інструментами цифрового маркетингу можна вважати.

1) SEO (англ. search engines optimization) - оптимізація сайту у пошукових системах. Просування сайту на першу сторінку видачі пошукових систем по певних ключових запитах.

2) Контекстна реклама Google Adwords, Yandex Direct - контекстно-залежні банери або текстові оголошення рекламного характеру, що показуються безпосередньо під рядком пошуку або праворуч від видачі пошукової системи по певних запитах.

3) SMM (англ. social media marketing) - соціальний медіа маркетинг, медійна реклама - рекламні повідомлення у формі статичних або анімованих картинок (банерів), що розміщуються на сторінках сайтів з метою просування товарів.

4) SMO (англ. social media optimization) - оптимізація для соціальних мереж, реклама в соціальних мережах: блоги, форуми, Інтернет-щоденники.

5) Технологія Big Data – дослідження масивів даних великих обсягів. З допомогою аналізу думок в соціальних медіа результати можна отримати за кілька годин, при цьому вивчивши десятки тисяч думок.

6) RTB (англ. real time bidding) - торги в реальному часі, аукціон рекламних оголошень в реальному часі.

7) Ретаргетінг (англ. retargeting) – перенацілювання, багаторазовий показ вже переглянутої раніше Інтернет-реклами.

8) SEM (англ. search engine marketing) - маркетингова діяльність в пошукових системах, спрямована на збільшення відвідуваності сайту.

9) Мобільний маркетинг – маркетингова діяльність з використанням мобільних пристроїв.

10) Вірусний маркетинг - це комплекс заходів у рекламній стратегії, коли той чоловік, на якого орієнтована реклама, є одночасно і передавачем реклами.

11) Розсилки - текстові повідомлення (листа) рекламного характеру передані електронною поштою.

1. Digital marketing. Режим доступу: http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_marketing. 2. Определение понятия Digital маркетинга. Режим доступу: http://ikraine.net/2011/11/digital-marketing-chto-eto-takoe-i-s-chem-ego-edyat.

Петецький І.
Президент фірми «Petecki» (Łodż)

ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ В ЛОГІСТИЦІ ПОСТАЧАННЯ

Ключовим елементом в операційному плануванні виробництва на замовлення клієнтів є логістика постачання як одна зі стратегічних сфер діяльності промислового підприємства. Логістика постачання розвивається у таких напрямах:

- управління глобальною мережею постачання;
- удосконалення концепції партнерського маркетингу і стратегічного партнерства з постачальниками;
- розвиток інформаційних систем і технологій.

Управління глобальною мережею постачання необхідне, оскільки підприємства все частіше шукають за кордоном джерела постачання і ринки збуту своїх готових виробів. Все більша стандартизація і нормування предметів обміну у сфері виробництва, транспорту або складування спричиняє те, що не обов'язково шукати постачання на локальному ринку, адже можна продукт з такими самими параметрами отримати в іншому місці земної кулі.

Глобалізація спонукає фірми до раціоналізації виробництва і зменшення кількості виробничих закладів, а також привела до централізації запасів. Часто, однак, найбільші вигоди забезпечує не фізичне групування запасів в одному місці, а розміщення їх поблизу покупця або місця виробництва. Значно істотнішим видається центральне управління і моніторинг переміщення запасів. На цьому ґрунтується ідея "віртуального" складу. Задум оснований на положенні, що фірма може зробити ті самі заощадження, які мала б від централізації запасів завдяки інформації, за допомогою еластичності (склад поблизу споживача).

Глобальні мережі постачання, порівняно з логістикою у малому масштабі, відрізняються передовсім:

- довшим часом реалізації поставки і збільшеною тривалістю переїзду;
- багаторазовою консолідацією, а також поділом посилок на менші партії;
- поєднаними методами транспорту й опціями витрат;
- надсилання компонентів локальними відділами, які реалізують індивідуальне замовлення.

Концепція партнерського маркетингу - це новий підхід, який полягає у створенні довгострокових зв'язків, що ґрунтуються на взаємній довірі і інтерактивних стосунках (зв'язках) між підприємствами, а також їх оточенням (клієнтами та іншими групами, які є учасниками ринку, такими як постачальники, дистриб'ютори і фінансові інституції). Цей новий маркетинговий підхід називається партнерським, або реляційним, маркетингом.

Розвиток інформаційних систем і технологій призвів до того, що переміщення інформації у межах системи постачання і зв'язків з ближчим і дальшим оточенням стало швидшим і результативнішим. Для потреб менеджерів спроектовані інтегровані системи, які підтримують управління не лише сферою постачання.

Системи ERP мають модульну будову; складаються з пакетів, які охоплюють, зокрема виробництво, дистрибуцію, транспорт, фінанси, сервіс, моделювання, систему інформування керівництва, управління ходом роботи. Понадто у системі ЕКР існують механізми, які уможливлюють симулювання різних рухів і аналіз їх наслідків, також фінансових. Перевагою системи ERP є **вбудована можливість електронних з'єднань з системами постачальників і споживачів у межах ланцюгів логістики.**

Електронну торгівлю можна визначити як використання комп'ютерних мереж, а також інформатичних аплікацій з метою підвищення ефективності комунікації, а також трансакцій обміну продуктів та послуг. Електронне постачання створює внутрішній ринок між підприємством та його постачальниками, уможливлюючи підприємству ведення діяльності в інтерактивний спосіб і у реальному часі, а тим самим скорочення циклу закупівель.

Посилкіна О.В., Хромих А.Г.
Національний фармацевтичний університет

ІННОВАЦІЙНА ПАРАДИГМА РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ

Сучасна економіка країни все більше повертається в бік системних структурних перетворень, орієнтованих на логістику. Нова економіка характеризується ефектом інтеграції, який сприяє істотному зниженню витрат і зростанню якості логістичного обслуговування споживачів. Реальна потреба в інтеграції сьогодні притаманні підприємствам різних галузей. Крім того, задекларована урядом України необхідність переходу до інноваційної моделі розвитку також актуалізує потребу в об'єднанні промислових, торговельних підприємств і компаній в інтегровані системи. Саме вони здатні швидко, вчасно та з мінімальними витратами здійснювати виробництво і постачання якісної продукції споживачу.

Головною тенденцією сучасності світової економіки стає набуття нових факторів ефективності логістики, модифікація її традиційних сфер застосування та поява якісно нової стратегічної інноваційної системи – інтегрованої логістики. Як показав проведений аналіз, інтегрована логістика – це нова інноваційна парадигма, яка прийшла на зміну ресурсній парадигмі й фрагментованій логістиці, і підґрунтям якої є організаційна, інформаційна й інфраструктурна інтеграція у ланцюгах постачань.

Як свідчить проведений аналіз, на сьогоднішній день в Україні можна виділити п'ять галузей національної економіки, де концепція інтегрованої логістики є одним з основних інструментів підвищення ефективності бізнесу: авіабудування; автомобілебудування; електротехніка; оптова й роздрібна торгівля; фармація.

Дослідження показали, що сучасний стан розвитку вітчизняної фармацевтичної логістики характеризується такими особливостями: при організації потокових процесів в галузі необхідно враховувати фактори дії не тільки економічні, але і соціального середовища; параметри потокових процесів та методи їх управління визначаються специфічними особливостями лікарських засобів (ЛЗ); обіг фармацевтичної продукції нерозривно пов'язаний з наданням медичних послуг, які виконують роль логістичного імпульсу; простір руху ЛЗ носить інтернаціональний міждержавний характер, що, в свою чергу, зумовлює значну роль імпортної фармацевтичної продукції; процес руху ЛЗ здійснюється в умовах потужної диверсифікації фармацевтичної продукції; рух численних аналогів і модифікацій вітчизняної та імпортної фармацевтичної продукції повинен, визначатися не тільки комерційними чинниками, а й медичними показниками; оптові фармацевтичні компанії створюють власні товаропровідні (аптечні) мережі для ефективної роздрібної реалізації фармацевтичної продукції; для удосконалення організації руху потокових процесів формується спеціалізована логістична інфраструктура з урахуванням вимог регламентації обігу ЛЗ; управління процесом руху потокових процесів здійснюється за допомогою маркетингового забезпечення, яке формує інформацію про ринок фармацевтичної продукції; особливе місце займає активна попередня робота щодо встановлення господарських зв'язків з постачальниками – обґрунтування вибору постачальників, підготовка умов майбутніх ділових переговорів; поступово розвивається диспетчеризація проходження потокових процесів по всіх ланках інтегрованого фармацевтичного логістичного ланцюга (ІФЛЛ) – від розробки ЛЗ і до кінцевих споживачів (пацієнтів); відбувається поступова повна комп'ютеризація діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку (СФР); спостерігається раціоналізація транспортних та складських операцій у діяльності СФР тощо.

Узагальнення результатів наукових досліджень, дозволило визначити причини, що обумовлюють актуальність інтеграції логістичних процесів і систем у фармацевтичній галузі: розширення національних і світового фармацевтичних ринків, розвиток процесів глобалізації; значне зростання витрат обігу (за оцінками зарубіжних експертів, більше 80% часу руху фармацевтичної продукції від первинного джерела сировини до кінцевого споживача, пов'язане з його проходженням по різних каналах матеріально-технічного забезпечення); постійне зростання вимог споживачів до рівня логістичного обслуговування, необхідність швидкого реагування СФР на зміни кон'юнктури фармацевтичного ринку; прискорення науково-технічного прогресу в комунікаціях, впровадження у господарську практику вітчизняних фармацевтичних підприємств (ФП) засобів обчислювальної техніки нових поколінь; впровадження сучасних інформаційних технологій на ФП (управління даними (data management); електронний обмін

даними (electronic data interchange, EDI); електронні закупівлі (e-purchasing); електронне управління ланцюгом постачання (electronic Supply Chain Management – eSCM); електронний переказ грошових коштів (electronic funds transfer, EFT); штрихове кодування (bar-coding), експертні системи (artificial intelligence – expert systems); дистанційні комунікації (remote access and communication); інформаційно-пошукові системи тощо); підвищення цін на ресурси і необхідність їх більш ефективного використання та економії на витратах впродовж ІФЛЛ для забезпечення цінової доступності ЛЗ; скорочення життєвого циклу фармацевтичної продукції; зростання швидкості, інтенсивності та складності матеріальних, фінансових й інформаційних потоків, необхідність їх синхронізації для підвищення фізичної, цінової та інформаційної доступності лікарського забезпечення населення; підвищення вимог до якості ЛЗ і необхідність створення умов для наскрізного управління якістю впродовж всього фармацевтичного ланцюга постачань; упровадження процесних технологій управління та стандартів логістичного обслуговування СФР з метою раціоналізації їх діяльності і підвищення кінцевого соціально-економічного результату; розширення аутсорсингу як сучасної форми оптимізації логістичних бізнес-процесів (1PL: логістичний інсорсинг → 2PL: частковий логістичний аутсорсинг → 3PL: комплексний логістичний аутсорсинг → 4PL: інтегрований логістичний аутсорсинг → 5PL: «віртуальна» логістика); розуміння керівництвом ФП переваг внутрішньофірмової та міжфірмової інтеграції, розвитку партнерства, як основи для довгострокових відносин і отримання на цій основі синергетичного ефекту; підвищена увага до питань екології, логістики рециклінгу з метою оптимізації процесів утилізації відходів фармацевтичного виробництва, їх знешкодження та захоронення; необхідність використання сучасних технологій та інструментів захисту фармацевтичної продукції від підробок; створення доданої цінності для споживачів (клієнтів), обумовленої необхідним рівнем їх логістичного обслуговування та постачання потрібної фармацевтичної продукції в потрібне місце, у потрібний час, у необхідній кількості при мінімальному рівні витрат; поява нових логістичних концепцій, які активно впроваджуються в практику діяльності зарубіжних і вітчизняних ФП та суттєво підвищують ефективність їх діяльності й конкурентоспроможності тощо.

Проведений аналіз тенденцій розвитку фармацевтичної логістики виявив, що в ланцюгу взаємодії вітчизняних СФР ще недостатньо використовуються наукові підходи, принципи і методи інтегрованої логістики як сучасної концепції управління потоковими процесами у фармації. Поряд з цим, концепція інтегрованої логістики відображає нове розуміння фармацевтичної галузі як складної макрологістичної системи, де окремі ФП і організації розглядаються як ланки загального логістичного ланцюга, які прямо або побічно пов’язані у єдиному інтегрованому процесі управління матеріальними, фінансовими й інформаційними потоками, що спрямоване на підвищення якості і доступності лікарського забезпечення населення, і найбільш ефективне досягнення цілей СФР.

Дослідження дозволили виділити такі специфічні сфери інтегрованої фармацевтичної логістики, що вимагають сьогодні подальших серйозних наукових досліджень: логістика в сфері доклінічних й клінічних випробувань; управління холодовими ланцюгами для забезпечення якості просування термолабільної фармацевтичної продукції; створення належної системи захисту ІФЛЛ від проникнення фальсифікованих ЛЗ; логістика рециклінгу (управління фармацевтичними відходами різних класів небезпеки); створення і розвиток фармацевтичних кластерів як інноваційної моделі мезологістичної фармацевтичної інтегрованої системи тощо.

