

Досліджено актуальні проблеми управління інноваційною та інвестиційною діяльністю в Україні, розглянуто стратегічні засади та маркетингові аспекти формування конкурентних переваг вітчизняних корпоративних структур. Значну увагу приділено статистичному моніторингу, аналізу ризиків, методикам оцінки та процесу прийняття управлінських рішень.

Для наукових працівників, викладачів, аспірантів і студентів.

The edition deals with topical problems of the management of innovation and investment activities in Ukraine, the strategic aspects and marketing foundations of formation of competitive abilities of national corporations. The authors pay attention on statistics monitoring, risk analyses, methods of estimation and process of management decision-making.

For research associates, University teachers, postgraduates, graduates and undergraduates.

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ РЕДАКТОР	В.Д. Базилевич, д-р екон. наук, проф.
РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ	В.М. Шелудько, канд. техн. наук, доц.; А.А. Чухно, д-р екон. наук, проф., акад. НАН України; Д.М. Черваньов, д-р екон. наук, проф., чл.-кор. АПН України; В.А. Євтушевський, д-р екон. наук, проф.; П.С. Єщенко, д-р екон. наук, проф.; І.О. Лютий, д-р екон. наук, проф.; В.Л. Осецький, д-р екон. наук, проф.; В.О. Мандибура, д-р екон. наук, проф.; А.О. Старостіна, д-р екон. наук, проф.; О.І. Черняк, д-р екон. наук, проф.; В.Г. Швець, д-р екон. наук, проф.; А.В. Шегда, д-р екон. наук, проф.; Н.І. Гражевська, канд. екон. наук, доц. (відп.секр.).
Адреса редколегії	03022, Київ-22, вул. Васильківська, 90-а, корп. економічного факультету; ☎ (38044) 259 71 82
Затверджено	Вченою радою економічного факультету 05.02.08 (протокол № 6)
Атестовано	Вищою атестаційною комісією України. Постанова Президії ВАК України №1-05/7 від 09.06.99
Зареєстровано	Міністерством інформації України. Свідоцтво про державну реєстрацію КІ № 251 від 31.10.97
Засновник та видавець	Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
	Свідоцтво внесено до Державного реєстру ДК № 1103 від 31.10.02
Адреса видавця	01601, Київ-601, 6-р Т.Шевченка, 14, кімн. 43; ☎ (38044) 239 31 72, 239 32 22; факс 239 31 28

ВИПУСК 99

Андрощук Г. Інноваційна діяльність в Україні: шляхи підвищення ефективності	6
Балан В. Обґрунтування проектних рішень в інноваційній діяльності підприємства	8
Батрак М. Інформаційно-аналітичне забезпечення маркетингу інновацій	12
Білорус Т., Пашук Л. Лізинг персоналу як нетрадиційна форма його привернення	14
Бутенко Н., Літош Г. Особливості маркетингової інформації підприємств корпоративного типу	16
Гончарова Н. Інноваційний розвиток промислового комплексу: проблеми організації та розвитку	20
Горбась І. Підходи до трактування поняття "диверсифікація"	22
Євтушевська О. Інноваційні складові вітчизняної корпоративної культури	25
Євтушевський В., Ситницький М. Вплив організаційних чинників стратегічної гнучкості на конкурентоспроможність підприємства	27
Жилінська О. Методичний інструментарій оцінювання науково-технічного та інноваційного розвитку країн у контексті вітчизняної практики	29
Канасва М. Класифікація складових та елементів інноваційної інфраструктури	35
Ковальська К. Вплив трансформаційних чинників на стратегічне управління підприємствами	39
Корнілова І., Шаповалова Л. Сутність інноваційного потенціалу організації та основні підходи до його оцінки	41
Кривенко М. Стратегія формування конкурентних переваг підприємства	44
Кухта П. Удосконалення прийняття інвестиційних рішень на основі інтегрального показника доцільності реалізації проектів	48
Солов'ян Ю. Теоретичні аспекти корпоративного управління в сучасних умовах	51
Чеберкус Д. Еволюція підходів до формування та реалізації державної інноваційної політики європейського співтовариства на початку XXI століття	54
Швець В., Царук О. Методологічні засади побудови системи статистичного моніторингу державного боргу	56

CONTENTS

ISSUE 99

Androshuk G. The innovation activity in Ukraine: the ways of the effectivity growth.....	6
Balan V. The basis of project decisions in enterprise's innovation activity	8
Batrak M. Information-analytical support of innovations' marketing.....	12
Bilorus T., Pashuk L. The leasing of staff as untraditional form of its bringing	14
Butenko N., Litosh G. The marketing information peculiarities of corporative type enterprise	16
Goncharova N. The innovation development of industrial complex: problems of organization and development	20
Gorbas I. The approaches to the definition of "diversification".....	22
Evtushevskaya O. The innovation components of the national corporation culture.....	25
Evtushevskiy V., Sitnitskiy M. The influence of organization factors of strategic flexibility on competitive ability of enterprise.....	27
Jilinska O. The methodical instrumentation of the estimation of science – technical and innovation development of countries from national practice ...	29
Kanaieva M. The classification of constituents and elements of innovation infrastructure.....	35
Kovalska K. The influence of transformation factors on strategic management of enterprise	39
Kornilova I., Shapovalova L. The essence of organization innovation potential and the main ways of its estimation	41
Krivenko M. The strategy of formation of competitive ability of enterprise	44
Kukhta P. Improving the ways of taking investment decisions based on integral index that performs expediency of project performance.....	48
Solovyan J. The theoretical aspects of corporate management in modern conditions.....	51
Cheberkus D. The evolutions of approaches to the formation and realization of the state innovation policy of European community at the beginning of the 20-th century.....	54
Shvec V., Tsaruk O. The methodological principles of developed system of statistic monitoring of the national debt	56

ВИПУСК 100

Баюра Д. Корпоративне управління як об'єкт наукового дослідження	60
Дука А. Інноваційний вимір глобалізації.....	64
Жилінська О., Коломоєць Д. Інституційний підхід у дослідженні проблем інноваційного розвитку	68
Кравченко В. Управління підприємницькими ризиками: сутність та сучасна методика	70
Литвиненко Т. Базові складові поняття "конкуренція"	72
Махініч Г. Особливості державного регулювання інноваційної діяльності фармацевтичних підприємств	75
Невінчаний І. Нематеріальні активи як фактор формування ринкової вартості фірми.....	78
Нетреба І. Формування витрат на впровадження та розвиток інформаційних систем управління	81
Овчаренко Т. Методика комплексної оцінки інноваційно-інвестиційної діяльності промислових підприємств.....	82
Осецький В., Марченко В. Концентрація в галузях харчової промисловості України та можливості її зміни в результаті світових процесів консолідації	85
Приймак В. Реалізація управлінських рішень: процесний підхід	89
Терещенко О. Теоретичні засади формування маркетингу взаємовідносин на ринку страхування.....	93
Филюк Г. Інституційні аспекти реалізації конкурентної політики: тенденції, суперечності та шляхи їх розв'язання	96
Філіпова К. Особливості розробки стратегій управління нововведеннями телекомунікаційних підприємств	100
Фірсова С. Управління інноваційними підприємствами в сучасних умовах	102
Халковська А. Теоретичні засади управління маркетингом емітента.....	106
Черваньов Д., Сторожук В. Організаційні важелі інноваційного розвитку економіки України	109
Шегда А. Розвиток та конкурентоспроможність	111
Єгоров В. Фінансова стратегія як складова стратегії економічного зростання.....	115

CONTENTS

ISSUE 100

Bayura D. Corporative management as the object of scientific research.....	60
Duka A. Innovative measurement of globalization	64
Zhylinska O., Kolomojets D. The institution approach in the research of innovation development problems	68
Kravchenko V. The management of the enterprise's risks: essence and modern methodize	70
Litvinenko T. The basic elements of concept "competitiveness"	72
Mahinich G. The essence of state innovation regulation of pharmaceutical enterprises.....	75
Nivinchaniy I. Immaterial assets as the factor of formation of firm market value.....	78
Netreba I. The formation of the expenses to the inculcation and development of information systems of the management	81
Ovcharenko T. The methodise of the complex estimate of innovation – investing activity of industrial enterprises.....	82
Osetskiy V., Marchenko V. The concentration in the branch of food industrial of Ukraine and the possibilities of it changes at the result of the world consolidation processes	85
Pryimak V. Realization of the management decisions: the processing approach	89
Tereshchenko O. The theoretical principles of forming the marketing relationship on the insurance market.....	93
Fylyuk G. Institutional aspects of realization of competition policy: tendencies, controversies and ways of solution	96
Filipova K. The peculiarities of making of strategy of the innovations' management of telecommunication enterprises	100
Firsova S. The management of innovation enterprise in modern conditions.....	102
Khalkovska A. Theoretical basis of issuer's marketing control.....	106
Chervanyov D., Storozhyk V. The organization factors of innovation development of Ukraine economy	109
Shегда A. Development and competitiveness	111
Egorov V. Financial strategy as a part of an economical growth' strategy	115

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ

Розглянуто широкий спектр теоретичних і практичних питань здійснення та управління інноваційною діяльністю. Проведений аналіз функціонування організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності в Україні, виявлено існуючі проблеми та розроблено практичні рекомендації щодо їх системного вирішення.

The article deals with the theoretic and practical aspects of doing and management of innovation activity. The author makes analyse of the work of innovation activity's organization-economy mecanizme in Ukraine and searches the national problems andproposes the practical recomendations of their system decision.

Постановка проблеми. Інноваційний шлях розвитку держави на практиці реалізується за допомогою функціонування національної інноваційної системи, що являє собою сукупність інститутів, що забезпечує проведення ефективної державної інноваційної політики [3, 6, 7].

Якісне управління інноваційними процесами є визначальним фактором національної конкурентоспроможності. У розвинених країнах до 90 % приросту ВВП забезпечується за рахунок впровадження нових технологій. Водночас непослідовність у проведенні та неефективність науково-технічної та інноваційної політики обумовлює збільшення технологічного відставання України від розвинених країн, зниження конкурентоспроможності держави, стримує розвиток високотехнологічної продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У період з 1996-2006 рр. в Україні захищено 196 дисертацій в галузі економічних наук з інноваційної проблематики. З них тільки 23 є докторськими, що свідчить про їх низький відсоток (11,7 %) у загальній кількості наукових робіт. Дисертації з інноваційної проблематики захищалися з дуже широкого спектру – 18 економічних спеціальностей в 60 наукових і освітніх закладах (аналіз здійснено на підставі електронного каталогу дисертацій Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського). Науковцями розглядаються широкий спектр теоретичних і практичних питань здійснення та управління інноваційною діяльністю.

Невирішені раніше частини загальної проблеми/ Незважаючи на значну кількість наукових робіт з проблематики управління інноваційною діяльністю, особливого значення для вирішення завдань переходу на інноваційну модель економічного розвитку країни має дослідження питань забезпечення розширеного відтворення інноваційної активності суб'єктів господарювання, створення ефективного організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності, визначення напрямків удосконалення державної науково-технічної та інноваційної політики.

Метою статті є аналіз функціонування організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності в Україні, виявлення проблем та вироблення практичних рекомендацій щодо їх системного вирішення.

Виклад основного матеріалу. Інноваційні процеси в Україні не набули вагомих масштабів. За даними Держкомстату України наукоємність промислового виробництва України не перевищує 0,3 %, що на порядок менше світового рівня. За обсягами випуску промислової продукції питома вага продукції п'ятого технологічного укладу складає лише 4 %.

Знижується інноваційна активність промислових підприємств. Кількість підприємств, що впроваджували інновації, у 2006 році склала 999 (10,0 % від загальної кількості), у 2003 р. – 1120 (11,5 %), у 2001р. – 1503 (14,3 %) [1, с.192].

Факторами, що перш за все перешкоджають здійсненню інноваційної діяльності, є: нестача власних коштів (80,1 % обстежених підприємств), великі витрати на нововведення (55,5 %), недостатня фінансова підтрим-

ка держави (53,7 %), високий економічний ризик (41 %), тривалий термін окупності нововведень (38,7 %), відсутність коштів у замовників (33,3 %). Також заважала недосконалість законодавчої бази (40,4 %), відсутність попиту на продукцію (16 %), відсутність кваліфікованого персоналу (20 %), відсутність можливостей для кооперації з іншими підприємствами і науковими організаціями (19,7 %), нестача інформації про ринки збуту (17,4 %), нестача інформації про нові технології (17,3 %) [1, с.191].

Зазначений стан є наслідком відсутності стратегії переходу України до формування національної інноваційної системи, неналежного використання методів планування на всіх рівнях управління (системного аналізу, прогнозування, оптимізації, програмно-цільових методів управління тощо), недостатнього рівня інноваційної культури працівників органів державної влади.

Протягом 90-х років ХХ століття були значно послаблені інститути перспективного та поточного планування, система загальної обов'язкової стандартизації продукції та технології, система акумулювання результатів НДДКР у державних та галузевих інформаційних центрах, що негативно позначилося на формуванні інноваційної моделі розвитку економіки держави.

Значна кількість затверджених науково-технічних програм призводить не лише до розпорощення коштів, але й до ситуації, коли зазначені програми взагалі не виконуються.

Однією з найголовніших причин стагнації державної інноваційної політики України є недоліки у системі її законодавчого та фінансового забезпечення. Недостатня конкретизація пріоритетних напрямів, визначених Законом України "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні", їх неузгодженість з пріоритетними напрямками науково-технічної діяльності не сприяють розвитку високоукладної економіки України та не дозволяють запровадити відповідні механізми їх реалізації [4].

Протягом останніх років законами про Державний бюджет України постійно призупинялась дія норм стосовно рівня фінансового забезпечення наукової, науково-технічної, освітньої сфери, а також створення пільгових умов для розвитку інноваційної діяльності в 2001-2005 роках. Фактично державне фінансування науково-технічної діяльності протягом останніх 5 років не перевищувало 0,4 % ВВП при визначених статтею 34 Закону України "Про наукову та науково-технічну діяльність" 1,7 %. [4] Питома вага програмно-цільового забезпечення наукових досліджень не перевищує 10 % загальних державних витрат на науку при законодавчо встановлених 30 %. Щорічне фінансування освіти складає лише біля 6 % від ВВП при визначеній Законом України "Про освіту" нормі – 10 % від національного доходу [4].

На відміну від більшості країн світу, вітчизняним законодавством не передбачено стимулювання залучення у науково-технологічну та інноваційну сферу позабюджетних коштів, а також недержавних інвестицій в інноваційну сферу з боку банків та інших інвесторів.

Діюча структура державного управління науково-технологічною та інноваційною діяльністю, яка в останні десять років зазнала шість реформувальних, не забезпечує належної реалізації державної науково-технологічної та інноваційної політики. Не налагоджено координації взаємодії науки з виробництвом, ефективного використання вітчизняних науково-технологічних розробок, орієнтування науково-технічної діяльності на потреби економіки. Не створено адекватної інфраструктури для забезпечення ефективної інноваційної діяльності. Скасування пільг і преференцій практично зупинило діяльність технопарків. Не одержало належного розвитку вітчизняне венчурне фінансування. Аналогічні фонди зарубіжного походження спрямовують свої інвестиції переважно в акції великих підприємств енергетичної, машинобудівної, будівельної та переробної промисловості, а не у сферу високих технологій. Діяльність малого інноваційного бізнесу в Україні в силу умов, що склалися в національній економіці, перебуває у стадії становлення.

Порівняно з 1991 р. більш ніж у 20 разів скоротилася кількість винахідників та раціоналізаторів. У 2006 р. чисельність творців (винахідників, авторів промислових зразків і раціоналізаторських пропозицій) у порівнянні з попереднім роком зменшилась ще на 2,8 % і склала 41,1 тис. осіб, з них авторів рацпропозицій – 24,3 тис. [1, с.275] Незначною є частка підприємств, на яких здійснюється винахідницька та раціоналізаторська діяльність. Продовжується тенденція зменшення кількості поданих заявок та використаних у виробничому процесі винаходів [1, 2].

В Україні спостерігається негативна тенденція щодо процесу придбання нових технологій (технічних досягнень) і ще гірша в напрямку передачі таких технологій, що пояснюється низьким ступенем інноваційної активності підприємств, обумовленим, перш за все, відсутністю адекватної і послідовної інноваційної політики держави. Не повною мірою врегульовані питання оцінки об'єктів інтелектуальної власності. [2, с.114]

Має місце скорочення загальної чисельності працівників, які виконують наукові та науково-технічні роботи, зокрема у галузі технічних наук, відбувається старіння кадрів. За останні 20 років значно зменшилась частка дослідників у віці до 40 років, яка становить в даний час 14,5 %, середній вік дослідників- 48 років, доктора наук – 61 рік, кандидата наук – 51 рік. Динаміка цих процесів свідчить про серйозну загрозу спадковості поколінь, збереженню наукових шкіл, призводить до втрати наукового кадрового потенціалу держави. [3, 5, с.33]

Система вищої освіти в результаті посиленої комерціалізації та відсутності системи прогнозування потреби у фахівцях різних галузей економіки не забезпечує відповідності принципів підготовки кадрів суспільним потребам. Зниження якісних характеристик освітньої та наукової підготовки трудових ресурсів потенціалу знижує його конкурентноздатність в умовах зростання інтелектуальної складової виробничого процесу, який вимагає нестандартних рішень, розвитку особистості та її ціннісної орієнтації.

Загострення критичних проблем забезпечення науково-технологічної безпеки держави обумовлює нагальну необхідність якнайшвидшого впровадження комплексу першочергових заходів, спрямованих на усунення системних недоліків у функціонуванні науково-технологічного комплексу та забезпечення реалізації інноваційної моделі розвитку України.

Висновки і перспективи подальших розробок. Виходячи з викладеного слід визнати першорядними для справи піднесення науково-технічного потенціалу країни, забезпечення виходу України на шляхи інтенсивного інно-

ваційного розвитку розробку та прийняття Концепції розвитку національної інноваційної системи України, подальше вдосконалення законодавчого і нормативно-правового забезпечення інноваційної діяльності й належного виконання прийнятих законодавчих актів у цій сфері.