Доведено що інтегроване управління потоковими процесами сприяє підвищенню збалансованості і прозорості діяльності всіх СФР та їх інвестиційної привабливості, комплексному управлінню якістю, екологічними аспектами діяльності, ризиками і безпекою фармацевтичного виробництва відповідно до вимог міжнародних стандартів якості ISO і вимог належних практик GxP, а також дозволяє оптимізувати обсяги всіх видів ресурсів, які використовуються в процесі розробки, виробництва, реалізації ЛЗ, підвищити рівень логістичного обслуговування клієнтів, що суттєво підвищує конкурентоспроможність СФР.

Постан М.Я.
Одесский национальный морской университет

МЕТОД СОВМЕСТНОЙ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПЛАНА ПРЕДПРИЯТИЯ И ДОСТАВКИ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ С УЧЕТОМ ЕГО ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В докладе обосновывается возможность использования оптимизационных моделей для разработки метода оценки целесообразности реализации инновационного проекта на промышленном предприятии, являющимся звеном цепи поставок. В основе метода лежит сочетание двух классических задач математического программирования, а именно: задачи производственного планирования и транспортной задачи (с перевалкой) линейного программирования. При этом предполагается, что инновационный проект относится только к технологическим нововведениям на предприятии, а инновационный эффект выражается в убывающей зависимости себестоимости производства продукции от искомых объемов инвестиций, направленных на замену устаревших технологий новыми. Произведенная продукция должна быть доставлена в заданное множество пунктов потребления. В итоге получается некоторая задача нелинейного программирования.

Пусть имеется промышленное предприятие, выпускающее продукцию K наименований. Производственные издержки по выпуску единицы продукции $k-$го наименования составляют s_k (включая затраты на закупку, доставку и хранение сырья). Для выпуска продукции используется R видов сырья, полуфабрикатов и других производственных ресурсов причем на производство единицы продукции $k-$го вида необходимо затратить a_{kr} сырья $r-$го вида, а ресурс вида r имеется в количестве b_r. Произведенная продукция поступает на склад, откуда она должна быть доставлена в M пунктов назначения через N пунктов перевалки (например, через морские порты). Обозначим через w_n пропускную способность (или вместимость складов) n-го перевалочного пункта, а через d_{km}^+ и d_{km}^- - соответственно верхнюю и нижнюю оценки ожидаемой потребности в продукции k-го вида в m-м пункте назначения, $d_{km}^- \le d_{km}^+$. Можно считать, что в пунктах перевалки продукция перегружается с одного вида транспорта на другой (например, с железнодорожного на морской).

Введем вспомогательные множества

$$B_k = \{m \mid d_{km}^+ > 0, m = 1,2,..., M\}, k = 1,2,..., K,$$

а также параметры управления рассматриваемой задачи:

x_k - количество продукции $k-$го вида, запланированное для выпуска предприятием;

x_{kn} - количество готовой продукции $k-$го вида, которое планируется для перевалки в n-м перевалочном пункте;

y_{knm} - количество готовой продукции $k-$го вида, которое планируется для доставки из n-го перевалочного пункта в m-й пункт назначения;

v_k - размер инвестиций в реализацию технологической новации k-го вида.

Предполагается, что издержки на производство единицы продукции k-го вида $s_k(v_k)$ являются убывающими функциями от v_k. Например, можно принять, что

$$s_k(v_k) = \frac{s_{0k}}{1+\gamma_k v_k} \text{ или } s_k(v_k) = s_{0k} e^{-\gamma_k v_k} \quad (1)$$

где s_{0k} – значение издержек для устаревшей технологии; γ_k – коэффициент, характеризующий степень эффективности инноваций при производстве продукции k-го вида. Конкретный вид зависимостей

типа (1) может быть установлен методами регрессионного анализа.

Выражение для суммарной прибыли от функционирования цепи поставок с учетом реализации инновационного проекта может быть представлено следующим образом:

$$\Pi = \sum_{k=1}^{K} p_k x_k - \sum_{k=1}^{K} s_k(v_k)x_k - \sum_{k=1}^{K}\sum_{n=1}^{N} s'_{kn}x_{kn} - \sum_{k=1}^{K}\sum_{n=1}^{N}\sum_{m=1}^{M} s''_{knm}y_{knm} - \sum_{k=1}^{K} v_k, \quad (2)$$

где p_k – доход от продажи единицы продукции *k*-го вида; s'_{kn}- стоимость перевозки (включая ее перевалку) единицы готовой продукции k – го вида в *n*-й перевалочный пункт; s''_{knm}- стоимость перевозки (включая погрузку на транспортное средство) единицы продукции *k*-го вида из *n*-го пункта в *m*-й пункт назначения.

Ограничения, накладываемые на параметры управления, будут иметь следующий вид:

1) ограничения на производственные ресурсы:

$$\sum_{k=1}^{K} a_{kr}x_k \le b_r, r = 1,2,...,.R; \quad (3)$$

2) вся произведенная продукция должна быть вывезена со склада предприятия:

$$\sum_{n=1}^{N} x_{kn} = x_k, k = 1,2,..., K; \quad (4)$$

3) потребности всех пунктов назначения должны быть удовлетворены:

$$d_{km}^{-} \le \sum_{n=1}^{N} y_{knm} \le d_{km}^{+}, m \in B_k, k = 1,2,..., K; \quad (5)$$

4) вся завезенная в n-й пункт перевалки продукция k-го вида должна быть из него вывезена:

$$x_{kn} = \sum_{m \in B_k} y_{knm}, n = 1,2,..., N; k = 1,2,..., K; \quad (6)$$

5) в n-м перевалочном пункте не может быть перегружено больше груза, чем его пропускная способность:

$$\sum_{k=1}^{K}\sum_{m \in B_k} y_{knm} \le w_n, n = 1,2,..., N; \quad (7)$$

6) условия неотрицательности параметров управления:

$$x_k, x_{kn}, y_{knm}, v_k \ge 0, \forall k, n, m. \quad (8)$$

Таким образом, мы пришли к следующей модели производственно-транспортной задачи с учетом инновационной деятельности предприятия-производителя: найти производственный план предприятия $\{x_k\}$, планы перевозок для транспортных предприятий $\{x_{kn}\}$ и $\{y_{knm}\}$, а также инвестиционный план внедрения на предприятии технологических новшеств $\{v_k\}$, максимизирующие функцию (2) при ограничениях (3)-(8).

Отметим, что из (3)-(7) вытекают следующие необходимые условия разрешимости сформулированной задачи оптимизации:

$$\sum_{k=1}^{K}\sum_{m \in B_k} d_{km}^{-} \le \sum_{n=1}^{N} w_n ; \sum_{k=1}^{K}\sum_{m \in B_k} a_{kr}d_{km}^{-} \le b_r, r = 1,2,..., R.$$

Обсуждаются пути дальнейшего обобщения приведенной модели оптимизации, в частности на динамический случай.

Потапова Н.А.
Вінницький національний аграрний університет

АДМІНІСТРУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Трансформація економічного простору не пройшла осторонь аграрного сектору, чим пришвидшила інтеграцію нових технологій в логістичну діяльність, більшість яких спрямована на оптимізацію процесів прийняття рішень як внутрішньогосподарських процесів, так і процесів адаптації до зовнішніх ринків. Аграрний бізнес інтенсивно залучає концептуально нові форми електронного управління (е-управління), спрямовані на адаптацію до віртуальної економіки. Такий підхід обумовлює інтеграцію інформаційних технологій в логістичну систему як по окремих ланках, так і в цілому створюючи контур адміністрування від процесів поставок сировини та матеріалів до отримання готової продукції кінцевим споживачем.

Рівень операційних та фінансових ризиків в аграрному секторі є значно вищим у порівнянні з іншими напрямами матеріального виробництва, що обумовлено специфічністю ресурсної бази, тривалістю циклу її заготівлі та переробки глибини різного рівня. Слід зазначити, що одним із ключових елементів є використання земельного ресурсу, як з позиції дотримання технологічного циклу, так і з позиції його транспортного обслуговування в ланцюзі поставок. Одним із слабких місць в агрологістиці залишається організація складських систем, які повинні задовольняти не тільки безперервній завантаженості потужностей переробки всю пору року, а й забезпечити якість та умови зберігання. З огляду на експортну орієнтацію продукції аграрного сектору, проблемним питанням є інформаційний супровід зовнішньоекономічних операцій та процедур митного оформлення (електронне декларування, оновлення інформації з митних процедур та нормативно-правових баз тощо). Зведення даних рішень в єдиний інформаційний логістичний контур дозволить забезпечити не тільки відповідний рівень моніторингу ділянок логістичної системи, а разом з цим прискорити інформаційний обмін шляхом адміністрування системних рішень.

Логістичні системи аграрного сектору зорієнтовані як на розмір підприємства, так і на цільове призначення. Концептуальною відмінністю системи управління логістичної системи в такому випадку є включення центрального елементу адміністрування, який виконує ряд інформаційно-аналітичних функцій. Завданнями логістичного адміністратору є: оптимальне управління конфліктами в аграрному середовищі; побудова та моніторинг віртуальних ланцюгів поставок агросировини та агропродукції; розробка схем пріоритетності запитів та черг результатів обробки інформації; оптимізація внутрішніх затримок руху інформаційних потоків; електронний моніторинг логістичних операцій; контролінг повних витрат логістичного контуру та ін. Критеріями ефективності логістичного адміністрування можна визначити: мінімізацію повних логістичних витрат; максимізацію прибутків в ланцюзі поставок; максимізацію приведеної цінності доходів в логістичній системі.

З позиції оптимального динамічного управління адміністрування функціонує в режимі виконання сформованих завдань та обслуговування запитів інформації логістичному адміністратору. Адміністратором в режимі запитів отримується інформація про події та стан процесів в логістичній системі. Ієрархічність адміністрування відбувається в режимі реального часу у відповідності до потоку вхідних замовлень та синхронізації обробки управляючих впливів. Джерелом інформації є сама логістична система, що виступає генератором інформаційних потоків. Їх основними характеристиками є: кількість та об’єм запитів (повідомлень), направленість, час переміщення, інтенсивність, вартість обслуговування, ступінь визначеності.

Рух інформаційного потоку відбувається по контуру логістичного адміністрування. Контур логістичного адміністрування будемо розуміти як схему з’єднань ключових вузлів логістичного впливу на рух потоків в логістичній системі. Контур логістичного адміністрування має бути інтегрованим в організаційну структуру, побудовану за можливими моделями: ієрархічною, мережевою та віртуальною. Віртуальна модель не передбачає фізичної присутності адміністратора, а функціонує через його віртуальний профіль у системі.

Процик І. С., Вишневська О.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНИХ ВАНТАЖОПЕРЕВЕЗЕНЬ

Щорічно обсяг вантажних перевезень в Україні збільшується. Основними видами транспорту в Україні є залізничний, автомобільний, морський, річковий, повітряний та трубопровідний.

У структурі вантажних перевезень автомобільні займають друге місце станом на 2013 рік і становлять 24,2 %, Це обумовлено високою мобільністю даного виду транспорту, швидкістю доставки та збереженням вантажу.

Варто проаналізувати динаміку автомобільних вантажоперевезень за 2005-2013 роки. У 2005 році даним видом транспорту було перевезено 126,5 млн. т вантажів. У 2013 році даний показник збільшився на 45,1 % у порівнянні з 2005 роком і становив 183,5 млн. т.

Таблиця 1

Динаміка автомобільних вантажоперевезень за 2005-2013 рр. [2]

	Роки								
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Перевезено вантажів, млн. т	126,5	154,8	169,7	186,6	140,0	158,2	178,3	179,0	183,5
У % до перевезень всіма видами транспорту	15,6	18,0	18,8	20,9	20,1	20,9	22,0	23,2	24,2

Основні вантажі, що перевозяться автодорогами – це продуктові і промислові товари, сировина, паливо, будівельні товари і сільськогосподарська продукція.

Від загального обсягу міжнародних перевезень 43% експорту, 36% імпорту та 21% транзиту здійснюються по автодорогах.

Основні міжнародні вантажопотоки Україна здійснює з наступними країнами: з Російською Федерацією (20%), Польщею (15%), Німеччиною (8%), Молдовою (5%), Італією, Китаєм, Туреччиною, Угорщиною, Білоруссю (по 4%) та інші [1].

На даному етапі найбільш перспективними напрямами розвитку вантажопотоків в Україні є Польща, Німеччина та інші країни ЄС. Однак для розвитку даних перевезень існує низка перешкод.

Українські транспортні засоби повинні працювати відповідно до встановлених стандартів, що діють в країнах ЄС [1].

Проаналізувавши ринок вантажоперевезень в Україні виокремлено наступні проблеми:

1. Невідповідність екологічним стандартам.

Більшість машин відносяться до категорій Євро II і III (відповідність екологічним категоріям), для яких існують певні обмеження щодо пересування Європою. Лише близько 6,5 % вантажних авто відносяться до вищих категорій IV і V.

2. Застарілий транспорт та невідповідність вимогам ринку щодо вантажності, конструкції, видів та витрат палива.

Структура парку вантажних автомобілів за вантажністю виглядає наступним чином: менше 1,5 тонни – 17% у парку; 1,5-4,99 тонн – 42%; 5-6,99 тонн – 18%; 7-9,99 тонн – 11%; 10-14,99 – 9%, 15 і більше тонн – 3%. Використання автомобілів з більшою вантажністю дозволить перевозити декілька видів товарів одночасно.

Основними видами палива, що використовують українські авто вантажівки є бензин (62%), дизельне паливо (33%), стиснений газ (2%), зріджений газ (1%), інші (2%) [1].

3. Стан доріг в Україні.

Мережа автомобільних шляхів загального користування станом на 2012 рік становила 169,69 тис. км, з них з твердим покриттям – 166,1 тис. км [2]. Багато автомобільних шляхів проходять через населені пункти, що не відповідає вимогам до міжнародних транспортних коридорів і призводить до обмеження швидкості руху. В Україні більше 33% внутрішніх доріг не відповідають вимогам ЄС до осьової навантаги і майже вдвічі нижче вимог до шорсткості.

4. Складність впровадження інноваційного управління в сфері автомобільних вантажоперевезень.

Для автомобільних вантажоперевезень в Україні характерними є неефективне оновлення

нормативно-правової бази для даного виду перевезень, відсутність вдосконалення існуючих та запровадження нових технологій.

5. Складні умови та перепони для розвитку галузі, а саме перешкоди для інвестування в галузь, нераціональне використання державних коштів та невелика кількість державних програм у даній сфері. Тарифна політика України в галузі транспорту є неефективною та вимагає реформування.

6. Нерозвиненість інтермодальних перевезень (змішані перевезення щонайменше двома видами транспорту).

7. Ускладнена система митного огляду та контролю, що спричиняє застій на кордонах та псування товарів, що перевозяться.

Наявність вищенаведених перешкод потребує визначає здійснення цілого комплексу заходів щодо покращення сфери автомобільних вантажоперевезень, а саме:

1. Раціональне використання геополітичного положення України для збільшення міжнародних транзитних вантажопотоків.

2. Посилення державної підтримки транспортної галузі та створення привабливих прозорих умов для залучення інвестицій.

3. Спрощення процедур митного контролю та впорядкування процесу переміщення вантажів через кордон.

4. Оновлення нормативно-правової бази, що регулює даний вид перевезень.

5. Впровадження інновацій у сферу управління, що включали б в себе розробку нових маршрутів та оптимальних графіків руху для перевізників.

6. Оновлення парку вантажних автомобілів, а також перехід авто на дизельне паливо для відповідності стандартам ЄС.

На даний час сфера автомобільних вантажоперевезень України, як і загалом транспортна система потребує докорінних змін, які стосуватимуться не лише оновлення транспорту, а й змін у нормативно-правовій базі, тарифній політиці та сфері управління. Розвиток даної галузі є важливим для України, він забезпечить стабільну і ефективну роботу транспорту, надасть можливість збільшити обсяг транзитних перевезень та розширити зовнішньоекономічні зв’язки.

1. Підтримка інтеграції України до транс-європейської транспортної мережі ТЄМ-Т. РК4. Автомобільний транспорт. Заключний звіт 4.1. / Міністерство транспорту та зв’язку України. – К.:2010. – 60 с. 2. Транспорт і зв’язок [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу: ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tiz.htm 3. Інформаційно-довідкові матеріали з питань співробітництва між Україною та ЄС у сфері транспорту [Електронний ресурс] / Міністерство інфраструктури України. – Режим доступу: mtu.gov.ua/uk/integration/113.html 4. Клименко Л.П. Системи технологій [підручник] / Клименко Л.П., Соловйов С.М., Норд Г.Л. - Миколаїв: МДГУ ім. Петра Могили, 2007. – 600 с. 5. Концепція розвитку транспортно-дорожнього комплексу (ТДК) України до 2015 року і подальший період [Електронний ресурс] / Український транспортний союз. – Режим доступу: uts.in.ua/ua/kontseptsiya_rozvytku_transportnodorozhnogo_kompleksu_tdk_ukrayiny_do_2015_roku_i_podalshyj_period.html

Рачинська Г.В., Стецик Г.Ю.
Національний університет "Львівська політехніка"

СТРАТЕГІЧНИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СПОСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність підприємства визначає його здатність виготовляти і реалізовувати товари та послуги, цінові й нецінові характеристики яких є більш привабливими, ніж характеристики аналогічних товарів підприємств-конкурентів. Конкурентоспроможність підприємства визначають показники, які характеризують ефективність виробничої діяльності, фінансового стану, ефективність організації збуту і просування товару порівняно з підприємствами-конкурентами, а також показники конкурентоспроможності товару [1, ст. 24].

Підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно розглядати як довгостроковий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, здійснюваний планомірно, відповідно до обраної стратегії довгострокового розвитку, з урахуванням змін у зовнішньому оточенні та стану засобів самого підприємства і внесенням відповідних коректив [2, ст. 221].

Утримати та підвищити конкурентоспроможність підприємства можна, орієнтуючись на стратегічний інноваційний маркетинг.

Маркетинг - це теорія і практика завоювання ринків збуту та отримання конкурентних переваг.

Стратегічний інноваційний маркетинг передбачає використання підприємством нестандартних прийомів роботи на ринку товарів та послуг, капіталу та технологій з метою максимізації корисності, фінансового оздоровлення підприємства та зміцнення його ринкової позиції. Виділяють два види стратегічного інноваційного маркетингу: регулярний та санаційний [3, ст. 148].

Регулярний інноваційний маркетинг є невід'ємним елементом стратегічного менеджменту на підприємстві та органічно вписується у концепцію "діаманта" Майкла Портера. Відповідно до даної концепції, при зростанні конкуренції на ринку, впровадження інновацій – основний фактор збереження конкурентоспроможності підприємства та покращення його фінансового становища.

Регулярний інноваційний маркетинг забезпечує підприємству вищий рівень конкурентоспроможності за рахунок постійного формування та використання продуктових і процесних інновацій, зосереджуючи увагу на їх технологічному та комерційному аспектах. Продуктові інновації передбачають пошук та освоєння нових продуктів, нових видів діяльності. Процесні інновації – це інновації, які стосуються взаємодії підприємства та його оточення. До процесних інновацій, зокрема, належать процеси з управління грошовим потоком підприємства, управління рухом матеріальних запасів, технологічні процеси випуску продукції.

В умовах необхідності створення нового продукту чи необхідності заміни устаткування, переходу на нові ресурсозберігаючі технології – продуктові та процесні інновації здатні як відновити прибутковість підприємства, так і підвищити її.

Регулярний та санаційний інноваційний маркетинг виконують одні і ті ж функції, спрямовані на досягнення поставлених цілей. Єдина відмінність між цими двома видами стратегічного інноваційного маркетингу полягає у наступному: санаційний інноваційний маркетинг поєднує продуктові та процесні інновації з алокаційними інноваціями. Алокаційні інновації передбачають різні способи реорганізації підприємства, перерозподіл його фінансових, матеріальних та нематеріальних активів, зміну структури пасивів. Інновації такого роду є найдорожчими, їх складно реалізувати і окупність досить повільна. Проте, ефект від впровадження цих нововведень виправдовує витрати на їх реалізацію.

Для санаційного інноваційного маркетингу характерним є те, що на першому місці виступають процесні інновації, які дозволяють економити найбільш вартісні ресурси.

Незалежно від того, який вид маркетингу обере керівництво підприємства, перед ним постають питання, які стосуються:

- вибору продукту;
- визначення співвідношення ступенів вертикальної інтеграції та контрактації;
- визначення типу угод, окупності продукту порівняно з витратами на закупівлю ресурсів;

- вибору способу фінансування проекту щодо освоєння та реалізації нового продукту.

Підприємство може здійснювати вибір продукту за допомогою консервативного та радикального методів.

Суть консервативного методу зводиться до того, що підприємство обирає продукт, який може виготовляти за допомогою активів, котрими володіє на даний момент. Під активами розуміється відповідне обладнання, запаси напівфабрикатів та комплектуючих, а також навики та досвід персоналу. Використання консервативного методу дозволяє мінімізувати ризик втрат при орієнтації на новий продукт, зменшити витрати, пов'язані із купівлею нового обладнання, придбанням нової технології та необхідністю залучення нових спеціалістів з відповідними навиками. Даний метод підходить тим підприємствам, які не є інвестиційно привабливими та не володіють довгостроковою кредитоспроможністю.

Радикальний метод фокусує увагу не стільки на виборі продукту, скільки на виявленні незадоволених потреб найбільш платоспроможних споживачів. Він зводиться до вибору найбільш ефективних, з фінансової точки зору, проектів.

Алгоритм використання радикального методу наступний [3, ст. 149]:

- проводиться аналіз різноманітних поєднань властивостей продукту, які важливі для споживачів незалежно від їх демографічних ознак, статусу у суспільстві, платоспроможності. Як результат, повинні бути виділені такі набори властивостей, які забезпечать реальних споживачів, які відкриють перед підприємством "непусті" сегменти ринку;
- серед виділених сегментів ринку, які як правило відрізняються невисоким рівнем конкуренції, вибирають ті, на яких сукупна платоспроможність є найбільшою і має тенденцію до зростання;
- виявляються специфічні незадоволені потреби найбільш перспективних груп споживачів;
- визначається, які продукти здатні задовольнити дані потреби;
- з числа цих продуктів, вибирають той продукт, освоєння якого вимагає від підприємства найменших капіталовкладень з найбільш коротким терміном окупності.

Використання радикального методу особливо характерне для підприємств малого і середнього бізнесу, хоча застосовувати його можуть також і великі підприємства, навіть ті, котрі потребують фінансової санації.

Вибір співвідношення вертикальної інтеграції та контрактації повинен ґрунтуватись на порівняння їх переваг та недоліків. Позитивною стороною збільшення частки власних робіт щодо освоєння продукту є незалежність від зовнішніх контрагентів, мінімізація контрактних ризиків, можливість зменшити собівартість продукту, оплачуючи лише власні витрати, а також ефективне використання власних потужностей. Недоліком завищеної вертикальної інтеграції є необхідність придбання чи створення технології власними силами, ймовірний невисокий рівень якості та ризик не окупності інвестицій. Делегуючи виконання окремих операцій підрядчикам, підприємство зберігає гнучкість щодо освоєння інших продуктів у майбутньому, необхідні менші початкові інвестиції. Проте, зростає ризик укладених контрактів, а також, в умовах росту інфляції, зростає ризик випередження процесу росту цін на ресурси порівняно з можливостями підприємства підтримувати необхідний обсяг продажів нового продукту.

Отже, стратегічний інноваційний маркетинг дозволяє підприємствам на основі власних технологій та комерційних ноу-хау, а також на основі освоєння нових технологічних процесів перемагати у конкурентній боротьбі, успішно брати участь у ціновій конкуренції без втрат прибутковості та динамічно розвиватись, випускаючи конкурентоспроможну продукцію.

1. *Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія. – К.: ДАКККіМ, 2006. – 160 с. 2. Череп А.В. Маркетинг як складова підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств АПК / А.В. Череп, Т.О. Веремейчик // [Електронний ресурс]: Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: збірник наукових праць: у 2-х вип. / ПДТУ. – Маріуполь, 2012. – Вип. 2, Т. 1. – С. 221-224. – Режим доступу: eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/4485/49.pdf?sequence=1. 3. Инновационный менеджмент / [Завлин П.Н., Казанцев А.К., Миндели Л.Э. и др.]; под ред. П.Н.Завлина, А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. – С-П.: Наука, 1997. – 559 с.*

Рогоза М.Є., Кузьменко О.К.
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

МОДЕЛЬ ТРАНСПОРТНОЇ МЕРЕЖІ СИСТЕМИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Враховуючи сучасний етап розвиту інтеграції торгівлі з іншими суб'єктами господарювання, основним завданням ССК є формування такої логістичної діяльності торговельних підприємств, при якій внутрішні логістичні операції були б максимально інтегровані не лише в торгово-технологічний процес підприємства, але і узгоджувалися б з усім ланцюгом постачань, на засадах організаційної, техніко-технологічної, інформаційної, економічної та методологічної єдності їх виконання.