Вважали б за доцільне також Верховній Раді України разом з Кабінетом Міністрів України :

- ✓ забезпечити посилення контролю за додержанням норм Конституції України та вимог законів України "Про наукову і науково-технічну діяльність", "Про інноваційну діяльність", "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні", "Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків", "Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій", "Про вищу освіту", інших законів з питань наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності, а також Постанови Верховної Ради України від 16 червня 2004 року № 1786-IV "Про дотримання законодавства щодо розвитку науково-технічного потенціалу та інноваційної діяльності";

- ✓ ініціювати внесення змін до законодавчих та нормативних документів стосовно створення системи стратегічного прогнозування та визначення пріоритетів науково-технічного та інноваційного розвитку, стимулювання інноваційної діяльності;

- ✓ забезпечити підготовку змін і доповнень до законодавства з питань діяльності технологічних парків та інших інноваційних структур, спрямованих на вдосконалення їх роботи, підвищення ефективності та прозорості їх діяльності, впорядкування і уточнення механізму державної реєстрації технологічних парків інших структур та їх проектів;

- ✓ сприяти прискоренню розгляду проектів законів щодо використання об'єктів права інтелектуальної власності, створених із залученням бюджетних коштів. Підготувати зміни до Закону України "Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій" у частині зарахування до Державного бюджету України певного відсотка коштів, одержаних від трансферу технологій, майнові права на які належать державі; законів України "Про охорону прав на винаходи і корисні моделі", "Про охорону прав на промислові зразки" в частині визначення розміру та порядку виплати винагороди творцям об'єктів права інтелектуальної власності;

- ✓ підготувати законопроекти про внесення змін до Законів України "Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки", "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні" щодо скорочення кількості пріоритетних напрямів інноваційної діяльності та їх узгодження з напрямами розвитку науки і техніки;

- ✓ розробити законопроекти щодо: 1) заходів і механізмів розширення кредитування інноваційних проектів, у тому числі: компенсації за рахунок коштів Державного бюджету України відсоткової ставки за кредитами комерційних банків інноваційних проектів та програм; системи підтримки, у тому числі податкової, спрямованої на забезпечення випуску нової високотехнологічної продукції; 2) функціонування та регулювання ринку венчурного капіталу; 3) стимулювання інноваційної діяльності та виробництва високотехнологічної продукції; 4) раціоналізаторської діяльності; 5) охорони комерційної таємниці;

- ✓ проаналізувати систему і структуру органів державного управління інноваційною сферою та вжити необхідних заходів для посилення ефективності її діяльності, підвищення кадрового та інтелектуального потенціалу;

- ✓ відмовитися від практики ініціювання призупинення дії норм законодавства щодо пільгового оподаткування об'єктів науково-технічної сфери і науково-дослідних робіт та послуг, а також щорічної суттє-

вої її корекції під час підготовки проекту Державного бюджету України;

- ✓ проаналізувати причини постійного скорочення кількості підприємств, які займаються інноваційною діяльністю, поглиблення диспропорцій в інноваційному розвитку регіонів та забезпечити їх усунення;

- ✓ надавати необхідне сприяння створенню і розвитку інфраструктури інноваційного ринку на загальнодержавному та регіональному рівні, поглибленню інтеграції по лінії "освіта – наука – виробництво";

- ✓ забезпечити упорядкування системи науково-технічних програм і цільових проектів з метою забезпечення належного фінансування і виконання насамперед тих, що мають стратегічне значення для економіки і безпеки держави.

Сприяючи розвитку та вдосконаленню правової бази науково-технічної та інноваційної сфери, в межах повноважень посилити контроль за виконанням норм відповідних законів. При затвердженні Державного бюджету України на 2008 рік та наступні роки передбачити видатки на розвиток науки і науково-технічної сфери у межах та обсягах, встановлених відповідно до вимог законів України "Про наукову і науково-технічну діяльність", "Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки" та "Про освіту".

Передбачити в Державному бюджеті України на 2008 рік та наступні роки цільове спрямування у Державний фонд фундаментальних досліджень коштів у розмірі 0,1 відсотка ВВП.

Верховній Раді Автономної Республіки Крим, обласним, Київській і Севастопольській міським радам, Раді міністрів Автономної Республіки Крим, обласним, Київській і Севастопольській міським державним адміністраціям відповідно до законодавства в межах повноважень активізувати діяльність щодо розробки та виконання регіональних науково-технічних та інноваційних програм з реалізації пріоритетних напрямів інноваційної діяльності, створення фінансово-кредитних установ, технологічних парків, інноваційних фондів, технополісів, наукових парків, центрів трансферу технологій тощо.

1. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Статистичний збірник. 2006 р. – К.: ДП Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України, 2007. – 351 с. 2. Захист прав інтелектуальної власності в Україні: проблеми законодавчого забезпечення та правозастосування / Г.О. Андрощук (упорядкування). – К.: Парламентське вид-во, 2007. – 320 с. 3. Парламентські слухання "Національна інноваційна система України: проблеми формування та реалізації". Стенографічний звіт про парламентські слухання 20 червня 2007 року / Верховна Рада України, Комітет з питань науки і освіти. – К.: Редакційний відділ, 2007. – 98 с. 4. Законодавство України у сфері інноваційної діяльності : 36. законодавчих актів. За станом на 25 травня 2007 р. / Верховна Рада України: Офіц. вид.; Г.О. Андрощук (упорядкування). – К.: Парламентське вид-во, 2007. – 152 с. 5. Науково-технічна та інноваційна діяльність в Україні у контексті євроінтеграційних процесів : Монографія / І.Ю. Єгоров, І.А. Жукович, Ю.О. Рижкова, М.В. Пугачова. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2006. – 223 с. 6. Інноваційна діяльність в Україні : Монографія / Гуржій А.М., Каракай Ю.В., Петренко З.О., Васіліна Н.І., Куранда Т.К. – К.: УкрІНТЕІ, 2006. – 152 с. 7. Національна інноваційна система: зарубіжний досвід, стан в Україні. Аналітичні матеріали до парламентських слухань / За ред. академіка НАН України В.М. Гесця, д-ра екон. наук Л.І. Федулової. – К., 2007. – 184 с.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

В. Балан, канд. фіз.-мат. наук, доц.

ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТНИХ РІШЕНЬ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто основні особливості та специфіку прийняття управлінських рішень в інноваційній діяльності підприємства. Запропоновано стохастичну модель інноваційного циклу проекту з урахуванням багатокритеріальності ситуації вибору, факторів ризику та сценаріїв розвитку проекту.

asic features and specific of the decisions making in innovation activity of a enterprise are considered in this article. Stochastic model of innovation cycle with taking into consideration multicriterial situation of choice, factors of a risk and of scenario of project development are proposed.

Постановка проблеми. Інноваційна діяльність є необхідною умовою довгострокового стійкого функціонування будь-якого підприємства. Ринкові умови господарювання висувають високі вимоги до рівня конкурентноздатності виробленої продукції. Ці вимоги на сучасному етапі розвитку суспільного виробництва в значній мірі визначаються характеристиками економічності, надійності і наукоємності. Так, на думку П.Друкера, підприємство повинно дотримуватись у своїй роботі трьох принципів: постійне вдосконалення продукції, використання своїх знань для власного розвитку та системна інноваційна діяльність.

У той же час процес активізації інноваційних процесів на вітчизняних підприємствах, як необхідна передумова їх економічного зростання, натрапляє на відсутність формалізованого апарату прийняття рішень в проектній діяльності й оцінки їхніх наслідків, що зумовлює недостатню обґрунтованість та ефективність на всіх етапах інноваційного циклу. Це призводить до необхідності вдосконалення існуючих методичних інструментів та застосування нових підходів, які дали б змогу більш повно врахувати високу невизначеність, що характерна особливо початковим стадіям процесу здійснення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), ідентифікувати та оцінити можливі фактори та ризики, що впливають на процес комерціалізації науково-технічних розробок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Більшості сучасним публікаціям в області інноваційного менедж-

менту властивий описовий, якісний характер. Слабка структурованість об'єктів кількісних оцінок в економіці інноваційної діяльності, недоліки методик їхнього аналізу, відсутність можливості повної формалізації наявних проблем ускладнюють обґрунтування управлінських рішень, які в більшості випадків приймаються в умовах стохастичної невизначеності та ризику й ґрунтуються на інтуїтивних відчуттях та експертних міркуваннях, а не на об'єктивних критеріях оцінки [1, 2, 3, 5, 6]. Це унеможливорює використання строгих економіко-математичних моделей і призводить до необхідності застосування більш гнучких інструментів моделювання, які дають змогу врахувати імовірнісний характер інноваційних процесів на підприємстві [2, 5]. Зокрема, в [9] розглянуто можливість застосування методів стохастичного сіткового планування (графічного методу оцінки і перегляду планів – GERT) у загальному управлінні інноваційною діяльністю. У [2] також обґрунтовується необхідність застосування підходів на основі теорії стохастичних сіткових графів на усіх етапах інноваційного циклу.

Невирішені раніше частини загальної проблеми.

Разом з тим інноваційні процеси характеризуються тим, що як на початкових фазах розробки й висування нових науково-технічних ідей (фаза пошукових НДР), здійсненні прикладних НДР, так і при виборі перспективних варіантів для продовження ДКР, виготовленні та випробуванні дослідних зразків нової продукції виникають проблеми розмірності системи, нестачі апріорної інформації, наявності нечіткості й множинності критеріїв

оцінки прийнятих рішень і т.п. Ці та інші подібні проблеми є в основному неструктурованими, оскільки нестачу об'єктивної інформації не можна усунути на момент прийняття рішення, причому для більшості з них є характерним лише перелік основних параметрів без кількісного взаємозв'язку між ними з наявністю якісних та невизначених елементів, які в свою чергу постійно змінюються. Іншою характерною рисою цих проблем є необхідність урахування при їх вирішенні, і навіть при постановці, різноманітних вимог та обмежень (як кількісного, так і якісного характеру), що призводить до багатокритеріальності проблеми вибору та розробки можливих сценаріїв розвитку проекту.

Мета статті полягає у визначенні особливостей та специфіки обґрунтування проектних рішень в інноваційній діяльності підприємства та застосуванні нових підходів на базі моделей стохастичного аналізу й, зокрема, теорії замкнутих потокових графів, які дали б змогу більш повно врахувати високу невизначеність та ризики інноваційних проектів.

Виклад основного матеріалу. Специфіка прийняття рішень в управлінні інноваційною діяльністю базується на інтелектуальному продукті еволюції системи знань науки управління про методи впливу на людей у процесі інноваційної діяльності. До принципів, що встановлюють загальні правила розробки таких рішень й ефективного функціонування усіх підсистем в інноваційному менеджменті належать [2]: єдність науково-технічних, соціальних і економічних задач розвитку; наукова обґрунтованість й оптимальність рішень; домінування стратегічних аспектів; бюджетна збалансованість; комплексність; неперервність; гнучкість й еластичність.

Відмітною особливістю методології інноваційного менеджменту є необхідність урахування невизначеності у сфері НДДКР, яка існує [6] щодо: виду необхідної діяльності і необхідного часу; обсягів витрат, необхідних для одержання позитивного або негативного результату; самої можливості й обсягів комерційного використання результатів НДДКР. При цьому на об'єктивні обставини невизначеності накладаються і суб'єктивні фактори, пов'язані з оцінками спеціалістів та експертів, а також взаємовплив часткових чинників, що характеризується нелінійними залежностями.

Відомо, що лише 5-10 % розпочатих НДДКР знаходять своє успішне завершення у вигляді визнання нової продукції на ринку споживачами. У числі основних причин такого положення є, як правило, помилковий вибір портфеля НДДКР, відсутність комплексного пророблення маркетингових, технічних, економічних, інвестиційних, виробничих аспектів. У більшості випадків при виконанні, і навіть при плануванні НДДКР не враховуються стратегічна значимість розробки, її погодженість зі стратегічними аспектами діяльності фірми (методами її стратегічного планування, іміджем, відношенням до ризику), а також часовий аспект виконання НДДКР і реалізації їхніх результатів (тиражування і збут нової продукції). Багато в чому це пов'язано з відсутністю чітко визначеного єдиного методологічного підходу до тактичного та стратегічного управління НДДКР. При цьому планування і управління за певним чином опрацьованими (наприклад, усередненими) характеристиками не дають належного ефекту, тому що поки воно здійснюється, змінюються і сама система, і навколишнє середовище. Окрім цього особливості планування НДДКР пояснюються такими моментами [7]: відсутній безпосередній зв'язок із процесом виробництва планованого періоду; діяльність з проведення НДДКР спрямована винятково на розвиток підприємства (розробка продуктів/виробничих програм, засобів і процесів výro-

бництва) у майбутніх періодах; опосередковано зв'язки між планами НДДКР і планами по інших сферах діяльності, наприклад, планами збуту, виробництва і постачання (взаємозв'язки з іншими оперативними планами реалізуються тільки за допомогою монетарного впливу планів НДДКР на планування прибутку і фінансове планування підприємства в цілому); сильно виражені взаємозв'язки між оперативним і стратегічним плануванням НДДКР (з одного боку, оперативне планування цілей і заходів цієї сфери охоплює планування реалізації стратегічних цільових планів у тому ступені, у якому вони спрямовані на розробку заходів для одержання нових технічних знань, а з іншого боку, результати НДДКР можуть призвести до необхідності часткового або повного коригування стратегічних цільових планів); існують значні труднощі при розробці планів цілей і заходів, а також вартісних планів, що впливають з них; у порівнянні з іншими видами діяльності, для яких співвідношення між використовуваними ресурсами і результатами можна визначити заздалегідь досить точно, у сфері НДДКР на момент планування невідомо, чи може взагалі й у якому обсязі бути використаний результат. У [2] для урахування невизначеності при плануванні та виконанні проектів НДДКР автор пропонує наступні підходи: фіксування факту розходжень підходів до невизначеності на різних стадіях розробки; доцільність подолання невизначеності на більш пізніх етапах розробки після накопичення необхідної інформації; забезпечення балансу цілей, оцінок і часткових задач, виходячи зі стратегії підприємства; урахування невизначеності при прийнятті рішень про розподіл ресурсів і пріоритети окремих проектів у портфелі НДДКР. Зрозуміло, що наявність високого рівня невизначеності при створенні інноваційної продукції на підприємстві спричиняє різноманітні ризики на всіх етапах життєвого циклу. Так, на заключних етапах життєвого циклу на ефективність інвестицій значно впливають переважно ринкові ризики. Однак на початкових етапах значний вплив на ефективність інвестицій здійснюють інноваційні ризики. До їхнього числа можна віднести: ризики негативних результатів випробувань продукції, патентного аналізу, унікальності сировинних і матеріальних ресурсів, необхідних для виготовлення інноваційної продукції й ін. Такі види ризиків не враховуються повною мірою в існуючих на сьогоднішній день підходах до обґрунтування проектних рішень. У зв'язку з цим на практиці постійно постає питання про ефективність вкладених інвестицій в інноваційні проекти й розробки такого механізму управління інноваційним ризиком, що давав би змогу скоротити втрати ефекту від інвестицій й, у свою чергу, підвищити ефективність інноваційної діяльності.

Так, на етапі багатокритеріального аналізу проектів з урахуванням ризиків можна скористатися системою критеріїв оцінювання альтернативних варіантів STAR (Strategic technology assesment review) [10] за допомогою наблизених критеріїв вибору шляхом нагромадження ряду оцінок. Змінними у цьому випадку є розміри й стійкість потенційних потоків доходу, швидкість або затримки в ринковій адаптації, витрати на розробку, комерціалізацію, а також ринкові оцінки сили підприємства (позиція в конкуренції, залежність від стандартів і ступінь невизначеності). Кожна змінна вимірюється шляхом опитування експертів і може бути використана й для оцінок ризиків альтернативних проектів і використання тих і чи інших рецептів, навіть якщо вони пов'язані з відмовою від проекту або з його реконфігурацією. Головною перевагою такого підходу є комплексність технологічних і стратегічних аспектів. Іншим інструментом, що дає змогу об'єднати кількісні та якісні міркуван-

ня експертів й оцінити переваги проектів, є методики багатокритеріальної діагностики на основі аналітичної ієрархії Сааті, нечіткої логіки або мультиплікативного методу аналізу ієрархій Лутсми та інші [6]. Слід зазначити, що ці методи можна використовувати й на етапі оцінювання нових ідей, і при виборі найбільш перспективних варіантів для продовження дослідно-конструкторських робіт.

Для одержання коректної оцінки ризиків інноваційного проекту необхідно вирішити основні проблеми, пов'язані з оцінюванням ризику мінливості інноваційного проекту, визначенням імовірності реалізації інших сценаріїв розвитку інноваційного проекту, оцінюванням збитків від впливу факторів ризику.

Для вирішення проблеми оцінювання ризику мінливості інноваційного проекту пропонується методика, що заснована на моделюванні бізнес-процесів етапів інноваційних проектів стохастичними сітковими графами й використанні методології імітаційного моделювання [4]. Така методика включає виконання наступних кроків:

1) побудова структури бізнес-моделей етапів проекту з урахуванням можливих сценаріїв розвитку проекту і з використанням стохастичних моделей та теорії замкнутих поточкових графів, які дають змогу розрахувати ймовірність настання будь-якої події, включаючи кінцеві витрати часу та ресурсів на досягнення кінцевих станів. Модель етапу проекту може бути представлена за допомогою стохастичного сіткового графа на основі системи GERT [6, 8], яка базується на понятті умовної твірної функції моментів та W -функції. Дана модель допускає цикли та розгалуження, причому операції (роботи) проекту зображують дугами графа, а моменти завершення комплексу робіт – вузлами. Ще однією особливістю такої моделі є наявність однієї вихідної події (початку етапу проекту) й декілька кінцевих вузлів, що відображають можливі сценарії розвитку проекту та його

завершення. Паралельність виконання ряду робіт проекту, технологічна черговість виконання враховується за допомогою імовірнісного розгалуження сіткової структури, а обсяги доводочних робіт з результатів досліджень і випробувань продукції – наявністю циклів. Випадковість виконання робіт і неможливість продовження проекту внаслідок реалізації ряду факторів ризику враховується стохастичним характером моделі;

2) оцінювання значень параметрів моделей на основі експертної інформації, й, зокрема, ймовірності сценаріїв розвитку проекту з необхідністю усунення психологічних переконачувань імовірності на основі кумулятивної теорії перспектив та нормування результатів на основі рішення оптимізаційної задачі;

3) оцінювання показників мінливості проекту на основі імітаційного моделювання та теорії замкнутих поточкових графів;

4) визначення необхідних параметрів моделі (імовірності закінчення вузлів – відхилення проекту, його успішного затвердження і т.п.), очікувану тривалість окремих етапів інноваційного процесу, дисперсію тривалості проекту і т.і.

Оцінювання збитків від реалізації чинників інноваційного ризику необхідно проводити за факторами ризику, що можуть призводити до дострокового припинення проекту, до перевищення бюджету проекту, до перевищення строку закінчення проекту. Після комплексного урахування всіх груп факторів необхідно здійснити оцінювання рівня максимальних збитків від впливу інтегрованого інноваційного ризику.

На рис. 1 представлена стохастична модель інноваційного циклу проекту з урахуванням багатокритеріальності ситуацій вибору, факторів ризику та сценаріїв розвитку проекту, яка відповідає зазначеним вище особливостям та вимогам.

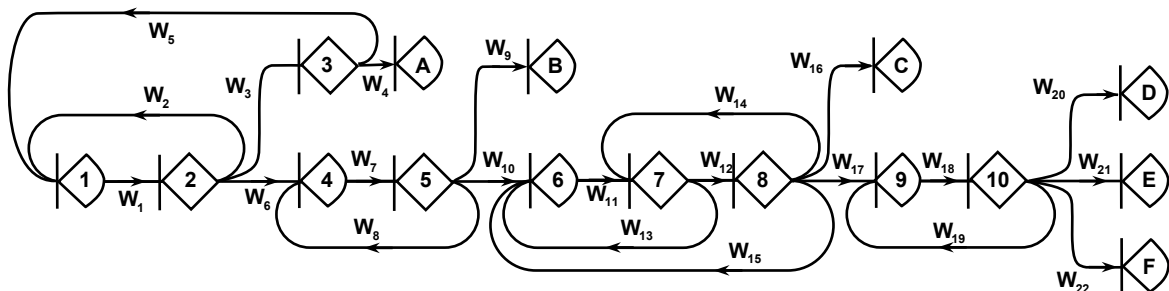


Рис. 1. Стохастична модель інноваційного циклу проекту

На рис. 1 встановлена наступна відповідність між W -функціями та операціями (процесами) здійснення інноваційного циклу проекту: W_1 → генерування, селекція та вибір інноваційних ідей; W_2 → виникнення нових ідей; W_3 → виділення сумнівних та неперспективних ідей; W_4 → відхилення неперспективних ідей; W_5 → аналіз та розгляд сумнівних ідей, їх модифікація; W_6 → прикладні НДР та ДКР; W_7 → виявлення можливих сценаріїв розвитку проекту; W_8 → уточнення сценаріїв розвитку проекту на основі нової інформації та знань; W_9 → відхилення проекту в разі песимістичних (неприйнятних) умов його розвитку; W_{10} → підготовка до проведення аналізу ризиків проекту; W_{11} → якісний аналіз ризиків проекту; W_{12} → кількісний аналіз ризиків проекту, оцінювання збитків від реалізації чин-

ників інноваційного ризику; W_{13} , W_{14} , W_{15} → розробка заходів з мінімізації ризиків; W_{16} → відхилення проекту на основі проведеного аналізу ризиків та оцінки можливих збитків від реалізації чинників інноваційного ризику; W_{17} → визначення переліку обмежень і критеріїв оцінювання інноваційного проекту; W_{18} → оцінювання рівня інноваційного проекту за визначеними критеріями та його реалізованості; W_{19} → корекція критеріїв оцінювання, у разі необхідності, та можливості коригування параметрів проекту; W_{20} → відхилення проекту; W_{21} → затвердження проекту з вимогою доопрацювання; W_{22} → затвердження проекту.