Для формування системи обслуговування роздрібних торговельних підприємств на основі календаризації товаропостачання і оптимізації маршрутів доставки товарів, авторами сформовано задачу оптимізації транспортної мережі ССК. Оскільки, організація доставки дрібного вантажу у торговельні підприємства ССК великих або малих міст (областей, районів) із малонаселеними пунктами пов'язана з транспортною мережею, що об'єднує велику кількість споживачів і постачальників. Для таких мереж оптимізація процесу перевезень є складною й трудомісткою задачею. Тому, з метою більш ефективної організації перевезень, транспортну мережу пропонується розбити на райони й використати модифікований метод «гілок і границь» [1, с. 174-178] з елементами рішення задачі комівояжера.

Таким чином, пропонуємо розбити всю транспортну мережу ССК на R районів із мінімальною сумарною довжиною кільцевих маршрутів, з врахуванням наступних обмежень: довжина маршрутів кожного із районів повинна бути приблизно однаковою; формування району R: не залежить від територіального розміщення відповідного пункту N; можуть суттєво відрізнятися один від одного за розміром та кількістю замовлення товару.

Для розв'язання поставленої задачі пропонуємо наступний алгоритм;

Крок 1. Введення матриці відстаней D, розмірністю $N \times N$.

Крок 2. Формування зведеної матриці D'' за формулою:

$$d''_{ij} = d'_{ij} - \min_i d'_{ij}, \quad i, j = \overline{1, N}, \tag{1}$$

де d_{ij} ($d'_{ij} = d_{ij} - \min_j d_{ij}, \quad i, j = \overline{1, N}$ (2)) – відстань пункту i від пункту j, якщо пункти мають безпосередній транспортний зв'язок між собою ($i, j \in \{1, 2, ..., N\}, i \neq j$), або довжина мінімального маршруту з пункту i у пункт j – у протилежному випадку.

Крок 3. Обчислення характеристики середньої віддаленості $L_{cp.}(j)$ кожного пункту від інших пунктів транспортної мережі ($j = \overline{1, N}$) за формулою:

$$L_{cp.}(j) = \frac{1}{2(N-1)} \left(\sum_{\substack{i=1 \\ i \neq j}}^{N} d_{ij} - \sum_{\substack{i=1 \\ i \neq j}}^{N} d_{ji} \right), \quad j = \overline{1, N}, \tag{3}$$

Крок 4. Завдання: – номеру поточного району ($r := 1$); – множини пунктів, що не приєднані до жодного із районів ($J = \{1, 2, ..., N\}$) – множини пунктів, що належать до районів ($I_1 = I_2 = ... = I_r = \varnothing$); – параметру ($p$), що визначає відносну кількість пунктів, при умові якщо число пунктів в районі не перевищує величину (N / R, де R – множина районів транспортної мережі).

Крок 5. Завдання номеру пункту в поточному районі: $s := 1$.

Крок 6. Перевірка умови: якщо номер поточного району $r = 1$, то здійснюється перехід до наступного кроку. У протилежному випадку – до кроку 8.

Крок 7. Вибір першого елементу $j_{1,r}$ району r за критерієм (4) та перехід до кроку 9.

$$L_{cp.}(j_{1,1}) = \max_{j \in J} \{ L_{cp.}(j) \}, \tag{4}$$

де J – множина пунктів, що ще не були розподілені між районами, $J = \{1, 2, ..., N\}$.

Крок 8. Вибір першого елементу $j_{1,r}$ району r за критерієм (5).

$$L^{/}_{ср.}(j_{1,r}) = \max_{j \in J}\left\{L^{/}_{ср.}(j)\right\}, \tag{5}$$

Крок 9. Переміщення елементу $j_{1,r}$ з множини J у множину I_r.

Крок 10. Збільшення номеру чергового елемента району на одиницю: $s := s+1$.

Крок 11. Вибір елементу $j_{s,r}$ за критеріями (6):

$$E_j = \min\left\{\min_{i \in I_r} d^{//}_{ij}, \min_{i \in I_r} d^{//}_{ji}\right\}, \tag{6}$$

де I_r - множина пунктів, що приєднані до району r.

Крок 12. Переміщення обраного пункту $j_{s,r}$ з множини J у множину I_r.

Крок 13. Перевірка умови: якщо кількість елементів у районі $s < N/(2R)$, то здійснюється перехід до кроку 10.

Крок 14. Збільшення номеру району на одиницю: $r = r+1$.

Крок 15. Перевірка умови: якщо номер району $r \le R$, то виконати повернення до кроку 5.

Крок 16. Присвоєння номера району: r := 1.

Крок 17. Перевірка умови: якщо кількість пунктів у поточному районі не перевищує $[N/R]+Np$, то перехід до наступного кроку. У протилежному випадку перехід до кроку 22.

Крок 18. Обрання елементу $j_{s+1,r}$ за критерієм (7):

$$E^{/}_j = \min\left\{\begin{array}{l}\min\left\{d^{//}_{i1j} + d^{//}_{i2j} \middle| d^{//}_{i1j}, d^{//}_{i2j} \le d^{//}_{ij}, i, i1, i2 \in I_r, \right\}, \\ i \ne i1, i \ne i2 \\ \min\left\{d^{//}_{ji1} + d^{//}_{ji2} \middle| d^{//}_{ji1}, d^{//}_{ji2} \le d^{//}_{ji}, i, i1, i2 \in I_r, \right\} \\ i \ne i1, i \ne i2\end{array}\right\}, \text{ якщо } s+1 \in \left\{[qN/R]+1, [2qN/R]\right\}. \tag{7}$$

де S – множина ланок транспортної мережі; q – коефіцієнт, який підбирається експертом.

Крок 19. Визначення найближчого району r_k для обраного елемента $j_{s+1,r}$ за критерієм (8):

$$E^{//}_{r_t, j_m} = \min\left\{\begin{array}{l}\min\left\{d^{//}_{i1j_m} + d^{//}_{i2j_m} \middle| d^{//}_{i1j_m}, d^{//}_{i2j_m} \le d^{//}_{ij_m}, i \in I_r, i \ne i1, i \ne i2\right\}, \\ \min\left\{d^{//}_{j_m i1} + d^{//}_{j_m i2} \middle| d^{//}_{j_m i1}, d^{//}_{j_m i2} \le d^{//}_{j_m i}, i \in I_r, i \ne i1, i \ne i2\right\}\end{array}\right\}, \text{ якщо } s+1 \in \left\{[qN/R]+1, [2qN/R]\right\}. \tag{8}$$

Крок 20. Перевірка умови: якщо $r_k = r$, то перехід до наступного кроку. У протилежному випадку перехід до кроку 22.

Крок 21. Збільшення кількості пунктів у розглянутому районі r на одиницю: $s := s+1$. Переміщення обраного пункту з множини J у множину I_r.

Крок 22. Перевірка умови: якщо $r < R$, то перейти до наступного кроку, або – до кроку 24.

Крок 23. Збільшення номеру району на одиницю: $r = r+1$.

Крок 24. Присвоєння номера району: r := 1.

Крок 25. Перевірка умови: якщо множина J не порожня ($J \ne \varnothing$), то перехід до кроку 17.

Крок 26. Виведення наступних даних: списки пунктів доставки, що рекомендується віднести до кожного з районів; довжини маршрутів для кожного отриманого району; сумарної довжини маршрутів.

Таким чином, сформовано оптимізаційну логістичну модель ССК, дозволяє на основі запропонованого алгоритму оптимізації транспортної мережі ССК виконувати пошук оптимальної транспортної мережі системи споживчої кооперації.

1. Самойленко М.І. Інформаційні технології в розв'язанні транспортних задач: монографія. / М. І. Самойленко, А.О. Кобець; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. – 256 с.

Савіна Н.Б.
Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

КВАНТИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ ЗБУРЕНЬ МІЖ УЧАСНИКАМИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В ЛОГІСТИЧНІЙ СИСТЕМІ

Традиційно середовище функціонування будь-якої логістичної системи (підприємства, регіональної, національної, понаднаціональної) може бути представлена внутрішньою та зовнішньою його складовою. У випадку ідентифікації та візуалізації структури логістичної системи, взаємодії між учасниками інноваційного процесу між лінійними та вузловими об'єктами, на певний момент часу стає можливою параметризація внутрішнього середовища логістичної системи (інтер-середовища), а відтак і організація її функціонування з допомогою економіко-математичних моделей. Очевидно, що наявність таких моделей дозволяє зімітувати реакційну здатність системи на внутрішні зміни, можливі відхилення проектованих параметрів (показників) та ефективність відповідних регулюючих інструментів.

Набагато складніше здійснити ідентифікацію зовнішнього середовища учасників інноваційного процесу логістичної системи країни, яке за аналогією із маркетинговим середовищем доцільно подати у вигляді дальнього – макросередовища (чинники демографічного, економічного, природнього, науково-технічного, політичного, соціального, культурного тощо оточення) та ближчого – мікросередовище (чинники взаємовідносин із постачальниками, клієнтами, посередниками, конкурентами та контактніми аудиторіями). Якщо до чинників макросередовища можна лише ацептування (приклад судьби продовження нафтопроводу "Одеса-Броди" на терені Польщі – політичний чинник: РФ – всіма засобами прагне реверсного режиму, але за відсутності джерел фінансування не вважає це своїм пріоритетом; ЄС – з мотивів диверсифікації джерел енергоресурсів включає проект добудови на терені РП у перелік пріоритетним для створення енергійної інфраструктури, та чинники мікросередовища можна не тільки враховувати, передбачати, але і впливати на них шляхом регулювання взаємовідносин. У будь-якому випадку, якісний (позитивний чи негативний) вплив чинників зовнішнього середовища мусить бути трансформований у кількісні виміри, тобто необхідно здійснити квантифікацію генерованих цими чинниками збурень, які своєю чергою викликають кількісні відхилення моніторованих параметрів (показників). Оскільки чинники середовища переважно є слабоструктурованими, часто опосередкованої дії, то з наукової точки зору є проблема відповідної кваліфікації тих чи інших збурень. З цією метою запропоновано поглибити класифікаційні ознаки збурень та детермінувати статус публічної інформації у процесі кваліфікації збурень.

Функціонування економічних і, зокрема, інвестиційних систем супроводжується зміною їх стану як у просторі, так і у часі. Причинами, що спонукають такі зміни, є зміна факторів (чинників), що зумовлюють закономірності функціонування об’єктів або систем інвестування. Зміни чинників зовнішнього і внутрішнього середовищ, що приводять до істотної зміни стану об’єкта, визначено як збурення. Враховуючи, що вказані істотні зміни об’єкта можуть мати як позитивне, так і негативне значення, то для уникнення різного тлумачення цих змін збурення, що викликають негативні зміни, віднесено до ризиків, а збурення з позитивним впливом віднесено до регулюючих, або управлінських дій. Тому у цьому розділі розглядатимемо лише збурення, що викликають ризики.

На учасників інноваційного процесу логістичної системи впливають різноманітні збурення джерелами яких стає внутрішнє та зовнішнє середовище такої системи. Внутрішнє середовище будь якої логістичної системи, не дивлячись на її особливості, можна описати через сукупність процесів, обумовлених взаємодією виробничо-технологічної, фінансової, економічної, соціальної, екологічної та управлінської складових. Внутрішніми джерелами факторів збурення можуть бути не тільки ті, що стосуються структурних елементів логістичної системи (збої і помилки в їх процесах, застаріле обладнання тощо), але і процеси взаємодії структурних елементів логістичної системи. При проектуванні і розвитку логістичних систем для кожного конкретного елемента має бути складений свій індивідуальний список факторів збурення. При ідентифікації факторів збурення важливо правильно враховувати зв'язки, в тому числі і ієрархічні, між джерелами збурень.

Інше глобальне джерело збурень - зовнішнє середовище логістичної системи. Зовнішнє середовище логістичної системи має іншу ніж внутрішнє структуру, оскільки включає в себе і директивне середовище

і середовище економічної взаємодії і т.д. Зовнішні джерела факторів збурення можна умовно поділити на дві групи, як і середовище – макро та мікро. Перша - обумовлена змінами макроекономічного масштабу. Друга – обумовлена взаємодією логістичних систем з іншими суб'єктами господарювання: постачальниками, споживачами продукції, банківськими установами, ринком, девелоперами та іншими контрагентами. До джерел зовнішніх збурень можна віднести макроекономічне і політичне середовище; галузеве середовище, що через наявність конкурентів вимагає нових управлінських рішень; економічне середовище, що обумовлено платоспроможністю контрагентів, доступністю джерел інвестування; соціальне середовище, що враховує потреби споживачів; техногенне середовище, пов’язане з нестабільністю комунікацій; природне середовище, що може призводити до різного роду руйнувань.

При проектуванні та розвитку логістичних систем перелік джерел внутрішніх та зовнішніх збурень повинен періодично переглядатися, оскільки і внутрішнє, і зовнішнє середовище піддається значним змінам. Періодичність такого перегляду визначається на підставі результатів моніторингу стану зовнішнього і внутрішнього середовища логістичної системи.

Саме ідентифіковані збурення слугують основою для формування ризикової експозиції, під якою розуміється елемент логістичної системи, втрата або збої у функціонуванні якого призведуть до відчутних втрат всієї системи за умови настання ризик-події. Такими елементами логістичної системи можуть бути об’єкти вузлової інфраструктури, лінійної інфраструктури, основні засоби, персонал, бізнес-процеси тощо, тобто те, що представляє для логістичної системи певну цінність і підпадає під вплив факторів збурення. Негативний вплив ризик-подій відбивається на показниках діяльності логістичної системи та її складових. Саме ці показники виступають в якості індикаторів стану ризикових експозицій.

Перелік базових ризикових експозицій логістичної системи можна представити у вигляді ієрархічної структури:

рівня логістичної системи в цілому: матеріальні і нематеріальні об'єкти, які можуть бути повністю або частково втрачені в результаті настання таких ризик-подій як криза світової або національної фінансово-кредитної системи, поява більш структурованих та потужних логістичних систем, втрата ключового персоналу, зниження впливу логістичної системи в національній або регіональному значенні, настання надзвичайних подій тощо;

рівня функціональних елементів логістичної системи (транспортної, логістичних центрів, інформаційної) а саме, сукупність ресурсів і процесів та результати цих процесів, що здійснюються в функціональних елементах;

рівня складових функціональних елементів, які забезпечують їх функціонування (об'єкти лінійної та вузлової інфраструктури);

нових проектів логістичної системи та її об'єктів (інвестиційних, організаційних та ін), які в залежності від масштабу проекту можуть мати різний рівень значущості.

Слід зауважити, що сума ризикових експозицій функціональних елементів не тотожна ризиковій експозиції логістичної системи в цілому, оскільки при переході з одного рівня на інший експозиції набувають нових властивостей або позбавляються деяких з них в результаті складної взаємодії. Саме зазначені моменти актуалізують дослідження факторів збурення як причини виникнення ризик-події, яка призводить до ризик-наслідків і вимагає формулювання засад, які б забезпечили компенсацію негативного впливу таких ризик-наслідків в об’єктах логістики.

Для нейтралізації негативного впливу факторів збурення доцільно оцінювати значущість такого впливу на стадії проектування на показники ефективності інвестування. При цьому важливо дотримуватись основних принципів, що застосовуються до будь-яких типів проектів, незалежно від їх технічних, фінансових, галузевих чи регіональних особливостей.

Семін І.Є., Телішевська Х.О.
Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

Питання формування інноваційної стратегії набувають особливої актуальності для вітчизняних підприємств, так як сьогодні інноваційна діяльність є однією із стратегічних визначальних складових науково-технічного прогресу і відповідно – економічного зростання. Процес розробки інноваційної стратегії є найважливішою складовою частиною загальної системи стратегічного управління підприємством, визначальними складовими якого є: формування загальних стратегічних цілей розвитку підприємства, розробка система ділових і функціональних стратегій в розрізі його конкретних видів діяльності підприємства.

Поняття "стратегія" у сучасному розумінні – це довгостроковий курс розвитку фірми, спосіб досягнення цілей, який вона визначає для себе, керуючись власними міркуваннями в межах своєї політики. Стратегію інноваційного розвитку підприємства можна визначити як сукупність дій і методів управління інноваційною діяльністю, що забезпечують конкурентні переваги на інноваційній основі [2,ст.59]. Інноваційна стратегія націлена на формування глобальних змін в економічній ситуації та пошуку масштабних рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток підприємства. Метою даної стратегії є забезпечення не стільки поточного успіху, скільки прискореного постійного розвитку організації в умовах конкуренції, лідерства на ринку. Співставляючи інноваційні стратегії підприємства з класичними еталонними стратегіями,можна визначити їх кореляцію зі:

1) стратегією розвитку продукту (група стратегій концентрованого росту); за цією стратегією підприємство розвивається в традиційній для себе галузі;

2) стратегією диверсифікації. Підприємство розширює свою діяльність і в інших галузевих напрямках,більш перспективних та доходних.

Однак,відмінною ознакою для інноваційної стратегії є її новизна, передусім,для даної організації, для галузі ринку, споживачів, країни в цілому.

Формуючи стратегію інноваційного розвитку, сучасне підприємство використовує комплексний підхід на основі двох складових[1,с.56]:

- ринкової складової, яка передбачає всебічний аналіз зовнішнього середовища підприємства та врахування макрофакторів; за орієнтації на ринок, підприємство чітко націлене на ринки збуту своєї продукції та пошук нових комерційно привабливих сегментів ринку;

- ресурсної складової, яка головний фактор успіху вбачає в ефективному використанні ресурсів підприємства і передбачає оцінку його сильних та слабких внутрішніх сторін. Ефективне поєднання інтелектуальних і матеріальних ресурсів дозволяє зберегти чи розвинути конкурентні переваги на цільових ринках, а відповідно впливає на результативність господарської та фінансової діяльності. Ринкова складова орієнтує підприємство на розробку нових продуктових інновацій,тоді як ресурсна складова орієнтує підприємство на пошук нових технологій виробництва та пошук альтернативних джерел сировини,матеріалів та енергії. Ефективним є їх раціональне поєднання, яке забезпечить підприємству інноваційний шлях розвитку.

Отже, інноваційна стратегія – важлива складова у системі стратегічного управління підприємством, що сприяє досягненню конкурентних переваг, формуванню позитивного іміджу серед споживачів, зайняття підприємством лідируючих позицій на ринку.

Семіноженко В.П. Структурна революція в економіці як категоричний імператив сучасної політики України/ В.П.Семиноженко // Інновації: проблеми науки та практики: монографія.-Х.: ІНЖЕК, 2006.-336 с. Чухрай Н. І. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / Н.І. Чухрай, Р.О. Патора. – К.: Кондор, 2006. – 397 с.

Сергатюк А.А.
Національний університет "Львівська політехніка"

ОСОБЛИВОСТІ ОНОВЛЕННЯ ПАРКУ УСТАТКУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сучасна система функціонування економіки України висуває особливі вимоги до виробничо-господарської діяльності промислових підприємств. Українським товаровиробникам в своїй діяльності доводиться враховувати і зниження внутрішнього платоспроможного попиту населення країни, і утруднення збуту традиційної продукції через напружені взаємовідносини з Росією, і суттєве підвищення цін на енергоносії внаслідок падіння курсу гривні. В цих умовах одним з основних факторів для успішного підвищення ефективності виробництва продукції є правильне вирішення проблеми оновлення парку устаткування промислових підприємств.

Устаткування дуже багатьох промислових підприємств України є фізично зношеним, а їх виробничі технології – морально застарілими. Наслідком цього є неконкурентоспроможність більшості видів української промислової продукції на зовнішніх ринках збуту, що зумовлено як їх недостатньо високою якістю, так і надмірним рівнем витрат на виробництво. Застарілі технології призводять до високої матеріало- та енергомісткості виробництва, а зношене обладнання не дозволяє впроваджувати та швидко освоювати виробництво принципово нової продукції. Своєчасно і належним чином проведене оновлення парку устаткування промислових підприємств дозволяє знизити собівартість діючого виробництва і підвищити якість випущеної продукції.

Оскільки оновлення устаткування є доволі капіталомістким заходом, то для його успішної реалізації потрібно враховувати цілий ряд факторів. Серед них доцільно згадати наступні:

1) коли і в якому обсязі потрібно здійнювати оновлення устаткування – яке обладнання замінювати, а яке просто капітально ремонтувати тощо;

2) за рахунок яких джерел буде проводитися оновлення і яким може бути їх оптимальне співвідношення;

3) за рахунок чого і в які терміни можна буде повернути затрачені на реалізацію даного заходу грошові кошти.

Перший з названих факторів передбачає попередню всебічну оцінку наявного виробничого потенціалу досліджуваного підприємства в цілому і кожного виду обладнання зокрема. Необхідно буде визначати яке обладнання ще дозволяє виконувати поточну та перспективну виробничу програму підприємства, а яке – вже ні; що потрібно зробити з невідповідним обладнанням (капітально відремонтувати, модернізувати, просто замінити аналогічним, оновити шляхом заміни новим, більш продуктивним або менш енергомістким); треба буде оцінити можливі терміни проведення оновлення.

При визначенні джерел можливого фінансування оновлення чи не найскладнішим моментом буде встановлення їх оптимального співвідношення. При цьому слід враховувати, що, по суті, таких джерел є усього два: 1) зовнішні запозичення і 2) внутрішні ресурси підприємства. Зовнішні запозичення для підприємств можливі, переважно, лише у вигляді банківських кредитів, а за умови відносно високих банківських ставок за кредитування (від 40% річних і вище) це джерело фінансування стає практично недоступним через його невигідність і суттєву затратність.

Внутрішні ресурси підприємства передбачають лише можливість використання нерозподіленого прибутку та амортизаційних відрахувань, але розмір цих засобів є, як правило, обмеженим і не завжди дозволяє здійснити оновлення в повній мірі.

Третій фактор, який доцільно оцінювати при проведенні оновлення устаткування передбачає наявність прогнозних оцінок можливого обсягу витрат на виробництво, цін реалізації різних видів продукції підприємства, а також їх відповідності поточному і перспективному платоспроможному попиту можливих споживачів.

Тільки правильна та усебічна оцінка усіх вищеназваних факторів і їх узгодження з поточними та перспективними напрямами діяльності підприємства забезпечить успішність проведення оновлення устаткування і дозволить досягнути бажаного для виробника результату.

Сиротинська Н.М.
Національний університет «Львівська політехніка»

ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ НА ІННОВАЦІЮ

Впровадження інновацій на підприємстві є запорукою виживання в конкурентному середовищі. Однак не завжди інновації мають успіх на ринку. Тому дуже важливо при прийнятті рішення про реалізацію конкретного інноваційного проекту попередньо оцінити та спрогнозувати попит на інновацію.

Прогнозування попиту на інновацію здійснюється за допомогою визначення ймовірних споживачів продукції, виокремлення тих спонукальних мотивів, які можуть призвести до придбання новинок. В залежності від мети маркетингових досліджень, способів одержання інформації та техніки їх проведення розрізняють такі види маркетингових досліджень інноваційного попиту на продукцію промислових підприємств: кабінетні; польові; пілотні; панельні (дискусійні); метод фокус-груп; ділові контакти.

Кабінетні маркетингові дослідження проводяться в не виходячи із кабінету, полягають у зборі інформації завдяки проведенню опитувань і спостережень за станом ринку шляхом економічного аналізування офіційних друкованих видань, баз даних державних органів та галузевих підприємств, матеріалі засобів масової інформації. Метою даних досліджень є визначення стану ринку, оцінювання конкурентів, аналізування ризиків інноваційної діяльності, дослідження перспектив інновацій. Перевагами кабінетних досліджень є змога здійснити їх у стислі терміни та невисока їх вартість. Основним недоліком кабінетних досліджень є можливе викривлення даних через нестачу інформації або її застарілість.

Польові дослідження базуються на використанні первинної інформації, що дозволяє отримати масиви даних, які не можна одержати в кабінетних умовах. При проведенні польових досліджень підприємство використовує такі методи як опитування, експеримент, спостереження. Перевагою польових досліджень є високий рівень достовірності та актуальності отриманої інформації.

Пілотні дослідження полягають у безпосередньому виході на ринок з незначною партією інноваційного товару, щоб отримати інформацію про поведінку споживачів, їх відношення до даного виду продукції, перш, ніж запускати повномасштабне виробництво інновацій.

Панельні (дискусійні) дослідження передбачають регулярне спілкування з одним і тим же сегментом покупців, на який саме і орієнтується підприємство при плануванні новинки. Панельні дослідження ґрунтуються на використанні первинної інформації, постійне уточнення якої дозволяє підприємству слідкувати за динамікою зміни потреб покупців, їх побажань, можливості та готовності заплатити за інновацію.

Метод фокус-груп полягає у опитування певної групи споживачів у кількості від шести до дванадцяти осіб, респонденти спілкуються між собою самостійно, а інтерв'юер-модератор тільки направляє їх у потрібне русло. Цей метод дозволяє зібрати вторинну інформацію, не витрачаючи на цей процес ні надто багато коштів, ні зусиль. Недоліком цього методу є викривлення результатів через невелику вибірку респондентів та неякісний їх підбір.

Ділові контакти ґрунтуються на збиранні вторинної інформації шляхом спілкування з іншими економічними суб'єктами, яке може відбуватися під час ярмарків, виставок, презентацій тощо. Недоліком цього методу є можливість отримання недостовірної інформації.

При проведенні маркетингових досліджень підприємство може скористатися допомогою спеціалізованих фірм або ж здійснювати їх власними силами. Завдяки старанно проведеним маркетинговим дослідженням підприємство здатне створити такий інноваційний товар, який задовольнятиме вимогам перебірливих споживачів та користуватиметься попитом на ринку.