За допомогою комбінації базисних перетворень стохастичну сітку можна перетворити в еквівалентну сітку, що складається з однієї-єдиної дуги [8]. Для цього необхідно для кожної дуги сітки визначити умовну ймовір-

ність (p_j), твірну функцію моментів ($M_j(s)$), обчислити W -функцію за формулою $W_j(s) = p_j M_j(s)$. Для подальшого аналізу стохастичної моделі необхідно замкнути кожний вузол закінчення на її початок (рис. 2) і скористатися топологічним рівнянням Мейсона, що застосовне для замкнутих графів із довільною структурою:

$$1 - \sum_j W(L_j(1)) + \sum_j W(L_j(2)) - \dots + (-1)^m \sum_p W(L_p(m)) = 0,$$

де $\sum_j W(L_j(k))$ – сума W -функцій усіх петель k -го порядку в замкнутому графові.

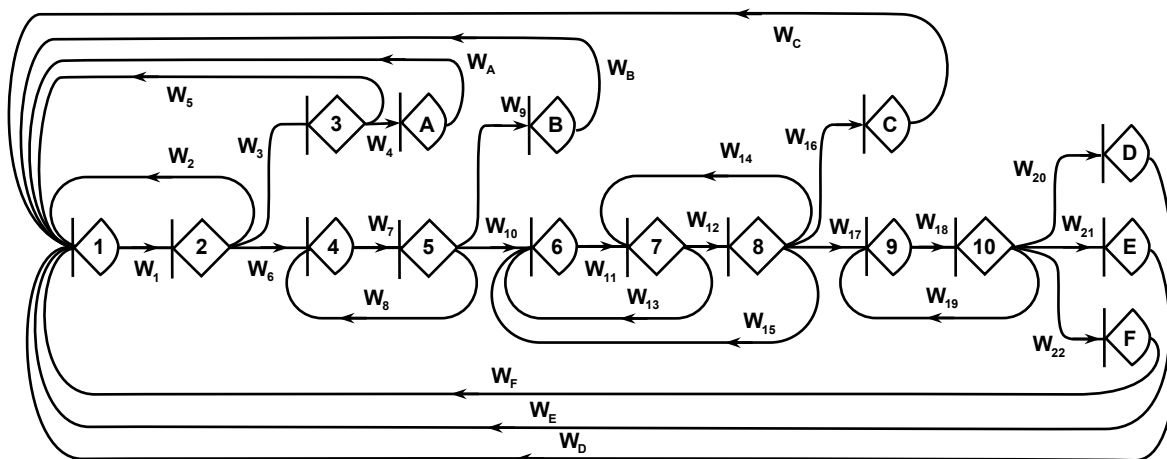


Рис. 2. Замкнутий поточковий граф стохастичної моделі інноваційного циклу проекту

Так, для закінчення F , що означає успішне затвердження проекту, рівняння Мейсона матиме наступний вигляд:

$$1 - W_1 W_2 - W_1 W_3 W_5 - W_7 W_8 - W_{11} W_{13} - W_{12} W_{14} - \\ - W_{11} W_{12} W_{15} - W_{18} W_{19} - W_1 W_6 W_7 W_{10} W_{11} W_{12} W_{17} W_{18} W_{22} W_F + \\ + (W_1 W_3 W_5 + W_1 W_2)(W_7 W_8 + W_{11} W_{13} + W_{12} W_{14} + W_{11} W_{12} W_{15} + \\ + W_{18} W_{19}) + W_7 W_8 (W_{11} W_{13} + W_{12} W_{14} + W_{11} W_{12} W_{15} + \\ + W_{18} W_{19}) + W_{18} W_{19} (W_{11} W_{13} + W_{12} W_{14} + W_{11} W_{12} W_{15}) - \\ - (W_1 W_2 + W_1 W_3 W_5) W_7 W_8 (W_{11} W_{13} + W_{12} W_{14} + W_{11} W_{12} W_{15} + \\ + W_{18} W_{19}) - W_7 W_8 W_{18} W_{19} (W_{11} W_{13} + W_{12} W_{14} + W_{11} W_{12} W_{15}) + \\ + (W_1 W_2 + W_1 W_3 W_5) W_{18} W_{19} W_7 W_8 (W_{11} W_{13} + W_{12} W_{14} + \\ + W_{11} W_{12} W_{15}) = 0.$$

Звідси, зробивши заміну [8] $W_F = 1/W_F^*$, де W_F^* – еквівалентна W -функція для вихідної стохастичної сітки, що має закінчення F , можна знайти значення для $W_F^*(s)$. Користуючись виразом для $W_F^*(s)$, можна обчислити імовірність закінчення вузла F ($p_F = W_F^*(0)$), а також [8] визначити вигляд твірної функції $M_E(s) = \frac{W_F^*(s)}{W_F^*(0)}$. За допомогою цієї функції можна обчислити математичне сподівання тривалості виконання вузла F – $\mu_F = \frac{\partial}{\partial s}(M_F(s)) \Big|_{s=0}$ та його дисперсію

$$D = \sigma^2 = \left[\frac{\partial^2}{\partial s^2}(M_F(s)) - \left(\frac{\partial}{\partial s}(M_F(s)) \right)^2 \right] \Big|_{s=0}.$$

Зазначимо,

що для цих потреб зручно скористатися, наприклад, системою "Mathematica".

Слід відмітити, що представлена стохастична модель інноваційного циклу проекту може бути скоригована відповідно до специфіки інноваційної діяльності на конкретному підприємстві в залежності від акцентів, які робляться під час підготовки й обґрунтування проектних рішень. У деяких випадках, наприклад, необхідно приділити більшу увагу розгляду, аналізу та оцінюван-

ню можливих ризиків, а іноді більш важливими є задачі, пов'язані з початковими етапами інноваційного циклу, чи з комерціалізацією науково-технічних розробок.

Висновки і перспективи подальших розробок. Отже, особливості прийняття управлінських рішень в інноваційній діяльності обумовлені перш за все тим, що управління нововведеннями відбувається в умовах невизначеності об'єкта управління, навколишнього середовища, результатів інновацій, майбутнього ефекту від НДДКР, інформації, яка використовується для розробки варіантів рішень, і пов'язаними з усім цим різноманітними ризиками. Тому менеджер має володіти методикою та технікою прийняття рішень в таких умовах, вимірювати ефективність інвестування в інноваційний проект й узгоджувати рішення зі стратегічними цілями компанії для забезпечення інноваційного розвитку організації. У таких ситуаціях застосування стохастичних сіткових графів для моделювання окремих етапів інноваційного циклу чи навіть усього інноваційного процесу дає змогу менеджеру підвищити рівень обґрунтування проектних рішень. Запропонована методика може бути адаптована до потреб будь-якого підприємства для посилення ефективності його інноваційної діяльності. Подальші дослідження за тематикою даної роботи можуть бути спрямовані на вдосконалення стохастичної моделі та формування пропозицій по більш адекватному врахуванню невизначеності та ризиків на усіх етапах інноваційного циклу.

1. Гольдштейн Г.Я. Инновационный менеджмент. – Таганрог, 1998.
2. Гольдштейн Г.Я. Стратегические аспекты управления НИОКР. – Таганрог, 2000.
3. Гольдштейн Г.Я. Стратегический инновационный менеджмент: тенденции, технологии, практика. – Таганрог, 2002.
4. Демкин И.В. Управление инновационным риском на основе имитационного моделирования. Часть 1. Основные подходы к оценке инновационного риска // Проблемы анализа риска. 2005. – Том 2, № 3.
5. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів // Харіє П.С. – Тернопіль, 2003.
6. Управління інноваціями в сучасній організації / Під ред. В.А. Євтушевського. – Нічлава, 2006.
7. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга. – М., 1997.
8. Черваньов Д.М., Балан В.Г. Сіткові моделі у менеджменті. – К., 2003.
9. Шингур М.В. Моделювання інноваційних процесів на основі використання методу GERT // Вісник Київського нац. ун-ту ім. Т.Шевченка. Сер. "Економіка". – 2004.
10. McGrath R.E., McMillan I.C. Assessing Technology Projects Using Real Option Reasoning // RTM. – 2000. – V.43, №4.

Надійшла до редакції 26.11.2007

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ

Стаття присвячена питанням інформаційно-аналітичного забезпечення процесу прийняття рішень у процесі створення нової продукції; визначено зміст та структуру маркетингової інформаційної системи, досліджено її особливості в управлінні інноваційною діяльністю підприємств та запропоновано шляхи її подальшого удосконалення.

This article is about informational and analytical support of the decision-making process during development of the new product. The author has investigated the essence and structure of the Marketing Information System and its peculiarities in managing of innovation activity. Also she has offered some recommendations of improving the Marketing Information System on the innovative enterprises.

Постановка проблеми. Вже не викликає сумніву той факт, що в умовах економічного розвитку та становлення ринкових відносин розробка нових товарів – одне з найбільш ризикових, але, одночасно, й найважливіших напрямків діяльності сучасної фірми. Запорукою успішної інноваційної діяльності виступає прийняття обґрунтованих рішень на кожній стадії створення новинки. Відповідно виживання й процвітання компанії у конкурентній боротьбі багато в чому визначається ефективністю управління процесом збору, обробки та аналізу даних. Якість рішень, що приймаються на основі результатів аналізу, залежить від повноти, актуальності та достовірності даних, а також методів їх обробки та аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми управління інноваційною діяльністю розглядаються в багатьох роботах вітчизняних вчених та країн СНД, зокрема: Л. Балабанової, Ю. Бажала, С. Валдайцева, Н. Гончарової, В. Грінюва, П. Завліна, С. Ілляшенко, В. Кардаша, В. Медінського, Г. Понежди, А. Романова, А. Старостіна, А. Тітова, Р. Фатхутдінова, Д. Черваньова, а також закордонних вчених: І. Ансоффа, К. Вегера, П. Друкера, Ф. Котлера, Р. Купера, Ж.-Ж. Ламбена, І. Шумпетера, Б. Санто, Б. Твісс, Р. Уотермен, М. Хучека та ін.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Незважаючи на велику кількість наукових праць і значні досягнення в теорії і практиці управління інноваційною діяльністю, є низка питань, які залишаються постійним об'єктом дискусій. Відсутній комплексний підхід до управління процесом створення нової продукції, крім того, використання методологічної бази та критеріїв прийняття рішень, запропонованих закордонними спеціалістами, в умовах України достатньо ускладнене у зв'язку з нестабільністю та високим ступенем невизначеності ринкового середовища трансформаційної економіки та складним становищем більшості вітчизняних підприємств. Все це потребує розробки ґрунтовного інформаційно-аналітичного забезпечення процесу створення нової продукції в умовах становлення ринкової економіки, що окреслює доцільність проведення дослідження та дозволяє говорити про актуальність обраної теми.

Цілі статті полягають у розкритті теоретичних основ інформаційно-аналітичного забезпечення процесу створення нової продукції та розробка рекомендацій по удосконаленню системи управління інноваційною діяльністю підприємств на основі принципів маркетингу.

Виклад основного матеріалу. Як відомо, витрати на виконання робіт на кожному наступному етапі порівняно з попереднім нелінійно зростають, тому ретельна проробка варіантів рішень дозволяє зменшити ймовірність можливих негативних наслідків. Економія на перших етапах може викликати витрати на наступних, а це, у свою чергу, може привести до провалу варіанта інноваційного розвитку.

Подібна ситуація простежується загалом по Україні: як відзначають В. Медінський та С. Ільдеменов, близько 50 % витрат припадає на виробу, які так і не знайшли попиту, а 30 % нововведень, які здобули визнання на ринку, швидко сходять з нього [5].

1. Збирання, обробка та зведення інформації є складовою частиною загального інформаційно-аналітичного процесу маркетингу [6]. Отримання інформації підпорядковане задачам управління та має за мету забезпечити оцінку та аналіз ринкових процесів для прийняття ефективних маркетингових рішень. Процес управління неможливий без аналізу ретроспективи розвитку фірми, оцінки її теперішнього стану та прогнозу її майбутнього. Інформація – це засіб зниження рівня невизначеності, яка характерна стохастичним процесам ринку. На думку батька-засновника кібернетики Н. Вінера, управління фірмою є процес перетворення інформації в дію [2]. Проблеми інформаційного та аналітичного забезпечення прийняття маркетингових рішень набули особливої актуальності в останні роки, за умов швидкого розвитку інформаційних технологій, і є предметом багатьох наукових досліджень.

У XIX ст. більшість фірм були порівняно невеликими за обсягами, і їх працівники знали своїх клієнтів особисто. Підприємці збирали маркетингову інформацію, спілкуючись з людьми, спостерігаючи за ними, задаючи питання. У XX ст. посилились три тенденції, які зумовили необхідність отримання більш доброякісної маркетингової інформації.

А. Перехід від маркетингу на місцевому рівні до маркетингу в загальнонаціональному масштабі. Фірма постійно розширює територію свого ринку, а отже її управляючі не мають змоги отримати необхідну їм інформацію від своїх клієнтів особисто. Виникає необхідність знайти інші шляхи збору маркетингової інформації.

Б. По мірі зростання своїх доходів покупці стають все більш перебірливими в придбанні товарів. Продавцям дедалі важче передбачити реакцію покупців на різні характеристики, оформлення та інші властивості товарів, і вони починають звертатись до маркетингових досліджень.

В. Перехід від цінової до нецінової конкуренції. Продавці все більше користуються неціновими методами конкуренції, такими як присвоєння товарам марочних назв, індивідуалізація товарів, реклама і сприяння збуту, відповідно їм потрібна інформація про те, як реагує ринок на використання цих інструментів.

На сучасному етапі багато спеціалістів приділяють значну увагу розвитку інформаційних систем маркетингу, характеризуючи їх як систему збирання, аналізу та обробки маркетингової інформації для прийняття маркетингових рішень. Узагальнюючи різноманітні джерела найбільш повно зазначену систему можна визначити як сукупність програмних, технічних засобів та персоналу, які забезпечують регулярне збирання, передачу, обробку та накопичення інформації для вирішення усього комплексу задач маркетингу і прийняття ефективних рішень.

2. Слід зазначити, що в економічній літературі на сьогодні склався єдиний підхід до формування маркетингової інформаційної системи, яка повинна включати основні маркетингові дані – результати маркетингових досліджень, зовнішню та внутрішню маркетингову інформацію; а також дані про діяльність за основними напрямками маркетингу – рекламі, стимулюванню збу-

ту, рішенням по товарній, збутовій та ціновій політиці підприємства. В літературі більшість авторів схильється до структури, запропонованої відомим спеціалістом в маркетингу Ф. Котлером, або її модифікацій. На думку Ф. Котлера інформаційна система маркетингу включає 4 основні підсистеми [4]:

- ✓ система внутрішньої звітності;
- ✓ система збору поточної зовнішньої маркетингової інформації;
- ✓ система маркетингових досліджень;
- ✓ система аналізу маркетингової інформації.

Система внутрішньої звітності підприємства дає змогу стежити за показниками, які відображають рівень поточного збуту, суми витрат, обсяги матеріальних запасів, рух готівки, дані про дебіторську та кредиторську заборгованість, інші показники внутрішньої звітності.

Для інформаційного забезпечення усіх підрозділів необхідними даними на підприємстві доцільно використовувати комп'ютерні мережі. Їх застосування дає змогу менеджерові з маркетингу оперативно отримувати всі копії необхідних документів внутрішньої звітності підприємства, що має надзвичайно важливе значення для своєчасного прийняття маркетингових рішень.

Система збирання поточної зовнішньої інформації – це комплекс джерел і процедур, які застосовують для отримання щоденної інформації про різні події, що відбуваються на ринку [4].

Джерелами отримання поточної зовнішньої інформації є книжки, газети, журнали, спеціальні публікації, бесіди з покупцями, постачальниками, посередниками, співробітниками самого підприємства чи його конкурентів. Необхідні повідомлення можна також придбати у спеціалізованих фірм-постачальників зовнішньої поточної інформації. На деяких підприємствах призначають фахівців з акумулювання "маркетингового інтелекту", яким доручають, наприклад, вивчення діяльності конкурента за допомогою всебічного дослідження придбаного товару; відвідування "днів відчинених дверей", спеціалізованих виставок, зборів акціонерів; ознайомлення зі звітами про роботу конкурентів; проведення бесід з працівниками підприємства [8].

Система маркетингових досліджень дає змогу оперувати інформацією, отримання якої потребує проведення окремого дослідження.

У широкому розумінні маркетингові дослідження можна визначити, як будь-яку дослідницьку діяльність, спрямовану на задоволення інформаційно-аналітичних потреб маркетингу [3].

Метою маркетингових досліджень при розробці нових товарів є створення інформаційно-аналітичної бази для прийняття маркетингових рішень по створенню нових виробів і тим самим знизити рівень невизначеності, що з цим пов'язана. На основі використання інформації, одержуваної завдяки проведенню маркетинговим дослідженням, можна швидше зрозуміти ситуацію, глибше проникнути у суть проблеми й оперативніше її вирішити, висунути нові пропозиції й у такий спосіб забезпечити більш ефективні результати інноваційної діяльності.

Підприємство може проводити маркетингові дослідження власними силами, а також отримати результати досліджень, замовляючи їх спеціалізованим фірмам. Великі підприємства (більше 73 %), як правило, мають власні відділи маркетингових досліджень, у складі яких є фахівці з моделювання, соціологи, психологи, розробники планів досліджень [9].

Як уже було зазначено, прийняття обґрунтованих рішень у процесі створення нового товару вимагає інформації належної якості, основними вимогами до якої, згідно з [1], повинні бути: точність, повнота, своєчасність,

комплексність, адресність, коректність, висока швидкість пошуку і збору, обробки і передачі, актуальність.

Для оцінки ефективності інформаційного забезпечення маркетингу інноваційної діяльності доцільно використати наступні коефіцієнти [7]:

✓ коефіцієнт повноти інформації (K_m), котрий може бути розрахований як відношення обсягу доступної інформації при ухваленні рішення (K_g) до обсягу інформації, необхідної для ухвалення обґрунтованого рішення (K_j):

$$K_m = \frac{K_g}{K_j} \quad (1)$$

✓ коефіцієнт суперечності інформації (K_s), який розраховується як відношення кількості незалежних свідчень на користь ухвалення рішення (K_p) до загальної кількості незалежних свідчень у обсязі доступної релевантної інформації (K_r):

$$K_s = \frac{K_p}{K_r} \quad (2)$$

коефіцієнт точності інформації (K_h) визначається як відношення загального обсягу релевантної інформації (K_b) до загального обсягу доступної інформації при ухваленні рішення (K_g):

$$K_h = \frac{K_b}{K_g} \quad (3)$$

✓ коефіцієнт своєчасності надходження інформації (K_t), який може визначатися як відношення кількості незалежних свідчень при збігу в часі надходження інформації й ухвалення рішення (K_w) до загальної кількості незалежних свідчень у повному обсязі релевантної інформації (K_r):

$$K_t = \frac{K_w}{K_r} \quad (4)$$

Четвертою складовою маркетингової інформаційної системи є аналітична система маркетингу, яка охоплює прогресивні засоби для аналізу даних і проблемних ситуацій. Вона складається із статистичного банку і банку моделей [4].

Статистичний банк – сукупність сучасних статистичних методів оброблення інформації, які дають змогу відокремити найважливішу інформацію. Завданням статистичного банку аналітичної системи маркетингу є обробка статистичних даних, їх аналіз та узагальнення.

Банк моделей – це набір математичних моделей, які допомагають менеджерові з маркетингу прийняти найоптимальніші маркетингові рішення.

Завданням будь-якої моделі з банку моделей аналітичної системи маркетингу є допомога менеджерові у виборі відповідного рішення у конкретній ситуації та моделювання ймовірних наслідків такого рішення.

Оскільки багато задач, пов'язаних з прийняттям маркетингових рішень, є слабоструктурованими або неструктурованими, виникає складність їх автоматизації, що викликає необхідність використання систем підтримки прийняття маркетингових рішень (DSS – Decision Support System). Створення систем підтримки прийняття маркетингових рішень пояснюється ще й тим фактом, що створення інформаційних систем маркетингу в сучасних умовах господарювання – складний процес. При розробці подібних систем постає питання: на основі яких даних буде працювати ця система. Слід прагнути до взаємозв'язку всіх показників, які складають єдину систему інформаційно-го забезпечення процедур управління маркетинговою діяльністю. Це можливо на основі створення єдиної бази даних маркетингу, яка адекватно відображає стан бізнесу на даний момент часу.

Аналітичний апарат, що використовується в наш час в процесі розробки нової продукції, досить різноманітний, включає методи пошуку ідей, методи відбору ідей, методи бізнес-аналізу.

Управління процесом розробки нового товару на за-садах сучасної концепції маркетингу повинен передба-чати комплексний підхід, що включає стратегічну і опе-ративну складову. Причому останнім часом центр уваги зміщується саме на стратегічний рівень, ключовим мо-ментом якого є дослідження і прогнозування попиту на нові товари. Цінним інструментом досягнення цієї мети виступає метод кластерного аналізу, результати якого фактично описують портрет споживача, як з раціональ-ного, так і з емоційного боку. Використання результатів сегментування на основі кластерного аналізу забезпе-чить компанії глибше розуміння споживачів та їх запи-тів, а з метою більш оперативного опрацювання ре-зультатів такого аналізу доцільно використовувати па-кети SPSS та NCSS.

Іншою передумовою успішної інноваційної діяльності сучасної організації повинно стати використання порт-фельного аналізу, за допомогою якого здійснюється по-стійний перегляд та коригування переліку активних прое-ктів з розробки нових продуктів. Це дозволить знизити рівень ризику портфеля інноваційних проектів в цілому, та ефективно перерозподілити ресурси між ними.

Висновки і перспективи подальших розробок. Маркетинговий підхід до управління інноваційними процесами – це комплексний підхід, що передбачає ідентифікацію нового товару одночасно з точки зору виробника та споживача. Лише таке бачення проблеми дозволить досягти задоволення потреб споживачів та підтримки довготривалих відносин між ними та підпри-

ємством. Таким чином, успішне управління інновацій-ною діяльністю підприємства визначається ефективніс-тю управлінських рішень в процесі створення нової продукції, що залежить від якісних маркетингових до-сліджень та детального їх аналізу за рахунок глибокого розуміння потреб та поведінки споживачів. З метою підвищення ефективності прийняття рішень в процесі створення нових продуктів пропонується використовувати показники оцінки ефективності інформаційного забезпечення маркетингу, метод кластерного аналізу, інструменти портфельного аналізу.

Подальше дослідження у даному напрямку доцільно спрямувати на розробку комплексної системи управлін-ня інноваційною діяльністю підприємства, що склада-ється з підсистем збору даних, включаючи маркетингові дослідження; прийняття управлінського рішення, вихо-дячи з методів і моделей його обґрунтування; контролю за реалізацією управлінського рішення на основі аналі-зу процесу створення нової продукції і його впливу на економічні показники.

1. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. – СПб.: Питер, 2000.
2. Баркан Э.И. Как создаются коммерчески успешные товары и услуги // Маркетинг и нововведения. – Вып. 3. – Л.: Аквилон, 1993.
3. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. – М.: Дело, 1995.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1990.
5. Медынский В.Г., Ильдеменов С.В. Реинжиниринг инновационного предпринимательства на отечественных предприятиях. – Луганск: ВУГУ, 1998.
6. Савельев Е.В. Маркетинг нового продукта. К., 1994.
7. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження: Практичний аспект. – К.: Вільямс, 1998.
8. Туттов А.Б. Маркетинг и управление инновациями. – СПб.: ИД Питер, 2001.
9. Robert G. Cooper. Product Leadership: Creating and Launching Superior New Products-Basic Books, 1998.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

Т. Білорус, канд. екон. наук, асист.,
Л. Пашук, асп.

ЛІЗИНГ ПЕРСОНАЛУ ЯК НЕТРАДИЦІЙНА ФОРМА ЙОГО ПРИВЕРНЕННЯ

Розглянуто сутність лізингу персоналу. Особливу увагу звернено на причини використання лізингу персоналу, а також виділенню його переваг та недоліків.

The problem of leasing of personnel is analyzed. Special attention was appealed on reasons of the use of leasing of personnel, and also discharge its advantages and lacks.

Постановка проблеми. Протягом останніх десяти-річ у світі спостерігається цікава тенденція щодо виник-нення на ринку нових нетрадиційних послуг. Ця тенде-нція стосується і такої сфери як управління персона-лом, де найбільш яскравою послугою на сьогодні є ви-користання нетрадиційної форми привернення персо-налу – лізингу персоналу, який можна розглядати як форму тимчасового привернення персоналу зовні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Не зва-жаючи на те, що дана послуга доволі тривалий період часу використовується західними компаніями, її вико-ристання в Україні залишається проблематичним. В пер-шу чергу це пов'язано з наявністю доволі обмеженої ін-формації щодо надання саме цього виду послуг. Ав-торами більшості публікацій щодо цієї проблеми є пред-ставники кадрових агентств (Аширов Д., Кур'яно-вич В., Ляпоров В., Решетнікова А., Смоліков П., Чер-них Г.), що також викликає настороженість з боку кері-вників підприємств [1-4].

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Кадрова стратегія у кожній компанії визначається, в першу чергу, потребами бізнесу. Дехто інвестує значні кошти у розвиток і навчання свого персоналу, намагаю-чись мінімізувати витрати на тимчасовий персонал, та використовує його тільки іноді у випадках виконання короткострокових завдань. Інші віддають перевагу

отриманню працівників на умовах лізингу і саме таким чином звести до мінімуму витрати на персонал та свої ризики одночасно. Сьогодні вибір кадрових рішень до-волі різноманітний і відповідає потребам роботодавців.

Метою статті є аналіз передумов виникнення та ви-користання лізингу персоналу, а також, визначення його основних переваг та недоліків.

Виклад основного матеріалу. Перш за все, про інно-ваційні форми задоволення потреби у персоналі згадають тоді, коли постає проблема невідповідності наявного кад-рового потенціалу та потреб організації в ньому.

Для вирішення цієї проблеми необхідно розробити програму зміни кількісних та якісних параметрів кадро-вого потенціалу підприємства. Ця програма може пе-редбачати задоволення потреб у персоналі шляхом:

- ✓ найму працівників на постійній основі;
- ✓ суміщення працівником посад;
- ✓ використання послуг інших компаній;
- ✓ лізингу персоналу;
- ✓ привернення персоналу на умовах договору під-ряду;
- ✓ наймання персоналу на певний період (сезонні роботи);
- ✓ додаткового навчання працівників;
- ✓ використання інших нетрадиційних методів при-вернення персоналу.

Вибір конкретного заходу залежить від специфіки потреби в персоналі, а також від характеристики існуючого кадрового потенціалу.

В першу чергу на вибір форми привернення персоналу впливають такі фактори:

- ✓ категорія персоналу та перелік вимог, що висуюються до кандидата;
- ✓ місце спеціаліста в організаційній структурі підприємства;
- ✓ терміни пошуку спеціалістів.

Необхідність та можливість адаптуватися до зміни потреби у персоналі суттєва для організації, яка прагне бути успішною на ринку. Саме використання "тимчасового" персоналу в тій чи іншій формі дає необхідну гнучкість.

Існує три основні причини, які змушують керівників організацій звернутися до кадрових агентств з підбору тимчасових працівників або до привернення на певний термін спеціалістів:

- ✓ по-перше – тимчасова потреба організації у висококваліфікованих спеціалістах, коли на спеціаліста, якого шукають є достатньо високий попит на ринку праці, щоб його можна було знайти за оголошенням у газеті;
- ✓ по-друге – поява в організації вакантних місць на короткий термін (період відпусток або свят). Краще скористатися послугами на два-три дні спеціаліста з агентства, ніж витратити час та сили на самостійний пошук працівника, якого все одно доведеться звільнити;
- ✓ по-третє – сезонність роботи у деяких організаціях.

В першу чергу це стосується організацій, які використовують низько кваліфіковану працю у великих розмірах. В пік сезону штат компанії розширюється і так само швидко скорочується, коли попит на дану послугу спадає.

Одній ситуації може відповідати декілька форм привернення персоналу (лізинг персоналу, аутсорсинг, аутстафінг). При цьому важливу роль відіграють наступні параметри:

- ✓ категорія персоналу та перелік вимог, що висуюються до кандидата;
- ✓ місце спеціаліста в організаційній структурі організації (поле діяльності і прийняття рішень цим спеціалістом в організації);
- ✓ терміни пошуку кандидата.

Критерієм відбору конкретних форм привернення є економічна доцільність: на одиницю витрат при кожному варіанті привернення повинен припадати максимальний ефект. На практиці досить часто оцінку проводять, виходячи тільки з порівняння валових витрат на кожний варіант привернення.

Найчастіше з нетрадиційних форм привернення персоналу використовується лізинг персоналу. Ми давно звикли до терміну "лізинг", коли це стосується технічних засобів, тепер ми вже можемо говорити про лізинг персоналу.

До лізингових відносин в сфері управління персоналом звертаються в таких випадках:

1. Необхідність привернення висококваліфікованих спеціалістів, потреба в яких не носить постійний характер, а сфера їх діяльності знаходиться в рамках бухгалтерського обліку, аудиту, юриспруденції та інших галузей знань, де існують спеціалізовані компанії, що надають такі послуги.

2. Необхідність привернення висококваліфікованого спеціаліста, аналогічні послуги якого не надаються на ринку компаніями. В такому випадку можна звернутися по допомогу до компаній-конкурентів і дійсно взяти в оренду так кваліфікованого спеціаліста.

3. Необхідність тимчасового привернення спеціалістів в період відпусток за умови, що цих спеціалістів компанії ніхто зі штатних працівників замінити не може.

4. Бажання компанії мінімізувати податкові втрати при нарахуванні фонду оплати праці та спрощення схеми вза-

ємовідносин між компанією та спеціалістами, яких привертають. Так, багато компаній не можуть використовувати класичні форми найму та мотивації працівників, тому що часто стикаються з наступними проблемами:

- ✓ політикою компанії, що направлена на призупинення розвитку нових пріоритетних напрямів;
- ✓ високою плинністю висококваліфікованих спеціалістів внаслідок зміни компенсаційної політики компанії;
- ✓ скороченням штату та бюджетних статей витрат на персонал головними офісами компанії при збереженні потреби в праці відповідних спеціалістів.

5. Іноземні компанії, які бажають швидко відкрити представництво в Україні, або вітчизняні компанії, які створюють регіональні філії, можуть звернутися до кадрового лізингу, беручи в оренду весь необхідний склад працівників.

Новою формою привернення персоналу, яка може допомогти вирішити ці проблеми, є лізинг персоналу, який включає в себе добір і оформлення необхідних спеціалістів в штат кадрового агентства (спеціалізованої компанії) та представлення їх на різні проекти відповідно до вимог замовника.

Лізинг персоналу – це правовідносини, які виникають, у випадку коли рекрутингове агентство підписує договір з працівником від свого імені, а потім направляє його на роботу в якусь компанію на відносно тривалий термін – від трьох місяців до кількох років. У більшості випадків лізинг використовується тоді, коли послуги кваліфікованого спеціаліста потрібні з певною регулярністю.

Особливою формою лізингу є підбір тимчасового персоналу – використовується при короткотермінових проектах або роботах, що мають термін від одного дня до двох-трьох місяців. Тут, як правило, мова йде про наймання адміністративного або обслуговуючого персоналу на час проведення виставок, ярмарок, конференцій, маркетингових досліджень, на час хвороби або відпустки штатних працівників.

Використання лізингу персоналу має свої переваги та недоліки.

Переваги лізингу персоналу:

- ✓ звільнення служби персоналу організації від непродуктивної адміністративно-паперової роботи, що пов'язана з оформленням своїх працівників, зменшення обсягів кадрового документообігу, а також виключення витрат на розрахунок заробітної плати;
- ✓ найм потрібного персоналу в короткий термін в будь-якому обсязі;
- ✓ зменшення витрат на компенсаційні пакети (для тимчасових працівників вони або непередбачені взагалі, або мінімальні);
- ✓ значне зменшення юридичної відповідальності перед працівниками та скорочення ризиків, пов'язаних з виплатою компенсацій у випадку їх звільнення;
- ✓ можливість багато разів змінювати працівників, якщо вони не відповідають вимогам з тих чи інших причин. Це можна розглядати як безкінечний випробний термін;

✓ відсутність простоїв у випадку, коли працівник захворів або пішов у відпустку (за контрактом його зобов'язані замінити на цей час);

✓ можливість перевести працівника, що сподобався, до себе в штат після річного "випробування" безкоштовно, тобто виключення витрат на добір персоналу.

Основні недоліки лізингу персоналу:

- ✓ компанії вимушені платити за послуги кадровому агентству в середньому 15-20 % від суми фонду оплати праці та єдиного соціального податку. Крім цього, на всю суму нараховується ПДВ. Але ця на перший погляд "дорога вартість" є відносною, оскільки компанії не по-

трібно витратити кошти на навчання і пошук, і вона отримує кваліфікований персонал в необхідному обсязі та за короткий проміжок часу;

✓ деякі можливості зниження лояльності працівників по відношенню до компанії.

Лізинг персоналу передбачає представлення компанії-лізингодавцем необхідних роботодавцю (лізингоотримувачу) спеціалістів в тимчасове користування [4].

Розглянемо схему формування лізингового штату кадровим агентством-лізингодавцем:

Крок 1. Лізингодавець відбирає спеціалістів відповідно до вимог лізингоотримувача. Під замовлення спеціалістів працюють в основному вітчизняні агентства, тоді як за кордоном кадрові агентства створюють відповідно до вимог ринку штат лізингових працівників, незалежно від наявності конкретного замовлення на даний момент.

У зв'язку з тим, що лізингові спеціалісти у майбутньому передаються в оренду різним організаціям та часто можуть мати доступ до конфіденційної інформації, їх відбирають за допомогою спеціальних методів. Це передбачає детальну перевірку з метою безпеки майбутнього лізингового спеціаліста. Тільки після аналізу отриманої інформації може бути прийняте рішення про привернення такого працівника у кадрове агентство. Дуже важливою є ставлення кандидата до такої нетрадиційної форми зайнятості.

Крок 2. Після узгодження кандидатур спеціалісти приймаються до штату лізингодавця та стають повноправними, постійними працівниками кадрового агентства. Кадрове агентство знайомить нового працівника з трудовим договором та з етичним кодексом лізингового спеціаліста, який розробляється кадровим агентством та регламентує етичну сторону угоди.

Крок 3. Висококваліфіковані спеціалісти передаються лізингоотримувачу для виконання обумовлених функцій протягом певного терміну.

Лізингодавець та лізингоотримувач взаємодіють між собою за такою схемою:

✓ визначення проблемної ситуації лізингоотримувача та конкретної потреби у робочій силі (кваліфікація спеціалістів, їх склад та терміни використання);

✓ вибір конкретного варіанту лізингової схеми для лізингоотримувача. На цьому етапі обговорюється договір, де визначаються умови лізингу, зокрема оклад спеціалістів, а також комісійні агентства (зазвичай, 20-30 % окладу спеціаліста). Також, тут визначається обсяг та якість роботи, яку повинен виконати спеціаліст і критерії оцінки виконання роботи;

✓ підбір персоналу для лізингу, якщо в цьому є потреба;

✓ документальне оформлення лізингодавцем трьохсторонніх відносин з лізингоотримувачем та спеціалістом;

✓ кадрове агентство спостерігає за тим, щоб у лізингоотримувача спеціаліст виконував лише роботу, що відповідає його кваліфікації, та в обсягах, обумовлених лізинговим контрактом. Конфлікти та трудові спори, що виникають між лізингоотримувачем та працівником, вирішує кадрове агентство.

Висновки і перспективи подальших розробок.

Розвиток кадрового лізингу в Україні не досить стрімкий внаслідок недосконалості законодавчої бази, а також, нестабільності попиту на висококваліфікованих спеціалістів за умови тимчасового їх отримання. Нажаль, сьогодні трудове законодавство України не передбачає лізингових операцій у сфері найму робочої сили. Таким чином, проблемами є врегулювання питань отримання виробничих травм лізинговими спеціалістами при виконанні службових обов'язків, а також, використання ними товарно-матеріальних цінностей. Розвитку кадрового лізингу заважає непрозорість більшості компаній, коли будь-яка інформація є конфіденційною.

Вихід на український ринок великих кадрових агентств з представлення тимчасового персоналу дозволить розвивати цю в рівному ступені вигідну як для працівників так для замовників сферу в Україні. За словами експертів тимчасова робота найбільш популярна серед молодих спеціалістів та студентів старших курсів, яким буває досить складно отримати посаду у великих компаніях, не маючи відповідного досвіду роботи. Хоча сьогодні все більше спеціалістів середньої та вищої ланки погоджуються працювати у тимчасових проектах. Досить часто, при використанні послуги лізингу персоналу, як у компанії, так і у спеціалістів, є можливість оцінити, наскільки вони підходять один одному та вже після цього приймати рішення про постійну роботу.

Не звертаючи уваги на всі труднощі, за лізингом персоналу в Україні добре майбутнє, оскільки він дозволить багатьом компаніям зважено підійти до вирішення питання про оптимальне використання персоналу у діяльності компанії.

1. Аширов Д. А. Теория триплекса – это лучший способ наиболее эффективно использовать человеческий капитал. – [Електронний ресурс www.knowledgism.net].
2. Курьянович В. Реструктуризация фирмы и переход на лизинг персонала // Sales business/продажи. – 2005. – № 4.
3. Решетникова А. Нетрадиционная форма лизинга: лизинг персоналу // Украина: аспекты праці. – 2002. – №3.
4. Смоловик П. Лизинг персоналу // Персонал. – 1999. – №4.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

Н. Бутенко, канд. екон. наук, доц.,
Г. Літош, асп.

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ КОРПОРАТИВНОГО ТИПУ

Розглянуто основні характеристики маркетингового середовища з метою визначення особливостей маркетингової інформації підприємств корпоративного типу. Змодельовано поведінку ВАТ "Укртелеком" на основі концепції маркетингового акціонування.

The fundamentals of marketing environment of corporation were considered in the article. The model of action of public corporation "Ukrtelecom" on basis of conception of marketing incorporating was made.