Для того щоб інноваційний товар був конкурентоспроможним він повинен в більшій мірі, ніж товари аналоги інших підприємств, відповідати умовам ринку, побажанням споживачів щодо технічних, економічних характеристик, дизайну, способів реалізації.

Скворцов І.Б., Завербна М.С., Анісімова М.В., Швед Л.Р.
Національний університет "Львівська політехніка"

ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ ЧИННИКА ЧАСУ В ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Тепер в економічній теорії, а відповідно і в економічній практиці, склалась така парадоксальна ситуація, що реальне врахування чинника часу практично не спостерігається. Як приклад можна назвати амортизаційний процес і розрахунок норм амортизації, розрахунок ефективності інвестиційних та інноваційних проектів, обґрунтування розподілу витрат за окремими плановими періодами тощо. У значної кількості економістів склалась помилкова думка, що "врахування чинника часу – це застосування дисконтування грошових потоків". Вони не розуміють, що це тільки один із методів, і то не прямий, оскільки в ньому відбулись відповідні деформації.

Недосконаліть економічного вимірювання часу полягає ще й в тому, що більшість календарних планових періодів – місяць, квартал, рік, які й до тепер використовуються як вимірник часу, – фактично такими не являються, оскільки вони мають різну тривалість. А для теоретично обґрунтованого вимірювання часу треба застосовувати сталий показник. У цьому плані тільки "годину", "тиждень" і "день (зміну)" дійсно можна використовувати як вимірник часу, оскільки їх тривалість є сталою. На жаль, більшість економістів цей факт не беруть до уваги, внаслідок цього утворюються значні похибки, які суттєво впливають на показники діяльності підприємства, а в кінцевому результаті і на макроекономічні показники.

Основні проблеми використання чинника часу в економічних дослідженнях найбільше виникають у таких економічних явищах і процесах:

- обґрунтуваннях ефективності інвестиційних та інноваційних проектів;
- моделюванні економічних процесів (функцій інвестиційного та амортизаційного циклів тощо), моделі розвитку виробничого процесу (операційний важіль, мультиплікатор Кейнса тощо);
- плануванні відтворення основних засобів;
- плануванні і розподілу умовно-постійних витрат.

Методика дисконтування – приведення грошових потоків до відповідного моменту, яка є основним елементом при розрахунку ефективності інвестиційних та інноваційних проектів (методика ЧТВ, внутрішньої норми доходності тощо) – має такий методологічний недолік, що у такому разі фактично порівнюються дві форми руху вартості: рухи банківського і виробничого капіталів, які за своєю сутністю принципово відрізняються, хоча за формою (числовим значенням) їх в окремих випадках можна порівнювати, що в більшості методик і пропонується. Окрім того, на початкових етапах застосування, ця методика відіграла важливу роль у розвитку моделювання економічних процесів. Це зумовлено тим, що вона практично є єдиним метод класичної економіки, що дає змогу порівнювати "потоки вартості" (грошові потоки доходів і витрат) із "запасом" (вкладеними інвестиціями).

Однак для неї притаманні такі методичні недоліки: по-перше, відсутність теоретичного обґрунтування числового значення коефіцієнта дисконтування; по-друге, не існує методу розрахунку, протягом якого терміну необхідно здійснювати приведення; і, по-третє, в цій методиці приймається, що прибуток, який отримуватимуть в майбутньому, є відомою величиною [1, с. 10].

Твердження, що коефіцієнт дисконтування можна приймати відповідно до банківського процента, ставить додаткові питання. По-перше, які проценти враховувати – короткотермінової позики чи довготермінової, тим більше, що в різних банках вони різні; по-друге, відповідно до простих чи складних процентів. Але існують і принципове заперечення – навіщо для дослідження руху виробничої вартості застосовувати рух позикової вартості, тим більше, що вони мають різну форму руху і причини утворення. Тому в [1] цей показник пропонують визначати безпосередньо із показників того інвестиційного проекту, для якого виконується дослідження без урахування ендогенного чинника – банківського процента.

У методиці чистої теперішньої вартості немає теоретичного обґрунтування, протягом якого періоду необхідно здійснювати приведення. Тобто такий важливий показник залежить від суб'єктивних чинників – думки того чи іншого дослідника. У [1] тривалість періоду, протягом якого необхідно розглядати інвестиційний проект, обґрунтовується теоретично на підставі фактичних значень показників і структури основних засобів розглянутого проекту.

Розраховуючи величину прибутку, який отримують в окремі планові періоди, в методиці чистої теперішньої вартості застосовують спрощений прийом – прибуток визначають як різницю двох грошових потоків надходжень і витрат. Для короткотривалого періоду (до 5 років) такий метод розрахунку не дає значних похибок. Однак коли тривалість реалізації інвестиційного проекту охоплює 10 і більше років, то у такому разі необхідно враховувати у складі витрат виробництва величину зношеності основних фондів, оскільки без цього утворюватиметься хибний результат. Але тут виникають додаткові труднощі, оскільки в бухгалтерському обліку такого розподілу витрат просто не існує. За класифікаційною ознакою ми їх відносимо до "часових витрат", а за групою їх називаємо "початкові витрати" і "витрати часу". Характеристика цих витрат така: "початкові витрати" фактично збігаються з поняттям "нормативні витрати", оскільки це ті витрати, які мають спостерігатися на нових основних засобах (новому підприємстві); "витрати часу" відповідають "видаткам виробництва" – це додаткові витрати, які виникають під час виробництва і спрямовуються на компенсацію зношуваності основних фондів [2, с. 151]. Вміння визначати ці витрати значно покращує правильність прогнозування значень прибутку, а відповідно і розрахунок ефективності інвестиційного чи інноваційного проекту.

Виділення із загальної суми витрат "видатків виробництва" дає змогу вирішувати і більш складні методологічні питання. Передусім це стосується моделювання функцій "інвестиційного та амортизаційного циклів". Дослідження функцій інвестиційного циклу дало змогу встановити умови розвитку НТП за Хіксом, Харродом і Солоу не для макрорівня (національної економіки), як традиційно виконується в макроекономіці, а для окремих підприємств [1].

Парадоксальною склалась ситуація, яка стосується такого вже традиційного показника як "умовно-постійні витрати". Перший парадокс полягає в тому, що в більшості економічних публікацій не існує визначенню цих витрат. Твердження, що ці витрати не залежать від обсягу виготовленої продукції не є визначенням (це одна із властивостей), оскільки визначення має стверджувати від чого вони залежать. Тому наше визначення таке: умовно-постійні витрати – це такі, що не залежать від обсягів виготовленої продукції, а залежать від часу [1, с. 243].

Нерозуміння цих витрат призводить до накопичення інших помилок, які негативно впливають не тільки на розвиток економічної теорії, але й на реальне планування діяльності підприємств. Це стосується таких, здавалось би, "буденних" питань: чому у нас основним вимірником оплати праці є місячна зарплата, про яку в цілому світі вже давно забули і не розуміють? І таких питань можна задавати багато. А виконане нами дослідження показує, що основна причина цього є неправильне розуміння, а відповідно і планування, умовно-постійних витрат.

Ми розглядали такий приклад. Припустимо, що існує підприємство з масовим (конвеєрним) типом виготовлення продукції. Внаслідок цього денна (змінна) продуктивність в нього є сталою. Треба визначити величину прибутку і прибутковість виробництва та продукції за окремі місяці.

Виконані розрахунки показали, якщо умовно-постійні витрати розподіляти за існуючими правилами П(С)БО (зарплату погодинників, амортизаційні відрахування тощо), то величина прибутку і особливо прибутковості (рентабельності) за окремі місяці змінюватиметься майже в п'ять разів. Це пояснюється тим, що обсяги виробництва будуть змінюватись, оскільки окремі місяці мають різну кількість робочих днів. Окрім того, внаслідок дії операційного важеля величина прибутку буде відхилятись ще більше, що є нелогічним і неправильним при сталій продуктивності. Ці помилки зникають, якщо розподіляти ці витрати за запропонованою нами методикою.

1. Скворцов І.Б. Ефективність інвестиційного процесу: методологія, методи і практика: моногр./ І.Б. Скворцов. – Львів: Видавництво НУ "Львівська політехніка", 2003. – 312 с. 2. Скворцов І.Б. Парадокси, догми і реальність економічної теорії: мікроекономіка для економістів: моногр./ І.Б. Скворцов – Львів: Видавництво НУ "Львівська політехніка", 2007. – 340 с.

Том'юк О.Я.
Національний університет «Львівська політехніка»

КЛАСИФІКАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ВІДПОВІДНО ДО РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АВТОМОБІЛЕБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Дослідження у сфері стратегічного маркетингового управління полягають у розробці нових та класифікації існуючих стратегій натомість автомобілебудівні підприємства потребують ефективних схем, що спростили б процес вибору маркетингової стратегії, як інструменту управління, відповідно до актуального ринкового середовища, ресурсного забезпечення та інноваційного потенціалу автомобілебудівного підприємства.

Радикальна перебудова стратегічної діяльності автомобілебудівного підприємства заради підвищення конкурентоспроможності його продукції передбачає залучення інвестицій як матеріальних так і нематеріальних. У зв'язку з цим, підприємство має бути готовим до таких змін. Цьому передує ряд факторів до яких слід віднести: - готовність персоналу; - технологічну оснащеність обладнання; - наявність фінансових ресурсів на НДДКР; - ефективна маркетингова служба підприємства; - доступність до новітніх технічних ресурсів; - законодавча база; - лоббі та інші. Всі вищезгадані фактори можна згрупувати за рівнем складності їх отримання: 1. Наявні; 2. Потенційні; 3. Перспективні.

Аналіз актуальних розробок даної тематики дав підстави згрупувати і виділити основні категорії готовності підприємства до інновацій. У таблиці 1 наведено основні категорії підприємств відповідно до рівня їх готовності до втілення інновації, найбільш ефективні для кожного рівня маркетингові стратегії та показники, що допоможуть визначити приналежність об'єкту аналізу до конкретної категорії.

Таблиця 1

Категорії підприємств відповідно до рівня інноваційного потенціалу підприємства.

Рівень інноваційного потенціалу підприємства	Рівень забезпеченості ресурсами	Види маркетингових стратегій	Показники виміру інноваційного потенціалу
Низький рівень інноваційного потенціалу	**Фінансові:** власні засоби, довгострокові кредити та позики **Кадрові:** власні **Технологічні**: застарілі проекти і макети **Виробничо-технічні:** застосування обладнання **Маркетингові:** відсутність підрозділу або неправильне його використання	**Корпоративний рівень:** стратегія виживання + стратегія стабілізації **Бізнес рівень:** стратегія на стадії спаду ЖЦТ, стратегія послідовника, стратегія захисту, стратегія цінового лідерства	**Кадрова складова:** Коефіцієнт навчання персоналу (Персонал, що пройшов навчання/ Всі працівники); Коефіцієнт винахідності (Кількість винаходів /Весь асортимент); Рівень освіченості персоналу (Кількість працівників з дипломом про освіту/Всі працівники); Коефіцієнт плинності кадрів (Звільнені працівники/Всі працівники); Коефіцієнт наукового забезпечення працівників (Кількість працівників КБ/Всі працівники) **Фінансова складова:** Обсяг кред. засобів Обсяг власних коштів Коефіцієнт капіталізації Дебіторська заборгованість Співвідношення основних та оборотних коштів Коефіцієнт оборотності коштів, тощо **Технологічні:**
Середній рівень інноваційного потенціалу	**Фінансові:** власні + довгострокові кредити **Кадрові:** власні + аутсорсинг **Технологічні:** власні + запозичені розробки **Виробничо-технічні:** $К_{онов.} \geq 0.5$ **Маркетингові:** проведення маркетингових досліджень. + часткова участь у процесі створення продукції	**Корпоративний рівень:** стратегія стабілізації **Бізнес рівень:** стратегія на стадії зрілості ЖЦТ, стратегія послідовника, стратегія челенджера, стратегія захисту, стратегія цінового лідерства, стратегія диференціації	
Високий рівень інноваційного потенціалу	**Фінансові:** власні кошти + певна кількість довгострокових кредитних коштів	**Корпоративний рівень:** стратегія росту **Бізнес рівень:** стратегії на стадії впровадження	

	Кадрові: власні + партнерські зв'язки **Технологічні:** власні ноу-хау та ліцензії із залученням суміжних галузей **Виробничо-технічні:** $К_{онов.} \geq 0.9$ **Маркетингові:** забезпечення повного циклу маркетингових послуг	ЖЦТ + стратегії на стадії зростання ЖЦТ, стратегії ринкового лідера, стратегія ринкового нішера, стратегія наступу, стратегія диференціації	Витрати НДДКР / Загальний обсяг витрат Витрати на запозичені інновації Трансфер технологій. **Виробничо-технічні:** Коефіцієнт оновлення Коефіцієнт зношення Амортизація Витрати на ремонт Продуктивність Рівень автоматизації

Джерело: власні розробки на основі [1; 2; 3; 4]

Відповідно до кожної категорії рівня інноваційного потенціалу підприємства можна виділити види маркетингових стратегій, що будуть найбільш ефективними для підприємства. Важливо зазначити, що запропонована відповідність категорій та стратегій розглядається, як інструмент стратегічного маркетингового управління підприємства. У табл. 1 не наведено варіанти стратегій функціонального рівня, адже кожне автомобілебудівне підприємство характеризується різними умовами діяльності, організаційної структури, можливостей менеджменту тощо.

Важливо зазначити, що вчені виділяють різні структурні елементи інноваційного потенціалу підприємства, проте у процесі дослідження готовності автомобілебудівного підприємства до запуску інноваційної продукції виділяють складові: фінансову, кадрову, технологічну, виробничо-технічну, та маркетингову. Без сумніву дану класифікацію можна розширити на дрібні елементи, але це потребує окремого масштабного дослідження, що не передбачено цілями даного дослідження.

Серед українських автомобілебудівних підприємств до категорії із середнім і високим рівнем інноваційного потенціалу потрапляють лише 3 автомобілебудівні підприємства, які займаються складанням легкових авто: завод Єврокар (автомобілі Skoda), ZAZ (Запорізький Автомобілебудівний завод) і Черкаський автомобільний завод Богдан.

У процесі аналізу конкурентного середовища підприємства автомобілебудівної галузі України необхідно враховувати і специфіку законодавчої складової, яка останнім часом стає особливо актуальною. Проте роль законодавства у автомобілебудівній галузі має два аспекти впливу: 1. Регулятивна функція самих автомобілебудівних підприємств та експортно-імпортної політики; 2. Вплив на купівельну спроможність покупців на ринку, що пояснюється високою вартістю продукції автомобілебудівних підприємств, яка відносить автомобіль до категорії товарів попереднього довготривалого вибору. Одним із найважливіших елементів стратегічного аналізу є аналіз конкурентного середовища. Специфіка галузі обумовлює доцільність аналізу конкурентів шляхом виділення конкурентних груп.

У подальших дослідженнях необхідно розробити механізм втілення маркетингової стратегії конкретного автомобілебудівного підприємства України та запропонувати підходи щодо визначення її ефективності.

Маслак О.І. Система показників оцінки інноваційного потенціалу промислового підприємства / О.І. Маслак, Л.А. Квятківська. – Ефективна економіка. - 2010. 2. Шипуліна Ю.С. Критерії та методика діагностика інноваційного потенціалу промислового підприємства. – механізм регулювання економіки. – 2008. - N3, T1. - С.58-63. 3. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг: підручник / Н.В. Куденко. – К.: КНЕУ. - 2012. - С. 24-26. 4. Сливотски А. Миграция ценности. Издательство Манн, Фербер, Иванов. - Москва. - 2006.

Фалович В.А.
Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя

РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ У ФОРМУВАННІ ЛАНЦЮГА ВАРТОСТІ

Сьогодні оптимізація витрат ланцюга поставок є пріоритетною в роботі більшості підприємств, що уможливлюється умовою ефективності його кожної ланки. Якщо у підприємства поряд з прибутковими стратегічними одиницями бізнесу (СОБ) є збиткові, або підприємство має високий рівень диверсифікації сфер діяльності, то виникає проблема відчуження (аутсорсинг, продаж, оренда) тих видів діяльності, які не стосуються ланцюга поставок. Логістична концепція реструктуризації промислового підприємства, насамперед, направлена на формування ефективного ланцюга поставок, де пріоритетним є додавання вартості клієнту кожною його ланкою.

З метою забезпечення конкурентоспроможності підприємства, оптимізації витрат від нього вимагається швидке реагування на потреби ринку. Загальна стратегія підприємства визначає напрямок його діяльності і передбачає реалізацію таких завдань:

а) вибір головного напрямку діяльності підприємства і основних СОБ;

б) встановлення ролі кожної СОБ у реалізації корпоративної стратегії;

в) визначення обсягу інвестицій для діяльності кожної СОБ.

У літературних джерелах, присвячених дослідженню реструктуризації підприємств, часто реструктуризацію пов’язують з менеджментом змін на підприємстві, розглядають як засіб подолання або запобігання кризи в його розвитку, що сьогодні особливо є актуальним. Реструктуризація як ринковий інструментарій підвищення ефективності підприємства, особливо в умовах, які швидко змінюються, передбачає реалізацію організаційно-господарських, фінансово-економічних, правових, технічних заходів.

Виділяють різні види реструктуризації: виробництва, активів, фінансова реструктуризація; корпоративна реструктуризація (реорганізація). Реструктуризація виробництва передбачає внесення змін до організаційної та у виробничо-господарської сфер підприємства, що повинно сприяти підвищенню рентабельності виробництва і продажу, конкурентоспроможності підприємства. До цих заходів слід віднести: впровадження нових методів управління; зменшення витрат на виробництво, оптимізація чисельності зайнятих працівників на підприємстві; покращення якості продукції і вибір оптимальної ширини асортиментної лінії продукції; відмова від виробництва нерентабельної продукції. Реструктуризація активів передбачає продаж певної частини основних фондів, зайвого обладнання, запасів сировини та матеріалів, продаж окремих підрозділів підприємства, зворотний лізинг, реалізацію окремих видів фінансових вкладень, рефінансування дебіторської заборгованості. Фінансова реструктуризація пов'язана зі зміною структури й величини власного та позичкового капіталу, а також зі змінами в інвестиційній діяльності підприємства.

Найскладнішим видом реструктуризації є корпоративна реструктуризація. Остання передбачає реорганізацію підприємства таким чином, що змінюється власник статутного фонду, створюються нові юридичні особи і нова організаційно-правова форма діяльності. Процеси у корпоративній реорганізації поділяють на часткову або повну приватизацію; поділ великих підприємств на частини; виокремлення з великих підприємств тих чи інших підрозділів, зокрема, об'єктів соцкультпобуту та інших непрофільних підрозділів; приєднання до інших чи злиття з іншими потужнішими підприємствами. Поділ підприємства доцільно проводити, якщо у підприємства поряд з прибутковими секторами діяльності є збиткові; якщо підприємство має високий рівень диверсифікації сфер діяльності; проводиться підготовка державних підприємств до приватизації з метою підвищення їх інвестиційної привабливості; підприємство має монопольне становище на ринку, то антимонопольний комітет може прийняти відповідне рішення; у випадку створення інтегрованих організаційних структур можливе виділення дочірніх підприємств

Розглянемо процедуру логістичної концепції реструктуризації підприємства, яка дозволить знизити сукупні витрати ланцюга поставок і сформувати ланцюг вартості для клієнта, в якому кожна ланка (підприємство) створюватиме додаткову вартість, що уможливить підвищення рівня конкурентоспроможності ланцюга поставок.

Реструктуризація являє собою процес системних змін активів, організаційних, економічних, фінансових та технічних ресурсів для ефективної реалізації визначених цілей підприємства. Оскільки цей

процес щільно пов'язаний з специфікою підприємства, то не існує універсальної моделі процесу реструктуризації, але існують схожі правила поведінки у підготовці та здійсненні цього процесу.

На рис. 1 подано етапи логістичної концепції реструктуризації, де концепція ланцюга поставок має пріоритетне значення.

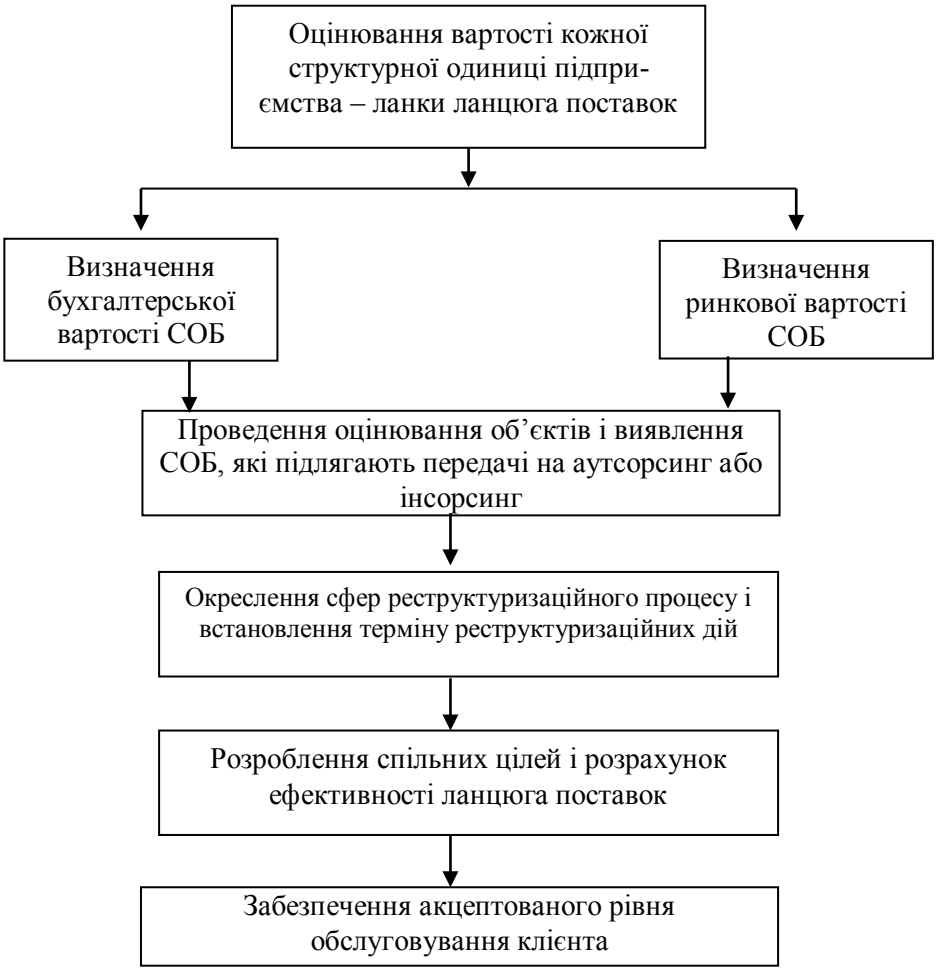


Рис. 1. Узагальнені етапи логістичної реструктуризації підприємства

Джерело: власна розробка

Основними загрозами для успіху процесу реструктуризації підприємства становлять: амортизація основних виробничих фондів, внутрішня конкуренція, відсутність адаптації управлінських кадрів до нових ситуацій, а також інші явища, які можуть мати прямий або непрямий характер впливу на досягнення цілей реструктуризації і повинні бути прийняті до уваги при організації її різних фаз. До них можна віднести:

– розбіжності політичних і суспільних поглядів та дій щодо розмірів, темпів, методів та критеріїв реструктуризації підприємств;

– ймовірний відчутний опір працівників, що може призвести до конфліктів, а, навіть, загрожувати зміні рішення щодо реструктуризації;

– економічна нестабільність, яка пов'язана з уповільненням припливу як власного, так і іноземного капіталу.

– відсутність фінансових ресурсів у працівників підприємства, щоб запобігти продажу майна, що має безпосередній вплив на їх звільнення;

– низький рівень інформованості та недостатній рівень знань у менеджерів, що перешкоджає повній і конструктивній участі в процесі реструктуризації.

Харчук В.Ю.
Національний університет «Львівська політехніка»

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ НЕОБХІДНОСТІ ТА СПРОМОЖНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ

Новітні суспільно-політичні та соціально-економічні явища і процеси спричиняють появу непередбачуваних умов та модифікацію існуючих засад ведення бізнесу. Наслідками впливу даних особливостей є видозміна факторів зовнішнього оточення та внутрішніх бізнес процесів підприємства. Ситуація ускладнюється існуванням мінливості та підвищенням ризиковості функціонування підприємства, складністю прогнозування майбутнього розвитку подій та можливістю забезпечення своєчасного та адекватного реагування на них. Такі умови призводять не лише до появи об'єктивних змін, продукованих незалежними від волі підприємства обставинами, а й змушують його самого виступати ініціатором змін.

Окреслені вище аспекти актуалізують проблему співставлення потреб у змінах та спроможності підприємства у їхньому впровадженні.

Необхідність впровадження змін на підприємстві обумовлена:

1. Впливом глобальних трансформаційних соціально-політичних, інформаційно-технологічних та фінансово-економічних процесів сучасності;
2. Забезпеченням збалансування та синергії усіх бізнес-процесів для досягнення цілей підприємства;
3. Підвищенням результативності окремих бізнес-операцій чи сегменту діяльності підприємства;
4. Забезпеченням своєчасності та мобільності реагування підприємства на непередбачувані фактори;
5. Досягненням зростання вартості бізнесу;
6. Досягненням додаткових конкурентних переваг, здобуттям нових відмінних компетенцій, інноваційного розвитку тощо;
7. Підвищенням ефективності управління ризиками та полегшенням реагування на майбутні умови функціонування підприємства.