Постановка проблеми. Формування потужного корпоративного сектору економіки в Україні породжує необхідність створення принципово нової системи управління. Дана проблема набуває особливого значення при докорінній перебудові як всієї системи управління економікою, так і на рівні управління окремим підприємством.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню проблеми функціонування підприємств корпоративного типу та особливостям їх поведінки присвячені роботи таких науковців як В. Євтушевський, О. Камілова, Д. Волков, О. Віханський, А. Захаров, С. Попов, П. Дем'яненко, а також К. Менар, Ф. Лютенс, Б. Мільнер, та інші [2, 4, 5, 6, 7, 8]. Проте, в більшості досліджень з даної проблеми увага приділяється або ли-

ше дослідженню загальних особливостей функціонування підприємств корпоративного типу, або дослідженню маркетингового середовища маркетингової інформації всіх підприємств без поділу за організаційною формою власності.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Таким чином, належної уваги комплексному висвітленню особливостей маркетингової інформації підприємств корпоративного типу та можливостей їх застосування для покращення позицій компанії на ринку у вітчизняній та закордонній літературі не приділено, що й обґрунтовує актуальність та стимулює проведення досліджень на дану тему.

Мета статті. Відповідно, метою даного дослідження є виявлення особливостей маркетингового середовища підприємств корпоративного типу з ціллю отримання необхідної маркетингової інформації та визначення напрямів покращення їх позицій в умовах активно діючого маркетингового середовища. Об'єктом дослідження виступає функціонування відкритого акціонерного товариства (БАТ) "Укртелеком" на телекомунікаційному ринку України.

Виклад основного матеріалу. БАТ "Укртелеком" – компанія, яка динамічно розвивається та на сьогодні займає монополіні позиції на телекомунікаційному ринку. Проте, вона втрачає свої позиції за рахунок зменшення кількості абонентів фіксованого телефонного зв'язку та непередставленості в сегменті мобільного зв'язку. Реалізація планів щодо виходу на мобільний ринок вимагає значних фінансових витрат та часу і породжує необхідність пошуку шляхів втримання абонентів іншим чином – більш оперативним та менш затратним [9].

При дослідженні маркетингового середовища БАТ "Укртелеком" необхідно чітко усвідомлювати, що окрім традиційних рис маркетингового середовища йому притаманні фактори, породжені специфікою саме акціонерного товариства як підприємства корпоративного типу. Кількість факторів маркетингового середовища підприємств корпоративного типу порівняно з підприємствами іншої організаційної форми власності суттєво змінюється, як правило, збільшується, а їх зв'язок стає більш складним. Внаслідок цього, аналіз оточення підприємства корпоративного типу – більш складний та багатоаспектний.

Дослідження низки публікацій з даної проблематики дає змогу виокремити загальні елементи маркетингового середовища підприємств корпоративного типу та визначити особливості маркетингової інформації, зокрема, на прикладі БАТ "Укртелеком", наступним чином [9]:

Споживачі: Населення України (близько 80 %), яке користується фіксованим міським, міжміським та міжнародним зв'язком, а також Інтернет послугами. Велика кількість споживачів на ринку.

Постачальники: Підприємство самостійно надає послуги. Для забезпечуючих процесів та матеріалів закуповує сировину у різних постачальників, диверсифікуючи ризики.

Товари-замінники: В сегментах фіксованого міського, міжміського та міжнародного зв'язку товаром-субститутутом виступає мобільний зв'язок, з яким компанія не представлена на ринку. В сегменті Інтернет послуги товари – замінники відсутні.

Конкуренти: В сегментах, в яких функціонує компанія, вона є монополістом. Загальна кількість операторів в різних сегментах від 10 до 200. Всі дрібні і не представляють загрози для компанії.

Економічні: зростання рівня доходів населення; інфляційні процеси; інші.

Технологічні: розвиток телекомунікаційних мереж; розвиток швидкісних комунікацій; розвиток мережі мобільного зв'язку; інші.

Контактні аудиторії: Комітет Верховної Ради України з питань транспорту й зв'язку, Державний комітет зв'язку та інформатизації України, Державний комітет з питань технічного регулювання та споживчої політики, Комітет захисту прав споживачів, Міністерство транспорту та зв'язку тощо.

Соціально-культурні: зростання частки користувачів мобільного зв'язку; прискорення темпів життя людей;

Політико-правові: політична нестабільність в країні; прийняття ЗУ "Про телекомунікації"; зняття обмежень уряду щодо ціноутворення на телекомунікаційні послуги; інші.

Окрім цього, маркетингове середовище підприємств корпоративного типу доповнюється специфічними елементами, які значно відрізняють оточення корпорації від оточення іншого ("класичного") підприємства [3]. Виникнення специфічних факторів маркетингового середовища підприємств корпоративного типу пов'язане саме з його організаційно-правовою формою. Так, до основних елементів мікросередовища окремо додається ще одна категорія суб'єктів, які здійснюють прямий вплив на діяльність підприємства корпоративного типу, – акціонери (для відкритих та закритих акціонерних товариств) або пайовики (для товариств з обмеженою відповідальністю). При аналізі даного фактору обов'язково необхідно враховувати той аспект, що акціонери/пайовики, у свою чергу, поділяються на вже діючих (яких необхідно втримати від виведення капіталу з уставного фонду) та потенційних (яких можна залучити при додатковій або ще первинній емісії цінних паперів). Відповідно, для позитивного результату аналізу потрібно врахувати їх цілі, фінансові можливості, очікування.

Іншим специфічним фактором середовища акціонерних товариств є поява акцій – цінних паперів, які забезпечують статус, а також основи функціонування акціонерних товариств. Також з'являються і "додаткові гравці корпоративного поля", якими є Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку, Антимонопольний комітет, Фонд державного майна тощо. Кожну з даних організацій в маркетинговому середовищі підприємства корпоративного типу можна віднести до контактної аудиторії підприємства, тобто до його мікросередовища.

До специфічних факторів середовища підприємств корпоративного типу опосередкованого впливу можна віднести більш складну та достатньо нерозвинуту (саме в Україні) законодавчу базу регулювання їх діяльності. Цей фактор є складовою політико-правового середовища підприємства. Окрім того, підприємства корпоративного типу можуть впливати і на соціально-економічні фактори шляхом більш активного впливу на соціальне положення населення: власники акцій/паяу мають інші (не основні) джерела доходу.

Для дослідження специфічних факторів БАТ "Укртелеком", в першу чергу, необхідно визначити, які події відбулися протягом останніх періодів, що мають в своїй основі зв'язок з організаційно-правовою формою "відкрите акціонерне товариство" та вплинули на діяльність підприємства. Серед таких процесів можна визначити наступні: стосунки з акціонерами, діяльність на фондовому ринку (емісія акцій, їх котирування, можливість IPO), процеси приватизації, зміна законодавчої бази, на підставі якої діє БАТ "Укртелеком" тощо.

Акціонери: Кількість акціонерів товариства нараховує більше 80 тис. юридичних та фізичних осіб. Контрольним пакетом володіє держава – 92,86 %. Виплачено дивідендів на суму 243 958 000 грн. [9];

Акції: Акціонерний капітал компанії складається з 18 726 248 000 простих іменних акцій номінальною вартістю 0,25 грн. кожна. Ринкова вартість однієї акції становить 1,11 – 1,15 грн. [9];

Потенційні інвестори: стабільний попит на акції у ПФТС з боку внутрішніх та зовнішніх інвесторів. Загальна вартість укладених за останній період договорів купівлі-продажу акцій товариства становить більше 80 млн. грн. [9].

Держава: держава розробила план продажу компанії: 5 % буде продано на українських біржах невеличкими траншами, а 37,86 % – на Лондонській фондовій біржі. 50 % +1 акція повинні залишитися у власності держави. Управління процесом здійснює ФДМУ [9].

Окрім цього варто відзначити вплив таких факторів як: розвиток рівня культури корпоративного управління; розвиток рівня взаємовідносин між акціонерами та управліннями компанії; зростання кількості акціонерних товариств; збільшення кількості компаній, чії акції котируються на ПФТС; поява, розгляд та доопрацювання проекту ЗУ про "Акціонерні товариства"; корумпованість урядових організацій; сприятливі умови для виходу на міжнародні фондові біржі.

Вивчення специфічних факторів маркетингового середовища підприємства корпоративного типу дає змогу отримати необхідну маркетингову інформацію та використати її для покращення ринкових позицій компанії. Так, наприклад, для підприємств корпоративного сектору відкривається можливість застосування концепції маркетингового акціонування – передача акцій компанії (або інших документів, що підтверджують право власності) її клієнтам відповідно до рівня їх лояльності. Таким чином, відбувається об'єднання тих, хто володіє брендом, і тих, хто цей бренд обирає і споживає. Здійснюючи покупку, клієнт обирає власну компанію в прямому значенні – він обирає компанію, якою він володіє. Продукт, який він обирає, є продуктом, виробленим його власною компанією.

Моделюючи поведінку відкритого акціонерного товариства "Укртелеком" в умовах активної маркетингової середовища, використаємо вищезазначену концепцію маркетингового акціонування та розглянемо можливість її застосування на практиці з точки зору можливих позитивних ефектів [1]. Необхідними умовами застосування концепції маркетингового акціонування, яким відповідає компанія "Укртелеком" є:

1) організаційно-правова форма власності – відкрите акціонерне товариство з вільним розміщенням та рухом акцій на фондовому ринку;

2) наявність "вільної" частини акцій (з додатковою чи без додаткової емісії), яку можна використати для стимулювання клієнтів-акціонерів без обмеження прав вже діючих акціонерів.

Окрім того, про успішні перспективи впровадження концепції маркетингового акціонування на БАТ "Укртелеком" свідчать наступні, задекларовані ними положення: прагне до розвитку нових способів і форм стимулювання споживчого вибору; враховує більш глибокі потреби клієнтів у продуктах і послугах; прагне пропонувати послуги з великою індивідуальністю і унікальністю; є соціально відповідальним і орієнтоване на високі цінності суспільства.

За цих умов алгоритм побудови моделі маркетингового акціонування компанії "Укртелеком" містить в собі наступні кроки.

1. Визначення цілей, яких може досягти БАТ "Укртелеком" при застосуванні концепції "маркетингового акціонування" та їх ранжування за пріоритетністю (збільшення прибутку за рахунок збільшення кількості абонентів, зниження затрат, збільшення вартості компанії тощо). Враховуючи сучасне положення компанії на ринку та її перспективи розвитку для нашої моделі буде визначено дві цілі:

✓ короткострокова ціль (тактична): збільшення прибутку за рахунок збільшення кількості абонентів;

✓ довгострокова ціль (стратегічна): підвищення вартості компанії за рахунок формування бази лояльних клієнтів та акціонерів, а також найбільш ефективного погодження їх інтересів в рамках функціонування компанії.

У визначенні вищевказаних цілей можлива певна некоректність, оскільки використання самої концепції маркетингового акціонування орієнтоване на довгострокову перспективу. Тому необхідно зазначити, що в даному випадку короткостроковою метою вважається мета, розрахована на період до 5 років, а довгостроковою – відповідно 6 років і більше.

2. Окреслення можливих варіантів досягнення цілей: написання програми по реалізації концепції "маркетингового акціонування" з обов'язковим визначенням цільової аудиторії даної компанії. Оскільки більшу частку прибутку компанії складають прибуток від надання послуг міжміського та міського зв'язку юридичним особам перший варіант застосування даної концепції буде окреслювати саме цей напрямок. Але враховуючи, що при застосуванні концепції маркетингового акціонування більшість стимулів переважно є психологічними і вони являють значну цінність саме для споживачів-фізичних осіб, другий напрям окреслить цей варіант. В ідеальному співвідношенні необхідно в рамках однієї програми залучати як фізичних, так і юридичних осіб.

Можливі варіанти цільової аудиторії програми маркетингового акціонування БАТ "Укртелеком" представлені в таблиці 1.

Таблиця 1. Цільові аудиторії програми маркетингового акціонування БАТ "Укртелеком"

№ п/п	Можлива цільова аудиторія	Відсоток в загальній кількості клієнтів, %	Відсоток залучених до програми маркетингового акціонування, %
1	Фізичні особи	36,91	Не більше 70 %
2	Юридичні особи	63,09	Не більше 30 %
3	Фізичні та юридичні особи	100	Не більше відповідно 40 % та 15 %

* Побудовано авторами на підставі експертної оцінки

3. Обґрунтування ресурсного забезпечення (часових, фінансових, людських, інформаційних ресурсів), необхідних для досягнення поставлених цілей при використанні концепції "маркетингового акціонування".

На підставі наявних даних прогнозуємо, що для розробки та реалізації програми маркетингового акціонування як для юридичних, так і для фізичних осіб, в першу чергу, будуть необхідні кваліфіковані кадри. Підприємство може надати перевагу як окремим фахівцям, що ввійдуть до його штату, так і скористатися послугами аутсорсингу і звернутися до агентства чи інвестиційної компанії. Потребує розробки також і програми передачі акцій споживачам. Враховуючи процеси приватизації, які на сьогодні активно проходять в "Укртелеком", частину акцій можна продавати за програмами лояльності:

✓ продаж частини акцій за спеціальною найбільш привабливою ціною найбільш лояльним клієнтам; програма продажу акцій за привабливою ціною іншим клієнтам компанії;

✓ програма залучення власників акцій, що не є клієнтами компанії, до активного споживання шляхом пропозиції додаткових знижок і привілеїв власникам акцій при покупках.

Необхідні будуть значні інформаційні ресурси для збору інформації про потенційних клієнтів та акціонерів а також, після прийняття позитивного рішення та затвердження програми комплексного маркетингового акціонування юридичних та фізичних осіб, "Укртелеком" має зробити такий крок як широкомасштабна національна рекламна кампанія з повідомленням про передачу значної частини власності компанії в руки її клієнтів.

4. Оцінка альтернативних варіантів реалізації концепції маркетингового акціонування. Критеріями оцінки привабливості варіантів для "Укртелекому" виступатимуть наступні показники: пріоритетність цілей по кожній програмі для компанії в цілому; затрати на реалізацію програми за кожним напрямом; охоплення найбільш бажаної цільової аудиторії; ризики та відповідні втрати від них за кожною програмою; рівень контролю; результати в короткостроковому та довгостроковому періодах.

Результати оцінки можливих варіантів зазначені в таблиці 2.

Оцінка проводилася експертним методом із застосуванням шкали оцінок: 1 – найменш прийнятна для компанії; 3 – найбільш прийнятна для компанії. Графічно результати даної оцінки зображено на рис. 1.

Отже, за даними експертної оцінки на підставі існуючої інформації найкращим рішенням реалізації першої програми маркетингового акціонування для "Укртелекому" буде програма, направлена на юридичних осіб, оскільки основними завданнями саме її є залучення максимальних інвестицій при мінімальних затратах. Потенційними клієнтами в даному випадку можуть виступати наступні компанії: "System Capital Management", "НАФТОГАЗ України", "Лінос", "Енергоатом" тощо. Тобто ті компанії, які є вагомими на ринках України та лідерами з споживання послуг Укртелекому.

Окреслимо основні ефекти маркетингового акціонування для компанії "Укртелеком":

1) *маркетингові ефекти*:

✓ позитивні ефекти: максимальне охоплення цільової аудиторії; стимулювання до здійснення більшої кількості покупок великих обсягів, а відповідно – збільшення загального обсягу продажу послуг; ефект публікацій та обговорень на тему застосування нового мето-

ду з боку видань, направлених на цей сегмент споживачів, частково охопить іншу цільову аудиторію – економія на вкладеннях в рекламні і PR-заходи.

✓ негативний ефект: юридичні особи – значні гравці на ринку, загроза значного впливу на прийняття рішень, бажання керувати підприємством повною мірою;

2) *фінансово-інвестиційні ефекти*: враховуючи, що акції компанії продаються на фондовому ринку, а клієнти – значні його гравці, додається ефект "особи клієнта": особиста вага, посилення впливу на котирування акції "Укртелекому", довіра до клієнта перенесеться на довіру до компанії тощо.

Таблиця 2. Результати оцінки можливих варіантів програми маркетингового акціонування ВАТ "Укртелеком"*

№ п/п	Критерій	Програма		
		Для фізичних осіб	Для юридичних осіб	Для фізичних та юридичних осіб
1	Пріоритетність цілей по кожній програмі для компанії в цілому	1	3	2
2	Затрати на реалізацію програми за кожним напрямом	3	2	1
3	Охоплення найбільш бажаної цільової аудиторії	1	2	3
4	Ризики та відповідні втрати від них за кожною програмою	2	3	2
5	Рівень контролю	3	2	2
6	Результати в короткостроковому періоді	2	2	3
7	Результати в довгостроковому періоді	1	3	2
	Сума балів	13	17	15

* Побудовано авторами на підставі експертної оцінки

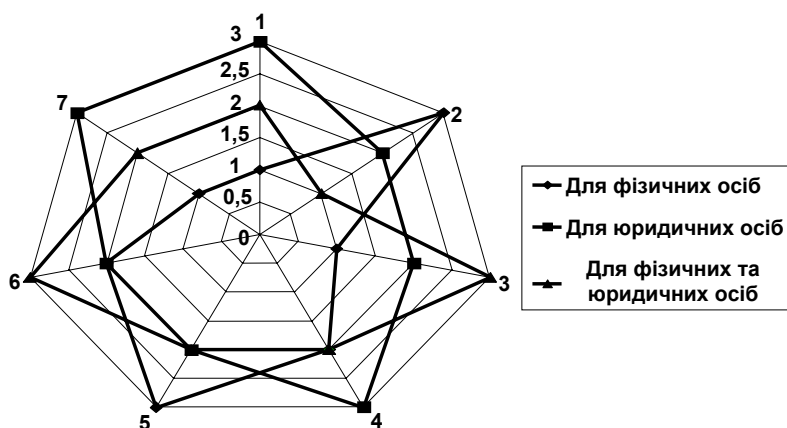


Рис. 1. Оцінка програм маркетингового акціонування для ВАТ "Укртелеком"

Таким чином, при ефективному розрахунку умов, короткострокова реакція ринку буде досить позитивною і спричинить значне зростання ціни акцій. У довгостроковій перспективі участь вагомих гравців фондового у програмі маркетингового акціонування "Укртелекому" підвищить фундаментальну вартість компанії і з'являються додаткові засоби для інвестицій. У підсумку збільшення ринкової вартості компанії в результаті марке-

тингового акціонування може бути надзвичайно високим при належній підготовці й ефективній інформаційній підтримці проведення заходів. В цьому ж випадку маркетингове акціонування буде використане для оцінки і наступного збільшення вартості акцій компанії вже направлене на фізичних осіб, і як наслідок, виникне група міноритарних акціонерів, зацікавлених в ефективній роботі компанії.

Найбільш вагомим ефектом для компанії "Укртелеком" буде створення альтернативи стратегічному інвестору – державі, за рахунок формування нового класу приватних власників, що мають довгострокову зацікавленість у компанії і лояльність, підкріплену певним рівнем споживання.

3) *управлінські ефекти*: дана програма дозволить досягти ефект синергії за рахунок об'єднання і взаємодоповнення функцій корпоративного управління і маркетингових служб різних юридичних осіб, а отже суб'єктів господарювання, що мають досвід роботи на ринках, також скоротяться витрати на збір інформації про потреби клієнтів, сегментування й аналіз споживачів.

Отже, використання компанією "Укртелеком" концепції маркетингового акціонування дозволить її посилити свої можливості і нівелювати загрози на ринку телекомунікацій України. Основними перевагами будуть:

- ✓ по-перше, маючи у володінні акції БАТ "Укртелекому" і здійснюючи покупку телекомунікаційних послуг, клієнт обирає "власну" компанію – він обирає компанію, якою він володіє. Продукт, який він обирає, є продуктом, виробленим його власною компанією;

- ✓ по-друге, додаткова увага ЗМІ дозволить постійно бути "на очах" інвесторів, а отже, отримати статус "відкритої компанії" та збільшити ймовірність одержання кредитних ресурсів;

- ✓ по-третє, наявність у складі акціонерів сильних клієнтів юридичних осіб дозволить лобювати інтереси "Укртелекому" на всіх рівнях влади;

- ✓ по-четверте, це дасть можливість компанії "Укртелеком" провести заплановану приватизацію більш відкритим шляхом з додатковою можливістю отримати не лише нових інвесторів і власників, а й лояльних споживачів.

Таким чином, в даній статті було зроблено першу спробу визначити особливості маркетингової інформації підприємств корпоративного типу, виділити та дослідити її загальні та специфічні елементи, змодельовано поведінку БАТ "Укртелеком" на основі концепції маркетингового акціонування. Звісно, визначена лише загальна характеристика даних особливостей, і їх детальному розгляду будуть присвячені подальші наукові дослідження.

1. Волков Д. Маркетинговое акционирование // В2В – Маркетинг.
2. Євтушевський В.А. Корпоративне управління : Підручник. – К.: Знання, 2006.
3. Кукура С.П. Теория корпоративного управления – М.: ЗАО "Издательство "Экономика", 2004.
4. Менар К. Экономика организаций. – М.: Инфра-М, 1996. – 159 с.
5. Попов С.А. Стратегический менеджмент. Видение – важнее, чем знание : Учеб. пособие для студ. упр. и экон. спец. вузов / Институт бизнеса и делового администрирования ИБДА. – М.: Дело, 2003. – 352 с.
6. Дем'яненко П.В. Розвиток економічного механізму функціонування акціонерних товариств // Економічне зростання України: стан та чинники забезпечення : Зб. наук. пр. – К., 2003. – С. 398-412.
7. Захаров А.И. Метод формирования стратегии в условиях активного воздействия внешней среды // Проблемы системного подхода в экономике. – Вып. 4. – К.: КМУГА, 2000. – С. 29-32.
8. Камілова Е.Р. Особливості маркетингу акціонерного товариства // Луганський нац. аграр. ун-т. Збірник наукових праць. – Луганськ, 2002. – N14 (26), т. 1: Серія: економічні науки. – С.410-414.
9. <http://www.ukrtelecom.ua/ua/about/today>.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

Н. Гончарова, д-р екон. наук, проф.

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ: ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ

У статті розглядаються проблеми розвитку промислового комплексу на інноваційних засадах та окреслено наслідки такого процесу.

The problems of development of production complex on the innovation base are analysed and the negative factors on the development are showed.

Постановка проблеми. Вітчизняний промисловий комплекс на сьогодні має суттєвий базовий потенціал, який, на нашу думку, необхідно включити до активізації інноваційного розвитку національної економіки. Зокрема:

- ✓ розгалужену мережу науково-дослідних і проектно-конструкторських організацій, галузевих і територіальних наукових центрів, рівень забезпечення кадрами, кваліфікація яких відповідає середньоевропейським стандартам;

- ✓ розвинуту систему освіти, у тому числі наявність достатньої кількості закладів з професійної підготовки, включаючи спеціалістів з вищою освітою;

- ✓ сучасний науково-виробничий потенціал з таких наукоємних галузей промисловості як аерокосмічна, електронна, виробництво засобів зв'язку, обчислювальної техніки, приладобудування, суднобудування та інші, значні резерви виробничих потужностей;

- ✓ привабливі природно-кліматичні умови та наявність різноманітних природних ресурсів, які мають вирішальне значення для розвитку промисловості;

- ✓ значну частку України в міжнародних науково-технічних програмах, розвинуту мережу партнерських відносин у зовнішньоекономічній, культурній та інших сферах.

Разом з тим промисловий комплекс на сьогодні має значні проблеми як для власного розвитку так і для економіки в цілому. Серед них найбільш значущі:

- ✓ невідповідність галузевої структури виробництва сучасним вимогам до економіки, зорієнтованої на інно-

ваційний шлях розвитку. Зокрема, невинувато мала частка машинобудування в структурі промисловості, яка до того ж постійно зменшується, й, навпаки, домінування галузей видобувних і первинної переробки сировини;

- ✓ посилення тенденції до одночасного зростання разом з підвищенням частки видобувних галузей та галузей первинної переробки сировини енергомісткості одиниці ВВП;

- ✓ пасивний підхід багатьох наукових установ до комерціалізації наукових результатів, недостатньо активне використання національного науково-технічного потенціалу в інтересах України;

- ✓ слабка розвиненість малих та середніх інноваційних підприємств, майже відсутність посередницьких організацій, які працюють на інновації, а також венчурного фінансового потенціалу;

- ✓ недостатній рівень державного впливу на розвиток в Україні інноваційної діяльності, невідповідність існуючої системи органів державного управління моделі інноваційного розвитку економіки, необґрунтована постійна реорганізація цих органів, що призводить до втрати стратегічної зорієнтованості в їх діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем інноваційного розвитку промислового комплексу займалась значна кількість авторитетних вітчизняних вчених, серед них слід виділити: В. Гесця, В. Семиноженко, А. Гальчинського та інших.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Оскільки, як визначено "Стратегією..." [1], головною

метою державної економічної політики є забезпечення переходу в максимально короткий термін вітчизняної економіки на інноваційну модель розвитку, проведення необхідних для цього динамічних структурних і функціональних змін у вітчизняному виробництві, які мають сприяти розширенню його можливостей створювати конкурентоспроможну продукцію, задовольняти потреби суспільного та особистого споживання, накопичення національного багатства і т. ін., вважаємо за доцільне звернути увагу на визначення параметрів інноваційного розвитку промисловості та активізацію зусиль саме в напрямку вирішення вказаних проблем.

Мета статті. Головною метою даної роботи є аналіз проблем розвитку промислового комплексу на інноваційних засадах та виявлення наслідків зазначеного процесу.

Виклад основного матеріалу. Отже, визначення параметрів інноваційного розвитку, на нашу думку, повинно відповідати таким принципам:

- ✓ пріоритетна підтримка науки, освіти та виробництв, які забезпечують економічне зростання за рахунок активного використання інноваційних факторів та припинення необґрунтованої практики так званого захисту за рахунок зарахування неплатежів, дотацій та інших пільг;

- ✓ забезпечення випереджальної динаміки зростання вартості робочої сили (порівняно з темпами зростання ВВП), створення за рахунок цього умов для підвищення творчої та підприємницької активності працівників, а також для активного формування досить вагомого джерела економічного зростання – заощаджень громадян;

- ✓ оптимізація державних запозичень та переорієнтація їх переважно на інвестування створення ефективних виробництв, технологічного оновлення існуючих підприємств і підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції;

- ✓ орієнтація діяльності державних органів на переважне надання підприємствам, організаціям та установам адміністративної підтримки та державних послуг, що сприяють інноваційному розвитку промисловості та реалізації державної інноваційної політики.

При виявленні інноваційних параметрів також необхідно мати на увазі час (термін) і рівні. Враховуючи прискорену економічну динаміку параметри слід визначати на 5-10 років з наступним корегуванням за результатами реалізації та зміни ринкової кон'юнктури. Їх рівнем у нашому випадку є промисловість. Отже, вважаємо за доцільне визначити такі параметри:

- ✓ розробка чітких стратегічних напрямків та обґрунтування параметрів інноваційного розвитку вітчизняної економіки;

- ✓ здійснення необхідних структурно-функціональних змін в економіці, забезпечення досягнення нею стандартів інноваційно-орієнтованих економік;

- ✓ вдосконалення схеми виробництва та споживання з метою досягнення динамічного розвитку економіки, оптимізація ресурсно- та енергомісткості ВВП;

- ✓ створення мережі інноваційних структур: технопарків, технополісів, технологічних інкубаторів, венчурних фірм, промислово-фінансових груп та інших форм економічного поєднання науки, освіти, виробництва, фінансового капіталу;

- ✓ активізація використання сучасних технологій прийняття управлінських рішень в економіці і державному управлінні;

- ✓ розробка і впровадження в практику цілісної системи законів про інноваційну діяльність та створення ефективних механізмів їх реалізації;

- ✓ створення розгалуженої системи джерел фінансування інноваційної діяльності та механізмів стимулювання інвестицій в інноваційний розвиток економіки;

- ✓ використання міжнародного фактору в розвитку вітчизняної економіки;

- ✓ орієнтація державної політики в соціальній і гуманітарній сферах на ефективне формування сучасної інноваційної культури суспільства.

Комплексна реалізація вказаних параметрів на даному етапі є необхідною умовою досягнення мети – побудови інноваційно-орієнтованої економіки України.

Які ж наслідки можна буде отримати від практичного втілення вказаних задумів? Їх реалізація перш за все буде сприяти структурній перебудові промислового комплексу та підвищенню його конкурентоспроможності. Головним змістом структурного маневру на період реалізації інноваційного напрямку буде прискорений розвиток галузей і виробництв, які мають сприятливі умови для розширення обсягів реалізації своєї продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках. При цьому очікується випереджаюче зростання частки галузей і виробництв з високим ступенем промислово-технологічної переробки, питомою вагою доданої вартості та швидким оборотом капіталу.

Враховуючи ключове значення машинобудування для технологічного переозброєння всіх галузей виробництва можна чекати нарощування частки машинобудування в загальній структурі промисловості. При цьому за рахунок докорінного технологічного переозброєння виробництва обсяг продукції на одного працюючого в машинобудуванні має збільшитись у 2–2,5 рази. Такі визнані лідери машинобудування, як авіаційна, ракетно-космічна, суднобудівна та оборонна галузі зможуть сформувати і здійснити програми реструктуризації виробництв.

Основний акцент у розвитку галузей важкої промисловості буде зроблено не на нарощування кількісних показників, а на підвищення якості продукції, перехід на екологічно прийнятні технології. У металургійному комплексі можна буде забезпечити інтенсивний технологічний розвиток порошкової та кольорової металургії, зокрема виплавки алюмінієвих та титанових сплавів, використати як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках переваги, які дають країні доробки українських вчених у галузі нових технологій, інструментального виробництва, електрозварювання, спецелектрометалургії.

Суттєво зростуть можливості здійснити на інноваційній основі реструктуризацію вугільної промисловості, вирішити проблеми підвищення надійності експлуатації атомних електростанцій, усе розмаїття екологічних проблем паливно-енергетичного комплексу. Здійснення цілеспрямованих структурно-функціональних змін в економіці мають привести до кардинального зростання частки інноваційного фактору в прирості ВВП.

Успішна реалізація вказаних параметрів інноваційного розвитку промисловості може здійснитись при відповідному нормативно-правовому забезпеченні. Головним змістом роботи в цьому напрямку є створення і прийняття нормативно-правових актів, які матимуть структурну повноту і системну завершеність. Потребують законодавчого врегулювання наступні першочергові питання виявлення і реалізації проблеми:

- ✓ переорієнтація державного впливу від прямого втручання в економічні процеси до переходу на більш ефективні методи опосередкованого впливу: створення умов для зростання ринкового попиту на інновації та інноваційну продукцію, сприяння розвитку конкурентного середовища;

- ✓ внесення змін та доповнень до Бюджетного кодексу України стосовно запровадження в системі видатків держбюджету спеціальних фондів фінансування науково-технічних та інноваційних програм;

- ✓ створення механізмів участі держави в покритті інноваційних ризиків високотехнологічних підприємств та формування венчурного капіталу;

✓ розробка механізмів податкового, кредитного, гарантійного та страхового стимулювання освіти і діяльності розгалуженої мережі фінансово-інноваційних підприємств різних форм власності, а також інноваційних ринків, бірж тощо;

✓ вдосконалення механізму державного замовлення на інноваційну продукцію;

✓ стимулювання участі комерційних банків в інвестуванні інноваційної діяльності;

✓ державного регулювання трансферу технологій;

✓ забезпечення прав на об'єкти інтелектуальної власності і стимулювання інноваційної діяльності;

✓ регулювання міжнародного науково-технологічного та економічного співробітництва.

Створення адекватного інноваційно-орієнтованій економіці правового поля має враховувати необхідність адаптації національного законодавства до законодавства Європейського Союзу та до вимог і норм системи угод, які Україна має та передбачає мати з міжнародними організаціями та окремими країнами.

У якості потенційних параметрів інноваційного розвитку слід задіяти державну підтримку партнерської участі української сторони у міжнародних інноваційних проектах та програмах. Україна сьогодні приймає участь в різноманітних проектах і програмах, що мають міжнародний статус, але має можливість суттєво розширити своє програмне поле. Необхідно провести аналіз існуючих програм і співвіднести їх із можливостями держави щодо їх фінансової підтримки, а також залучення приватного капіталу.

Пріоритети повинні віддаватися, перш за все, міжнародним програмам під егідою Європейського Союзу та країн СНД. Механізми подібної участі розроблено досить детально. Завдання полягає в ініціюванні нових програм на таких умовах, що існували й існують у ЄС для країн Центральної та Східної Європи. Це дозволить не тільки залучати більш значні кошти до виконання НДДКР та інноваційних проектів, але і розширити спектр співробітництва між українськими та зарубіжними організаціями.

Нормативно-правова база повинна формуватися у відповідності із тенденціями, що спостерігаються у світі. Тим більше, що Україна приєдналася до більшості існуючих угод та конвенцій у сфері захисту інтелектуальної власності, ноу-хау тощо. При цьому слід мати на увазі, що законодавча влада напружувала досить солідну законодавчу базу щодо забезпечення економічного зростання національної економіки на макро – та мікрорівні. Проблеми полягають у тому, що, по-перше, не розроблено ефективного механізму введення напрацьованих законодавчих актів у дію. По-друге, значна кількість законодавчих актів має відверто декларативний характер і не сприяє реальному розвитку ні національної економіки ні зміцненню міжнародного співробітництва. Тому головним завданням повинен стати перегляд існуючих угод і законів із метою їхнього наповнення конкретним змістом,

зокрема щодо забезпечення реалізації пріоритетів, які б дозволили забезпечити реальну інтеграцію підприємств у високотехнологічні сектори світової економіки. Необхідно розробити перелік унікальних наукових об'єктів, розташованих на території України, які можуть бути використані в міжнародних проектах.

Взагалі відповідні положення щодо розвитку інноваційного співробітництва повинні входити до нових угод, що укладає Україна із зарубіжними країнами та міжнародними організаціями, зокрема в економічній сфері.

Політика держави щодо стимулювання впливу інноваційної продукції повинна бути більш активною і цілеспрямованою. Державі слід виходити із своїх стратегічних інтересів, а не короткочасної вигоди. Цього можна досягти за рахунок впровадження двох груп заходів. По-перше, держава повинна створити дійсно рівні умови для роботи підприємств у традиційних секторах економіки. Це знизить середню прибутковість таких підприємств і змусить більшість з них впроваджувати інновації або переносити свою діяльність у високотехнологічні сектори. По-друге, стимулювання експорту повинне бути узгоджено з законодавством зарубіжних країн, що дозволить уникнути можливих судових переслідувань.

Формуючи пропозиції щодо визначення параметрів інноваційного розвитку промисловості, які, на нашу думку, можуть скласти снову пріоритетів та сфер їх реалізації, ми також певним чином не позбавилися декларативності. Але надто вже складна проблема порушена в даній статті. Цілком логічним, на нашу думку, є науково-аналітичний підхід до визначення пріоритетів з залученням теорій економічного зростання. Справа в тому, що вирішення такого архіскладного питання, яким є економічне зростання вимагає в якості базового підґрунтя використання солідного наукового апарату. Як відомо, саме теорія є найбільш дієвою практикою. Тим більше, що існують вельми доказові факти використання такого апарату розвиненими країнами. Саме наукова логіка, наукова аргументація, вивірені факти дозволяють прийняти найбільш ґрунтовне рішення щодо розвитку економіки на будь-якому рівні, а особливо державному при визначенні як стратегій розвитку так і прийнятті поточних рішень.

Висновки і перспективи подальших розробок. Ми сподіваємося на відповідну реакцію на наукові узагальнення та точки зору, викладені в даній статті і науковців і, особливо, урядових структур, які власне й приймають рішення щодо напрямів та сфер економічного розвитку.

1. Гець В., Семиноженко В. Спеціальні економічні зони: "чорні діри" чи точки економічного росту? // Інвестиції: практика та досвід. – № 22. – 2006. 2. The Government's Manufacturing Strategy (DIT UK) / Переклад С. Губанова // Економіст. – № 10. – 2003. 3. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки) "шляхом Європейської інтеграції" / Авт. кол.: А.С. Гальчинський, В.М. Гець та ін.; Нац. ін-т стратег. дослідж., Ін-т екон. прогнозування НАН України. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

І. Горбась, асист.

ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ ПОНЯТТЯ "ДИВЕРСИФІКАЦІЯ"

Розглянуто наукові та професійні тлумачення суті поняття "диверсифікація". Висвітлено основні види, типи і напрямки диверсифікаційних процесів.

Main scientific and professional interpretations of the diversification idea are examined. Diversification processes basic forms, types and aspects are illustrated.

Постановка проблеми. На сьогодні термін "диверсифікація" стійко увійшов у сучасний економічний лексикон та набув широкого поширення. Проте часто суть цього поняття залишається невизначеною та розмитою,

що пояснюється множинністю його тлумачень й інтерпретацій у науковій та фаховій економічній літературі. Це призводить до необхідності чіткого визначення і пояснення суті диверсифікації як економічного процесу на

макрорівні та на рівні підприємства, фірми, господарюючого суб'єкта.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Специфіка протікання й розвитку диверсифікаційних процесів в умовах глобалізації є достатньо популярною тематикою сучасних досліджень. Автори розглядають диверсифікацію як загальнокорпоративну стратегію функціонування і розвитку підприємства, фірми [2, 13, 14]. У вітчизняних й зарубіжних дослідженнях і наукових працях диверсифікація трактується як: метод формування та управління інвестиційним портфелем [1, 3, 16]; спосіб мінімізації господарських ризиків [7, 14, 15, 16] стратегія антикризового управління [15]. Особливо слід відмітити роботи О. Віханського, В. Немцова, З. Шершньової, Г. Немченко, Т. Маркової, В. Моїсєєва, М. Миньківської, М. Радевої та інших, у яких проблематиці трактування суті диверсифікації відводиться не останнє місце.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Складність та багатогранність суті диверсифікації зумовлює неоднозначність трактування цього поняття. Управління диверсифікацією вимагає чіткого визначення її змісту та основних параметрів й характеристик. Тому, потребують подальшого дослідження питання класифікації видів, форм та напрямків диверсифікації на рівні підприємства, фірми, організації.

Мета статті полягає в узагальненні існуючих визначень поняття "диверсифікація"; систематизації класифікації видів і типів диверсифікаційних процесів на підприємствах; формулюванні комплексного визначення поняття "диверсифікація", яке відображатиме зазначені особливості.

Виклад основного матеріалу. Етимологічно слово походить від латинського "diversus" – різний, "facere" – роботи, "diversifikatio" – зміни, різноманіття. Відповідно до економічних словників "диверсифікація" – це:

- ✓ проникнення монополій у сфери, що не мають прямого виробничого зв'язку чи функціональної залежності від основної галузі їх діяльності. Рівень диверсифікації вимірюється ідентифікацією числа галузей чи номенклатури продукції (послуг), що охоплює діяльність підприємства і визначенням часток основного і диверсифікаційного виробництва [5];

- ✓ форма концентрації капіталу, пов'язана з проникненням раніше спеціалізованих підприємств (чи монополій) в інші галузі виробництва, сферу послуг в результаті чого відбувається багатогалузевий розвиток, змінюється співвідношення кількості вузькоспеціалізованих та диверсифікованих виробництв, що функціонують ся на ринку [5];

- ✓ розширення об'єктів діяльності, номенклатури продукції, що виробляється монополістичними об'єднаннями [12];

- ✓ розподіл інвестованих та позикових грошових капіталів між різними об'єктами вкладення з метою зниження ризику можливих втрат капіталу чи доходів від нього [16, с. 161].