Одночасно спроможність впровадження змін підприємства визначається:

1. Типом змін;
2. Параметрами змін (масштаб змін, час впровадження, інтенсивність впровадження, спрямованість тощо);
3. Існуванням взаємоузгодження впроваджених змін із генеральною стратегією підприємства;
4. Ресурсними можливостями підприємства;
5. Готовністю менеджменту та працівників до змін;
6. Готовністю до змін основних параметрів виробничо-господарської діяльності підприємства;
7. Існуванням прийнятного рівня опору змінам;
8. Існуванням обґрунтованого рівня перевищення майбутніх переваг від впровадження змін над витраченими ресурсами.

Підсумовуючи відмітимо, що необхідність застосування змін на підприємстві є об'єктивною вимогою сьогодення, тоді як спроможність їхнього впровадження є сукупністю як об'єктивних, так і суб'єктивних параметрів, властивих кожному підприємству індивідуально. Тому при визначенні спроможності впровадження змін на підприємстві необхідно керуватись чіткими критеріями. Зазначені критерії повинні ґрунтуватись на співставленні результатів кількісного і якісного оцінюванням переваг від впровадження змін та затрачених ресурсів на них, а також співставленні нового становища підприємства із попереднім його рівнем.

Чернобай Л.І., Жуковська А.Б.
Національний університет "Львівська політехніка"

СИСТЕМА ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ВІДНОСИН ЯК ЗАСІБ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

© Л.І. Чернобай, А.Б. Жуковська, 2014

В умовах глобалізації ринків збуту товарів, робіт, послуг для підприємства постає проблема ефективного збуту своєї продукції на зовнішніх ринках, яка зумовлена зростанням конкуренції та обмеженістю фінансових ресурсів. Одним із інструментів подолання цієї проблеми за умови мінімізації ризиків комерціалізації результатів виробничої діяльності є включення підприємства в систему франчайзингових відносин.

Франчайзинг – це один із способів міжнародної кооперацій по збуту товарів та послуг достатньо відомої фірми (франчайзера) через спеціально створену за її участю збутову організацію (франчайзі) завдяки праву використання франчайзі товарного знаку і ноу-хау франчайзера [1]. Під франшизою слід розуміти сформульовану та чітко окреслену бізнес-пропозицію від компанії-франчайзера, що власне і містить ноу-хау, торговельну марку, мережеві стандарти та норми, які франчайзі використовує у своїй підприємницькій діяльності [2].

Однак, на сьогодні особливого значення набирає конкурентна боротьба за кінцевого споживача товарів і послуг, що зумовлює необхідність врахування його інтересів при здійсненні франчайзингу.

Нами запропоновано під системою франчайзингових відносин розуміти сукупність взаємовідносин між франчайзером і франчайзі на умовах договору франшизи та кінцевим споживачем результатів франчайзингової діяльності, які характеризуються врахуванням інтересів кожної сторони за принципами економічної, організаційної та соціальної ефективності.

У табл. 1, на основі опрацьованих літературних джерел [3-5], систематизовано переваги та недоліки франчайзера від надання франшизи, франчайзі від використання франшизи та кінцевого споживача товарів і послуг франчайзингової діяльності.

Таблиця 1

Переваги та недоліки у системі франчайзингових відносин: франчайзер, франчайзі та кінцевий споживач результатів франчайзингової діяльності

Переваги	Недоліки
Для франчайзера від надання франшизи	
1. Можливість отримання додаткового прибутку на основі надання права на використання франшизи при мінімальних витратах на виробництво та реалізацію продукції.	1.Ефективність роботи компанії залежить не лише від неї самої, але й в цілому від суб'єктів господарювання, які використовують франшизу материнської компанії.
2. Забезпечення отримання стабільного доходу у вигляді періодичних платежів.	2. Існує загроза несвоєчасної оплати або ж не оплати платежів, які надходять від франчайзі.
3. Здійснення просування продукції чи товарного знаку на ринку за допомогою франчайзі.	3. Складність припинення відносин франчайзингового договору, оскільки франчайзер не має права в одностороньому порядку розривати контракт з франчайзі. Останнього необхідно попередити за шість місяців.
4.Цілодобовий контроль за діяльністю франчайзі.	4. Можливий негативний вплив на імідж материнської компанії неефективних франчайзі.
5.Існує можливість збуту продукції на віддалених ринках.	5. Не можливо до кінця простежити за якісною працею франчайзі.
6.Нарощення досвіду ведення бізнесу і вивчення	6. Ймовірність розголошення франчайзі

особливостей ринку за допомогою франчайзі.	комерційної таємниці франчайзера.
7. Територіальний поділ ринку для того, щоб відокремити конкуренцію між франчайзі без порушення норм антимонопольного законодавства.	7. Вихід із системи доволі ефективних франчайзі, які у майбутньому відкривають власний бізнес і стають прямими конкурентами франчайзера.
Для франчайзі від використання франшизи:	
1. Використання товарного знаку чи торгової марки відомої компанії на основі законних процедур, відкритий доступ до розробленої технології ведення бізнесу.	1. Обмеженість дій у прийнятті управлінських рішень стосовно процесу ведення бізнесу на засадах франчайзингу.
2. Отримання цілодобової допомоги у процесі ведення франчайзингового бізнесу.	2. Неможливість швидкого розірвання франчайзингової угоди.
3. Збереження економічної та юридичної самостійності.	3. Існує можлива конкуренція з боку інших франчайзі і франчайзера.
4. Конкуренція є відносно невеликою (франшиза знижує гостроту конкуренції на визначеному сегменті ринку).	4. Залежність від фінансового становища франчайзера.
5. Економія на витратах, які прямо пов'язані з рекламою, навчанням персоналу, маркетинговими дослідженнями тощо.	5. Ймовірність того, що франчайзі переоцінить імідж та можливу перспективу торгової марки чи знаку франчайзера.
6. Спрощений доступ до фінансових і кредитних ресурсів, оскільки банки лояльно відносяться до кредитування франчайзі, пропонуючи їм кредит на пільгових умовах.	6. Обсяги продажу встановлюються власнику франшизи відповідно до політики маркетингу компанії-франчайзера.
Для кінцевого споживача результатів франчайзингової діяльності:	
1. На основі використання однієї торгової марки клієнт може робити висновки про якість товарів або послуг усієї мережі.	1. Ймовірність отримання неякісного товару чи послуги через використання франчайзі підроблених товарів тощо.
2. Додаткові надходження іноземних інвестицій, які забезпечують ефективну передачу нових технологій та створення нових робочих місць.	2. Зародження високого рівня конкуренції, що впливає на те, що вітчизняні фірми згортають свою діяльність.
3. Наповнення державного бюджету за рахунок коштів, які надходять від сплати податків франчайзингових суб'єктів діяльності.	3. Не врахування франчайзі територіальних особливостей клієнтів, що веде до спотворення іміджу не лише франчайзі, але й цілої компанії.

Загалом, впровадження системи франчайзингових відносин дозволить вітчизняним підприємствам не лише одержати ринкові переваги, набути міжнародний досвід ведення бізнесу, отримати новітні технології, прогресивні знання у сфері маркетингу та управління персоналом, покращити свої конкурентні позиції та забезпечити ефективність комерціалізації результатів виробничої діяльності, але й узгодити інтереси ключових учасників .

1.Сидоров Я. Франчайзинг - нова договірна форма здійснення бізнесової діяльності в Україні. - Підприємництво, господарство і право. - 2003. 2. Портал ідей для бізнесу: Франшиза - що це?[Електронний ресурс]. – franchising.ua/franchayzing/569/franshiza-shcho-ce. 3. Гутгарц К. Особливості франчайзингу по-українськи: на що слід звернути увагу / К. Гуткарц // Журнал «Постправо», 2013. 4. Плюсы и минусы франчайзинга [Електронний ресурс]. – Режим доступу: franchise-kooperation.com/plus_fr.php. 5. Переваги та недолікі у франчайзинговому бізнесі: порівняльна характеристика [Електронний ресурс]. – ru.osvita.ua/vnz/reports/international-relations/19374/.

Якимишин Л.Я.
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ТЕХНОЛОГІЯ «VESTED» В ЛАНЦЮГУ ПОСТАВОК ТОВАРІВ, ЯКІ ШВИДКО ПСУЮТЬСЯ

Вигоди для виробника харчових продуктів від співпраці зі спеціалізованим оператором повинні включати можливість оптимізувати витрати, поліпшити якість логістичних послуг, гнучкість в реагуванні на зміну обсягів, покращити умови складування і транспортування. Практика показує, що в періоди погіршення кон'юнктури це дозволяє мінімізувати постійні витрати, пов'язані з утриманням власних складів та персоналу. Фірми, які втрималися на ринку незважаючи на декон'юнктуру, розуміють наскільки важливим є аспект підтримування видатків на рівні адекватному продажу. Якщо логістичний оператор у своїй повсякденній роботі діє відповідно місії, у рамках якої будує конкурентоспроможну перевагу своїх клієнтів, надає їм надійні поради і професійне обслуговування, ділиться зі своїми клієнтами знаннями кращих практик та рішень, які сприяють заощадженню коштів, то в далекій перспективі такий підхід принесе успіх обом партнерам. Структура управління відносинами допускає створення загальних принципів, які підкреслюють важливість створення ефективних робочих команд. Сторони відстежують виконання угоди в рамках гнучкої структури управління, маючи уявлення про весь процес. Така модель співпраці пов'язує управління змінами, перехід від старого до нового способу дій зі змінами в оперативному управлінні.

Vested в секторі TSL (англ.: transport-shipping-logistics) не відрізняється від інших технологій, таких як TQM, Lean Management і Six Sigma, які в трансформаційний спосіб змінюють бізнес-моделі в ланцюгу поставок, потребують високого рівня підтримки з боку вищого керівництва, проведення значних змін в організаційній культурі учасників ланцюга поставок. Для формування відносин на засадах Vested, крім зазначених, вирішальне значення мають систематичне поповнення бази знань учасників ланцюга поставок і віра в те, що розроблення контракту у вигляді гнучкої моделі не тільки можливе, але й набагато краще, ніж використання жорстких методів у співпраці.

Vested як новий спосіб мислення, ґрунтується на системі відносин „Win-Win” («виграв – виграв»), яка має математичне підґрунтя в теорії ігор. В традиційних ділових відносинах, які засновані на системі "Win-Lose", одна із сторін отримує переваги за рахунок іншої (менталітет кожного учасника "Що я з цього буду мати"). На противагу, Vested створює відносини «Win-Win», в якому обидві сторони залучені в рівній мірі і прагнуть досягти загального успіху (менталітет "Що ми будемо мати"). Підхід "Win-Win» відомий як концепція, яка базується на формуванні довгострокової стратегії у співпраці, реалізувати яку дозволяє математична теорія ігор, що обґрунтовує отримання оптимального рішення за критерієм рівноваги Нешу: гіпотеза раціональної поведінки полягає в тому, що кожен із учасників прагне вибором своєї стратегії максимізувати власну цільову функцію. У випадку декількох гравців індивідуальна раціональна стратегія залежить від стратегій інших гравців. Набір таких раціональних стратегій називається рішенням гри (або її рівновагою). Ця рівновага сформульована в термінах діяльності кожного гравця, і, у випадку програшу, він може мати претензії винятково до самого себе, тобто у рівновазі Неша закладена самоорганізація учасників, яка забезпечує усім виграш. В рівновазі Неша кожний із учасників не приймає компромісне рішення, оскільки кожен «думає лише про свою власну вигоду», а результат є таким, що повністю задовольняє усіх.

З усіх стратегій win-win найбільш ефективна, однак цей принцип швидше стратегічний, оскільки тільки в довгостроковому плані підхід win-win є оптимальним. З іншого боку ця стратегія є енергозатратною, бо збільшується час переговорів, роз’яснюються зони спільних інтересів, в яких учасники приходять до спільної згоди, а це все вимагає додаткового часу і сил.

На відміну від звичайних домовленостей, де компанії купують трансакцію чи послугу у своїх постачальників, у відносинах типу Vested акцент ставиться на "результат закупівлі".

НАУКОВЕ ЕЛЕКТРОННЕ ВИДАННЯ НА CD-ROM

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ В УКРАЇНІ:

НАЛАГОДЖЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ УЧАСНИКАМИ

MANAGEMENT OF INNOVATION PROCESS IN UKRAINE:

ESTABLISHING INTERACTION BETWEEN PARTICIPANTS

MIPU-2014

22–23 травня 2014 р.

Один електронний оптичний диск CD-ROM.
Об'єм даних у мегабайтах 4,5 Мб.
Наклад 100 прим. Зам. 140332.

Видавець і виготівник: Видавництво Львівської політехніки
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4459 від 27.12.2012 р.

вул. Ф. Колесси, 2, Львів 79013
тел. +380 32 2582146, факс +380 32 2562136
vlp.com.ua. el. пошта: vmr@vlp.com.ua