- ✓ розширення асортименту, зміна виду продукції, яка виробляється підприємством, фірмою, освоєння нових видів виробництв з метою підвищення ефективності виробництва, отримання економічної вигоди, попередження банкрутства;

- ✓ розширення форм діяльності, видів продукції, фінансових інструментів з метою мінімізації господарських ризиків, а також виживання підприємств у сучасних ринкових умовах; множинність; різноманітність; різнобічність;

- ✓ збільшення кількості виробництв і номенклатури товарів (послуг), які виробляються окремими підприємствами у нових для них сферах;

- ✓ розподіл вкладень в економіку або кредитування грошовими капіталами між різними об'єктами з метою

зниження ризику втрат та у надії отримати більш високий дохід;

- ✓ розширення діапазону діяльності підприємства, фірми, корпорації за межі основного бізнесу, проникнення в інші галузі виробництва й на ринки нових товарів і послуг, здебільшого прямо не пов'язаних з основною сферою їх діяльності [9];

- ✓ інструмент формування інвестиційного портфелю та засіб зниження ризику особливо у випадках обмеження експансії в традиційні сфери бізнесу шляхом ефективного використання наявних активів, і лише потім – отримання прибутку від створення нового продукту;

- ✓ володіння найрізноманітнішими фінансовими активами, кожен з яких має різний рівень ризику, з метою зниження загального рівня ризику портфелю в цілому;

- ✓ загальна ділова практика, спрямована на розширення номенклатури товарів і послуг та/або географічної території для того щоб зосередити ризик і зменшити залежність від циклічності бізнесу.

Наукова і фахова література виділяє наступні тлумачення поняття "диверсифікація":

- ✓ проникнення спеціалізованих фірм до інших галузей виробництва, сфери послуг тощо в результаті чого розвиваються багатогалузеві комплекси;

- ✓ розширення асортименту виготовлення виробів, надання послуг;

- ✓ одна з форм концентрації капіталу, пов'язана з проникненням раніше спеціалізованих фірм (промислові, транспортні, будівельні, фінансові і т.п.) в інші галузі виробництва, сфери послуг і т.д.;

- ✓ новий вий напрям діяльності компанії, пов'язаний з наявними напрямками бізнесу, який збільшує дохід від оптимізації портфелю, реструктуризації, передачі та розподілу ресурсів;

- ✓ розширення номенклатури товарів, вироблених підприємством, спрямоване на одержання економічної вигоди від комбінування виробництва;

- ✓ одночасний розвиток багатьох, не зв'язаних або слабо зв'язаних один з одним видів виробництв, розширення обсягів діяльності, номенклатури продукції і послуг, асортименту вироблених товарів у масштабі держави, області, регіону, підприємства;

- ✓ розширення набору номенклатури продукції, що випускається, має деякий зв'язок з основною номенклатурою, з основними способами виробництва на підприємстві;

- ✓ термін, застосований до процесу перерозподілу ресурсів, що існують на даному підприємстві, в інші сфери діяльності, що істотно відрізняються від попередніх;

- ✓ процес збільшення кількості різноманітних ринків, які обслуговуються окремою індивідуальною фірмою, що "служить провідником географічної експансії" [7];

- ✓ стратегія росту, яка спрямована на розширення, диференціацію і/або зміну напрямків діяльності підприємства і одночасно несе на собі методи антикризового управління;

- ✓ різноманіття, різнобічний розвиток;

- ✓ новий вий напрям діяльності компанії, пов'язаний з наявними напрямками бізнесу, який збільшує дохід від оптимізації портфелю, реструктуризації, передачі та розподілу ресурсів;

- ✓ вирішальна фаза фінансового менеджменту, яка проявляється у двох аспектах. Перший – інвестування грошей у різноманітні цінні папери, об'єкти. Другий – створення багато профільних підприємств, що займаються різними видами підприємницької діяльності. При цьому диверсифікація призводить до таких комбінацій товарів, що виготовляються, які дозволяють завоювати широкі ринкові простори і здійснювати комплексне обслуговування споживачів. Метою диверсифікації тут

виступає зниження ризику банкрутства і підвищення конкурентноздатності фірми [14];

✓ стратегія антикризового управління. Це активний метод реакції на зовнішні загрози, потужний фактор подолання кризових явищ і процесів, який сприяє розширенню сфери діяльності суб'єкта управління в будь-якому напрямку [15];

✓ стратегія, що обумовлюється бажанням підприємства вижити, підвищити ефективність та знизити ризик за рахунок освоєння нових напрямків діяльності з метою формування напрямків діяльності, які сприятимуть ефективному розвитку підприємства за рахунок багатосторонньої діяльності;

✓ стратегія зменшення ризику шляхом його об'єднання за декількома активами, чий індивідуальний прибуток поведеться по різному незалежно один від одного. Іншими словами, її можна характеризувати як внесення капіталу в різні незв'язані між собою підприємства.

Як бачимо, спільним у більшості визначень є трактування диверсифікації як процесу, направлено на різноманітність і розширення діяльності підприємства, з метою отримання додаткового прибутку і мінімізації ризику, різними шляхами. Широта і множинність визначень диверсифікації підтверджують складність сутності цього процесу. Диверсифікація впливає на різні аспекти виробничо-господарської діяльності підприємства, тому їй притаманні різні напрямки розвитку, розглянемо найбільш поширені з них:

✓ диверсифікація виробництва – одночасний розвиток багатьох, не пов'язаних один з одним видів виробництва, розширення асортименту товарів, що виробляються (диверсифікація вертикальна, горизонтальна, конгломератна);

✓ диверсифікація продукції – розширення значного числа модифікацій однієї і тієї ж продукції. Проводиться на високо конкурентних ринках зі стабільним попитом і пропозицією (реальна задоволення запити споживачів, уявна – залишає якісні характеристики незмінними, і модифікує лише дизайн і упаковку). Використовується на ринках зі стабільним попитом та пропозицією і твердою конкуренцією з боку пропозиції;

✓ диверсифікація економічної діяльності – розширення активності великих фірм, об'єднань, підприємств і цілих галузей за рамки основного бізнесу, під яким розуміється виробництво товарів і послуг, що мають максимальні частки в чистому обсязі продажів у порівнянні з іншими видами продукції, що випускається;

✓ диверсифікація експорту – збільшення кількості видів і найменувань продукції і послуг, призначених для експорту;

✓ диверсифікація ризиків – підприємницька діяльність у сферах, що характеризуються різними видами ризиків; прийняття на страхування різних видів ризиків;

✓ диверсифікація інвестиційна та фінансова – формування і управління інвестиційним портфелем та напрямками вкладень капіталу;

✓ диверсифікація банківська – розміщення фінансових активів у різних банках з метою мінімізації ризиків;

✓ диверсифікація валютних резервів – збереження валютних резервів банку у різних національних валютах.

Окрім основних вказаних напрямків диверсифікації також зустрічаються вузькоспеціалізовані, які залежать від виду економічної діяльності господарюючого суб'єкта та особливостей його управлінської системи [8, 15]:

✓ диверсифікація за постачальниками, ринками збуту, асортиментом продукції (послуг), видами діяльності;

✓ диверсифікація малих підприємств, що представляє собою розвиток бізнесу, поліпшення фінансового стану відповідної ринкової ніші;

✓ диверсифікація лізингових операцій: лізинг малих активів, малий роздрібний лізинг, лізинг допомоги продачам, лізинг крупних активів, оперативний лізинг тощо;

✓ диверсифікація джерел фінансування проявляється появою змішаних форм фінансування (державного і приватного) і нових форм – кредитні форми фінансування;

✓ диверсифікація робочого часу пов'язана зі зміною частки зайнятого трудового населення, тривалістю робочого тижня тощо;

✓ диверсифікація фінансової діяльності підприємства: диверсифікація валютного портфелю, депозитного портфелю, кредитного портфелю, портфелю цінних паперів, програм реального інвестування тощо.

Аналіз наведених визначень показує, що сучасна наукова і фахова література виділяє два основних види диверсифікації. Перший – інвестиційна диверсифікація (іноді її називають фінансовою), вона стосується формування й управління інвестиційним портфелем фізичної чи юридичної особи. Метою такої диверсифікації виступає мінімізація сукупної ризиковості портфелю та стабілізація грошових надходжень (прибутків) від вкладеного капіталу. Другий – виробнича диверсифікація, яка відноситься не лише до технологічно-виробничого процесу, а стосується господарської діяльності підприємства в цілому. На класифікації типів виробничої диверсифікації зупинимося детальніше.

Відповідно до широкого тлумачення суті диверсифікації, існують різні підходи до трактування виробничої диверсифікації та її видів (горизонтальна, вертикальна, концентрична, конгломератна):

✓ поширення господарської діяльності на сфері економіки, що не пов'язані прямою виробничою кооперацією і не конкурують один з одним. Основні види: концентрична (створення виробництв для випуску продукції, що відноситься до профілю інших галузей на основі власних чи придбаних розробок); конгломератна (придбання підприємств і фірм, що спеціалізуються в різних галузях виробництва [5, с. 96];

✓ розширення асортименту чи/та зміна вигляду продукції, що виготовляється підприємством, фірмою, одночасне освоєння та розвиток багатьох непов'язаних між собою видів виробництва з метою підвищення ефективності виробництва, запобігання банкрутству [8, с. 79];

✓ розширення асортименту продукції за рахунок нових товарів-аналогів з метою підвищення попиту на них у традиційного покупця – горизонтальна; розширення асортименту шляхом випуску нових товарів як доповнення до існуючих – концентрична; об'єднання в рамках однієї управлінської структури виробництв, що відносяться до різних галузей економіки – багатогалузева [16];

✓ поповнення номенклатури виробами, що технічно або маркетингово схожі з традиційним товаром (концентрична виробнича диверсифікація); поповнення асортименту виробами, що не пов'язані з традиційними, але можуть викликати інтерес на традиційних ринках (горизонтальна); поповнення асортименту виробами, що не мають відношення до традиційних технологій, товарів та ринків (конгломератна);

✓ робота зі старими споживачами (горизонтальна); випуск продукції, що входить до складу виробничого ланцюжка старої продукції (вертикальна); перехід до діяльності без зв'язку з попередньою сферою (латеральна).

Аналіз понять "диверсифікація виробництва" дає змогу трактувати його як: напрямок стратегічного розвитку підприємства, що пов'язаний з ростом, розширенням, проникненням, в тому числі виробничим – зосередження виробництва різноманітної продукції на базі спеціалізації або процес створення на базі основного

підприємства нових виробництв та використання існуючих для випуску нової номенклатури виробів, що може мати різні функціональні форми щодо основного виробництва з метою завоювання нових ринків, отримання додаткових прибутків, мінімізації ризиків та посилення власних конкурентних позицій.

Диверсифікація виробництва являється внутрішнім способом оптимізації (зниження) ризику, зменшує вразливість підприємства негативним змінам, в умовах нестабільності виступає інструментом виживання й розвитку, оскільки врівноважує втрати (недоотримання прибутків і збитки) і прибутки в різних сегментах ринку.

Висновки і перспективи подальших розробок. Як ми бачимо, диверсифікація відбувається під впливом ринкових процесів з комерційними та соціальними цілями. Вона дозволяє більш ефективно використовувати підприємницькі здатності й резерви, підвищувати загальну норму прибутковості на інвестований капітал. Виступає способом зниження підприємницького ризику шляхом ефективного управління бізнесом – портфелем видів діяльності підприємства.

Таким чином, на основі дослідження теоретичних аспектів диверсифікації [2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 16] необхідно відмітити, що поняття "диверсифікація" більшістю авторів представлено як складний процес, що охоплює різноманітні організаційні, економічні, правові, соціальні та інші зміни на підприємстві або фірмі, завданнями якого є – підвищення ефективності виробництва, зниження ризику банкрутства, своєчасна реакція та адаптація змінам економічної кон'юнктури ринку з метою забезпечення росту прибутків за рахунок використання ринкових можливостей і формування, збереження і зміцнення конкурентних переваг та позицій на ринку (мікрорівень). На макрорівні диверсифікація має на меті – розвиток пріоритетних галузей економіки та перелив капіталу з традиційних чи низько прибуткових галузей в найбільш перспективні та наукомісткі, високопродуктивні галузі; удосконалення механізму трансферу технологій; формування господарського середови-

ща ринкової економіки, розвиток ринкової інфраструктури за рахунок створення товаровиробниками власної інфраструктури; демонополізацію економіки шляхом розукрупнення об'єднань, появи нових суб'єктів ринку, посилення конкуренції; зміну галузевої структури економіки країни та розвиток міжгалузевих зв'язків.

Диверсифікація діяльності підприємства – це динамічний процес, що відбувається під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів ринкового середовища, а тому може мати різні цілі і мотиви. Основною комерційною метою диверсифікації, незалежно від її цілей і мотивів, являється збільшення прибутку, за рахунок додаткових ринкових можливостей, і формування, збереження й зміцнення конкурентних переваг. При цьому методи і форми підтримки конкурентних переваг залежать виключно від виду економічної (виробничо-господарської) діяльності підприємства, специфіки його управлінської системи і галузі в цілому.

1. Андриасова И. Шесть типов активности // Риск. – 1996. – № 10-12.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Питер, 1999.
3. Економічна енциклопедія: У трьох томах / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр "Академія", 2000. – Т. 1.
4. Ермошенко Н.Н., Скворцов Н.Н. Словарь-справочник предпринимателя. – К.: УкрИНТЭИ, 1993.
5. Золотогоров В.Г. Энциклопедический словарь по экономике. – Минск: Полымя, 1997.
6. Краткий внешнеэкономический словарь-справочник. – М.: Междунар. отношения, 1991.
7. Лебедев Ю.Г., Богатырев С.Ю. Диверсификация промышленных систем // Известия высших учебных заведений. Сер.: Цветная металлургия. – 1997. – № 4. 8. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 2-е изд., испр. – М.: ИНФРА – М., 1999.
9. Савицкая Е.В., Есеев О.В. Экономический словарь-справочник для юных бизнесменов. – М.: Финансы и статистика, 1994.
10. Словарь иностранных слов. – 18-е изд., стереот. – М.: Рус. яз., 1989.
11. Словник-посібник економічних термінів: Рос.-укр.-англ. / О. Дрозд, В.В. Дубічинський, А.С. Д'яков та ін.; За ред. Т.Р. Кияка. – К.: Вид. Дім. "КМ" Academia, 1997.
12. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. – 4-е изд. – М.: Сов. энциклопедия, 1989.
13. Стратегический синергизм. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004.
14. Уткин Э.А. Управление фирмой. – М.: Акалис, 1996. – 320 с.
15. Чернявский А.Д. Антикризисное управление : Учеб. пособие. – К.: МАУП, 2000.
16. Экономическая энциклопедия / Ин-т экономики; Гл. ред. Л.И. Абалкин. – М.: Экономика, 1999.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

О. Євтушевська, асп.

ІННОВАЦІЙНІ СКЛАДОВІ ВІТЧИЗНЯНОЇ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Висвітлюється сутність інноваційних складових корпоративної культури та їх вплив на становлення вітчизняної корпоративної культури. Досліджується розвиток корпоративної культури в Україні, надаються рекомендації стосовно її вдосконалення. Визначаються основні особливості функціонування вітчизняної корпоративної культури.

The nature and the influence of the innovation elements of a corporate culture on a domestic corporate culture are lightening. A development of the corporate culture in Ukraine are researching and recommendations of its improvement are giving. A main distinctiveness of the functionation of the domestic corporate culture are giving.

Постановка проблеми. Становлення та розвиток корпоративного сектора України призвів до необхідності формування вітчизняної корпоративної культури, що, значною мірою, регулює діяльність акціонерних товариств. Рівень її розвитку є індикатором збалансованості корпоративних відносин, що формуються в межах корпоративного сектора. Корпоративна культура являє собою внутрішню мотивацію діяльності акціонерного товариства, а також є результатом культурного розвитку як суспільства в цілому, так і окремих індивідів зокрема. Розвиток корпоративної культури є досить складним процесом, який поєднує у собі вплив та взаємодію різних факторів як об'єктивного так і суб'єктивного характеру. Категорія корпоративна культура також має свою структуру, яка умовно поділяється на декілька рівнів, кожен з яких є результатом розвитку господарською діяльності, а також результатом впливу людського фактору. Одним з найважливіших завдань для України на сьогодні є пошук шляхів вдос-

коналення вітчизняної корпоративної культури, зокрема її інноваційних складових.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням проблем розвитку корпоративної культури займається ряд вчених, зокрема В. Співак, Н. Тесакова, Є. Катасонова, Л. Хайет, І. Драб та інші. Проте, варто зазначити, що обсяги дослідження корпоративної культури не є достатніми, так як остання характеризується значною динамікою розвитку, особливо у країнах з нестабільною економічною ситуацією, зокрема в Україні. Недостатньо дослідженим є питання інноваційних складових корпоративної культури, які впливають на розвиток вітчизняної системи корпоративної культури в цілому.

В цілому, вчені здебільшого, досліджують сутність та структуру корпоративної культури. Зокрема, у [1, с.332] аналізується сутність корпоративної культури, чинники, що впливають на її розвиток, а також формування вітчизняної системи корпоративної культури. В [2, с.159] досліджуються основні типи корпоративної

культури, які характерні для країн з різним рівнем розвитку, зокрема надається їх детальна класифікація, в залежності від різних критеріїв дослідження. В [3, с.44] аналізується філософський підхід стосовно проблеми розвитку корпоративної культури. Можна сказати, що дослідження проблеми інноваційних складових корпоративної культури в Україні потребує поглибленого та всеохоплюючого дослідження.

Невирішені раніше частини загальної проблеми.

Як вже зазначалося, недостатньо висвітленим є питання формування інноваційних складових у вітчизняній корпоративній культурі, зокрема дослідження сутності інноваційних складових корпоративної культури в Україні. Крім того, необхідно здійснити визначення причин та передумов їх появи, а також виявити можливості створення інноваційної моделі вітчизняної корпоративної культури. До основних завдань також належить висвітлення основних проблем у її формуванні. Варто зазначити, що для формування інноваційної моделі вітчизняної корпоративної культури необхідно розробити ряд рекомендацій, які дозволили б наблизитись до цієї мети.

Метою статті є висвітлення основних інноваційних складових вітчизняної корпоративної культури та їх ролі у становленні вітчизняної моделі корпоративної культури.

Виклад основного матеріалу. Корпоративну культуру можна визначити як сукупність думок, еталонів, поведінки, настроїв, символів, відносин та способів ведення бізнесу [1, с. 332]. Характерним для неї є те, що вона майже не отримує нормативного закріплення в законодавстві і базується швидше на моральних якостях суб'єктів господарювання та на культурному рівні працівників підприємства. Динамічний розвиток ринкової економіки призвів до формування інноваційних складових вітчизняної корпоративної культури, які відіграють важливу роль у функціонуванні акціонерних товариств в Україні. Формування інноваційних складових корпоративної культури є результатом розвитку вітчизняного корпоративного сектора, що характеризується рядом особливостей, а також впливом загальної економічної та політичної ситуації в країні. Корпоративна культура є досить складним явищем, яке є результатом історичного, культурного, релігійного та економічного розвитку країни. Саме тому вона характеризується різними проявами, зокрема зовнішніми (манера поведінки, стиль одягу, архітектура приміщення тощо) цінностями та віруваннями, а також базовими концепціями та відносинами, які формуються внаслідок ментальних особливостей нації. Під корпоративною культурою також розуміють сукупність правил, звичаїв та сталої практики в галузі корпоративного управління, яка не отримала нормативного закріплення в законодавстві та базується на загальному культурному рівні суспільства, нормах моралі, діловій практиці тощо. Остання є поєднанням домінування економічних пріоритетів та внутрішньої потреби індивіда до визначених правил поведінки та самоорганізації. Крім того, корпоративна культура умовно розділяється на декілька видів, кожен з яких характерний для того чи іншого стилю управління компанією [2, с. 161]. Стосовно різних видів корпоративної культури можна сказати, що вони є відображенням відносин між різними групами економічних агентів всередині корпорації і по-різному впливають на трудову атмосферу в колективі.

Для аналізу основних інноваційних складових корпоративної культури необхідно висвітлити деякі проблеми, що виникають у процесі формування її вітчизняної моделі. Зокрема, досить часто культурний рівень керівників акціонерних товариств не відповідає стандартам розвинених країн. Оскільки, корпоративна культура є нематеріальною стороною діяльності організації,

то в нашій країні, де ще не сформовані етичні правила корпоративної поведінки, важко говорити про розвиток інноваційної моделі вітчизняної корпоративної культури, хоча саме вона формує ставлення один до одного учасників корпоративних відносин та створює належну атмосферу для діяльності акціонерного товариства. Корпоративна культура визначає індивідуальність компанії більшою мірою, ніж продукція, яку вона випускає. Саме індивідуальності часто й не вистачає акціонерним товариствам України. Нерозвиненість корпоративної культури призводить до послаблення міжособистісних та міжгрупових зв'язків в організації. Одним з аспектів корпоративної культури, які також потребують уваги, є етичні цінності корпорації, до яких належать ритуали і церемонії, історії, символи та мова. Для більшості вітчизняних організацій, які порівняно нещодавно стали на шлях розвитку, такі елементи корпоративної культури не властиві. В країнах з розвиненим корпоративним сектором корпоративна культура є невід'ємною часткою їх діяльності. Українські компанії в умовах глобалізації, як правило, просто копіюють деякі елементи західних корпоративних цінностей. В гіршому випадку вони навіть не прагнуть її розвивати, що призводить до створення т.зв. кланової корпоративної культури, при якій норми та правила поведінки формуються ніби самі собою, за умов найменшого впливу традиційних моральних цінностей.

За твердженням В. Соловйова: "Царина матеріальних відносин (найбільшим чином економічних) має право на те, щоб стати предметом моральної дії людини..." [3, с. 44]. Ця думка підтверджується широким розвитком корпоративної культури в межах акціонерних секторів різних країн.

На динаміку розвитку інноваційної моделі вітчизняної корпоративної культури впливає ряд чинників, зокрема історичних, релігійних, культурних та економічних. Передусім до них можна віднести історичні особливості розвитку країни. Наприклад, в Україні становлення корпоративних цінностей було суттєво загальмовано внаслідок відсутності в нашій країні з 30-х років XX століття акціонерних товариств. Протягом близько семидесяти років в Україні фактично не існувало корпоративного сектора, відповідно, не йшлося ні про який розвиток корпоративної культури, яка почала формуватися лише на початку 90-х років.

Другим суттєвим чинником формування корпоративної культури в багатьох країнах є релігійні переконання нації. Зокрема, корпоративна культура США та країн Західної Європи традиційно пов'язується з протестантською етикою, а культура Японії – з етикою буддизму. Деякі дослідники вважають, що на корпоративну культуру в Україні впливає православна етика, проте, на жаль, роки атеїстичної пропаганди послабили її вплив на всі сфери діяльності суспільства, тому вплив релігійної етики не є відчутним.

На розвиток корпоративної культури також впливають ментальні особливості народу. Їх вплив особливо відчутний в країнах Західної Європи, США та Японії. В Україні, за умов активізації глобалізаційних процесів, та система корпоративних цінностей, яка нав'язується нам з боку Заходу, досить часто не відповідає ментальним особливостям українців. Передусім, зі становленням в нашій країні корпоративного сектора в найманих працівниках намагаються розвивати такі якості як прагматизм, індивідуалізм, раціональність. Проте, далеко не всі з цих рис відповідають менталітету українців, крім того, такий підхід призводить до "споживацького" ставлення до життя. В цілому, бездумне копіювання західного зразка корпоративної культури без врахування національних особливостей може призвести до послаблення позицій національної культури народу.

Крім того, на розвиток корпоративної культури впливають також економічні, політичні та ідеологічні передумови, проте, їх вплив, швидше, простежується в зовнішніх проявах корпоративних цінностей.

Аналізуючи стан розвитку корпоративної культури в Україні, варто зазначити, що до інноваційних складових її формування можна віднести: синтез елементів західних моделей корпоративного управління та командного стилю управління, характерного для підприємств планової економіки, розвиток т.зв. кланової корпоративної культури, яка характерна лише для країн з нестабільною економічною та політичною ситуацією, спроби сформувати вітчизняний тип корпоративної культури в межах окремих акціонерних товариств, передусім у галузі харчової промисловості. Зокрема, частина товариств, що працює в цій сфері, прагне сформувати таку систему корпоративної поведінки, яка б найбільше відповідала національним потребам та менталітету. Як правило, це стосується вітчизняних птахофабрик та підприємств, що займаються виробництвом продуктів харчування. На таких прикладах видно, що становлення вітчизняної системи корпоративної культури можливе, проте воно, передусім, залежить від керівництва компанії.

В цілому, досить важко визначити інноваційну модель корпоративної культури для України загалом. Цікавим є питання про те, чи варто застосовувати в Україні соціально-ринкову систему корпоративної культури, яка характерна для країн Західної Європи, чи все ж таки спробувати створити власні корпоративні цінності на основі історичних, релігійних, ментальних, культурних, економічних чинників характерних саме для нашої країни. Хоча останнє на даний момент є досить складним завданням, так як Україна знаходиться в економічній та гуманітарній кризі свого розвитку. За умов панування чужорідних цінностей надзвичайно важко створити свій особливий тип корпоративної культури. Саме на основі цих негативних чинників і формується кланова культура, про яку зазначалося вище. Остання хоч і є найбільш стійкою до економічної та соціальної нестабільності в країні, все ж не може вважатися повноцінним типом корпоративної культури. Серед основних її негативних рис: невідповідність моральним принципам суспільства, культивування в працівникові негативних рис та створення системи цінностей, яка часто розходиться із системою цінностей самого працівника, а часто і з його інтересами. Для створення ефективної моделі корпоративної культури в Україні необхідне реформування та очищення більшості сфер суспільного життя. Лише за таких умов може відбутися становлення адекватного типу корпоративних цінностей, які б відповідали вимогам всіх психологів та сприяли б їх мотивації, незалежно від їх ціннісних рис чи економічних інтересів. На даному етапі найбільш ефективним та можливим могло б бути створення такої корпоративної культури, яка б увібрала в себе найкращі риси європейської системи культурних цінностей, а також враху-

вала б національні особливості нашої країни. Така модель корпоративних цінностей могла б працювати в більшості галузей економіки, незалежно від їх спрямування. На сьогодні кожне підприємство саме обирає для себе тип корпоративної культури, враховуючи специфіку своєї діяльності. Проте все ж діяльність корпоративного сектора в Україні повинна підпорядковуватися певному єдиному вектору розвитку та певній системі базових корпоративних цінностей суспільства. Створення такої моделі призвело б до зміцнення держави та економіки і стало б перешкодою для втрати культурної ідентичності. Розбудова системи корпоративних цінностей для України є значно більш складним процесом ніж просто складання корпоративних кодексів для окремих підприємств, що працюють в різних галузях економіки.

Висновки і перспективи подальших розробок.

Стан вітчизняної корпоративної культури є досить складним, проте вдосконалення норм корпоративної поведінки та їх пристосування до національних особливостей та потреб можливе за рахунок: створення належного нормативного забезпечення функціонування корпоративного сектора, оптимізації внутрішньокорпоративних відносин всередині товариства, формування ефективної системи мотивації працівників. Останнє є найбільш важливим для формування інноваційних складових вітчизняної корпоративної культури. В сучасних умовах найважливішим стимулом праці стає економічний мотив, а саме заробітна плата, проте це не єдиний стимул для працівників. Одним з важливих факторів стимулювання працівника може стати його залучення до участі в управлінні, така практика застосовується майже в усіх розвинених країнах світу. Крім того, активні дослідження у сфері впливу людського фактору на процес виробництва призвели до зростання інтересу до нього з боку роботодавців. Деякі вчені стверджують, що в майбутньому передусім від якості людських ресурсів буде залежати успіх компанії. Для встановлення високого рівня корпоративної культури, необхідно створити належну атмосферу всередині підприємства.

Варто зазначити, що створення інноваційної моделі вітчизняної корпоративної культури є довгостроковою перспективою, так як її становлення потребує значних ресурсів та зусиль. Крім того, інноваційні складові корпоративної культури, які є характерними для України, не завжди носять позитивний характер, а, отже, не є необхідною основою для формування інноваційної моделі вітчизняної корпоративної культури. Вказані рекомендації можуть суттєво вдосконалити рівень розвитку корпоративної культури в Україні, проте вони все ж не є вичерпними.

1. Задихайло Д.В., Назарова Г.В., Кібенко О.Р. Корпоративне управління. – Х.: Еспада, 2003. 2. Тесакова Н.В. Миссия и корпоративный кодекс. – М.: РИП-холдинг, 2003. 3. Діденко Н. Соціально-ціннісні орієнтири прогресивного розвитку України на порозі XXI сторіччя (філософсько-правовий підхід) // Приватне право і підприємництво. – К., 1999.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

В. Євтушевський, д-р екон. наук, проф.,
М. Ситницький, асп.

ВПЛИВ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЧИННИКІВ СТРАТЕГІЧНОЇ ГНУЧКОСТІ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Наведено організаційні чинники стратегічної гнучкості та проаналізовано їх вплив на стратегічну конкурентоспроможність підприємства.

The organization factors of strategic flexibility are declared and impacts of these factors on strategic competitive ability of an enterprise are analyzed.

Постановка проблеми. За останній час в Україні спостерігається стрімка тенденція посилення інтеграцій-

них процесів у різних секторах вітчизняної економіки. Цей процес призводить до формування крупних корпо-

ративних об'єднань та промислово-фінансових груп, які у своєму складі вертикально інтегрують цілі галузі національного виробництва. Безперечно така централізація, при неефективному менеджменті, може призвести до певної галузевої кризи в країні. Тому, вже сформовані в Україні такі крупні корпоративні бізнес-групи, як: ЗАТ "Систем Капітал Менеджмент", науково-виробнича інвестиційна корпорація "Інтерлайп", корпорація "Індустріальний союз Донбасу", групи "УкрСиббанк", "Приватбанк", "Укрпромінвест", "Енерго" та інші, мають відчувати відповідальність ефективного керування. Слід зазначити, що саме на них приходить основна частка валового внутрішнього продукту країни. Такі великі корпоративні об'єднання завойовують у країні якісні конкурентні переваги завдяки ефекту масштабу, який виражається у цільових перевагах в межах конкретного сегмента ринку.

Для забезпечення стабільного розвитку вітчизняної промисловості потрібно постійно підвищувати рівень стратегічної гнучкості бізнес одиниць і тільки таким чином буде забезпечена стратегічна конкурентоспроможність національних корпорацій. Шлях до успішної реалізації поставлених завдань актуалізує детальне дослідження зовнішніх і внутрішніх організаційних чинників стратегічної гнучкості та особливостей їх впливу на стратегічну конкурентоспроможність підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дану проблему вже досліджувало значна кількість вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: І. Ансофф, Р. Фатхудинов, А. Шегда, Д. Черваньов, В. Балан, В. Самочкін, В. Немцов, Л. Довгань, О. Гошовська, Е. Кемпбел, К. Саммерс Лачс, А. Табурчак, О. Коломієць та інші.

У своїх працях І. Ансофф, наголошував на тому, що для забезпечення ефективного стратегічного управління підприємством необхідно мати якісну уяву про вірогідний майбутній стан середовища в якому господарює підприємство. Першим кроком для цього повинне стати спрощення і опис зовнішнього середовища підприємства с послідовним поділом його на самостійні стратегічні зони господарювання [1, с. 242].

У [5, с. 26] були виявлені три основних групи зовнішніх чинників, які мають суттєвий вплив на стратегічну гнучкість підприємства: державні органи загальної та спеціальної компетенції, механізми ринкового контролю, громадські організації та засоби масової інформації. Наведенні чинники мають суттєвий вплив на корпоративну стратегію та тактику вітчизняних підприємств.

Одним з найважливіших внутрішніх організаційних чинників стратегічної гнучкості слід виділити якісні та кількісні параметри персоналу. У [4, с. 172] автор чітко підкреслює, що однією з передумов успішного економічного розвитку, як на мікро так і на макрорівні є врахування інтересів людей у будь-яких діях, спрямованих на підвищення ефективності в широкому, соціально-економічному, розумінні.

Невирішені раніше частини загальної проблеми.

У попередніх дослідженнях [9, с. 106] нами була розроблена структура стратегічної гнучкості виробничого підприємства. Акцентувалась увага на тісній взаємодії потенціалів підприємства для забезпечення максимальної результативності реакції на вплив організаційних чинників стратегічної гнучкості. Суть такої реакції полягає у отриманні найбільшої користі, не залежно від того, якого вона характеру позитивного чи негативного.

Метою статті є дослідження впливу організаційних чинників стратегічної гнучкості на стратегічну конкурентоспроможність підприємства.

Для досягнення цілі, в роботі були поставлені наступні завдання:

- ✓ навести зовнішні та внутрішні організаційні чинники стратегічної гнучкості підприємства;
- ✓ проаналізувати вплив організаційних чинників стратегічної гнучкості на стратегічну конкурентоспроможність підприємства.

Виклад основного матеріалу. Спираючись на систему факторів конкурентоспроможності підприємства [3, с. 32; 2, с. 65] та зазначені у попередніх дослідженнях [7, с. 15; 6, с. 37-40] фактори стратегічної гнучкості підприємства, у таблиці 1 наведемо зовнішні та внутрішні організаційні чинники стратегічної гнучкості підприємства.

Таблиця 1. Організаційні чинники стратегічної гнучкості підприємства

Зовнішні організаційні чинники	Внутрішні організаційні чинники
❖ світові тенденції; ❖ міжнародна політика керівництва держави; ❖ динаміка розвитку законодавчої бази; ❖ макроекономічна ситуація в країні; ❖ технологічний розвиток; ❖ інноваційний процес; ❖ надійність каналів постачання сировини; ❖ стратегічні кроки конкурентів; ❖ тиск різних соціально-економічних груп суспільства; ❖ процеси роздержавлення підприємств; ❖ корпоратизація; ❖ приватизація.	❖ система та методи управління підприємством; ❖ рівень технологічного процесу виробництва; ❖ рівень організації процесу виробництва; ❖ гнучка організаційна структура; ❖ рівень кваліфікації персоналу; ❖ гнучкі виробничі потужності; ❖ гнучка маркетингова стратегія; ❖ інноваційний характер виробництва; ❖ наявність розробленої стратегії підприємства; ❖ система планування; ❖ відповідність стратегічним планам та місії; ❖ наявність резервних фінансових ресурсів; ❖ рівень технічного забезпечення; ❖ розвиненість комунікацій; ❖ інформаційне і методичне забезпечення; ❖ організаційні відносини; ❖ корпоративна культура.

Наведені у таблиці 1 організаційні чинники стратегічної гнучкості підприємства дають нам можливість проаналізувати, яким чином вони впливають на стратегічну конкурентоспроможність підприємства.

Для аналізу даного впливу, спочатку з'ясуємо сутність визначення "стратегічна конкурентоспроможність". У [10, с. 48-49] автор визначив термін "стратегічна конкурентоспроможність", як ознаку суб'єкта ринку, яка демонструє наявність у нього ключових можливостей

розвитку, здобутих шляхом швидкої адаптації внутрішнього середовища функціонування до змін зовнішнього середовища, і досягнення на основі цього конкурентних цілей. Обґрунтовуючи дане визначення автор робить наголос на те, що особливість стратегічної конкурентоспроможності полягає у прояві її лише в умовах стратегічного управління. Враховуючи те, що визначена у [8, с. 34] сутність стратегічної гнучкості підприємства відображає здатність підприємства своєчасно та адекватно

реагувати на зміни та відхилення від стратегічного курсу, визначеного стратегічними цілями та місією, а також розробляти комплекс відповідних заходів націлених на формування конкурентної позиції підприємства та його конкурентоспроможності, можемо констатувати, що

конкурентні цілі підприємства досягаються через вплив зовнішніх та внутрішніх організаційних чинників стратегічної гнучкості на стратегічну конкурентоспроможність підприємства (див. рис. 1).

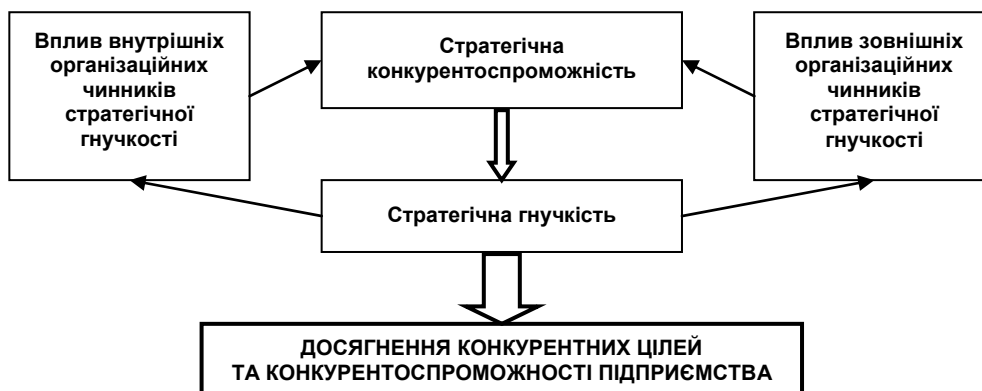


Рис. 1. Вплив організаційних чинників стратегічної гнучкості на стратегічну конкурентоспроможність підприємства

У наслідок зазначеного на рис. 1 впливу, забезпечується стійкість підприємства здатністю його стратегічно гнучкої внутрішньої структури, організаційних можливостей та стратегій розвитку до динамічної взаємодії із зовнішнім середовищем, а також своєчасним коригуванням цілей розвитку та змін функцій організації, тобто їх пристосуванням до ринкових умов, які постійно змінюються.

Також слід зазначити, що результатом цього впливу є зворотній вплив стратегічної гнучкості на організаційні чинники, які впливають. Більшою мірою це стосується внутрішніх організаційних чинників стратегічної гнучкості, але і на зовнішні чинники стратегічна гнучкість має досить вагомий вплив змінюючи їх характер. Саме виявлений зворотній вплив є результатом гнучкого стратегічного реагування, який дає можливість підприємству досягти своїх конкурентних цілей і високого рівня конкурентоспроможності.

Висновки і перспективи подальших розробок. Підсумовуючи вищезазначене і відповідаючи на завдання даної статті, слід зробити висновок, що наведені зовнішні та внутрішні організаційні чинники стратегічної гнучкості підприємства, які базуються на системі факторів конкурентоспроможності та стратегічної гнучкості підприємства, дали можливість подальшого аналізу їх впливу на стратегічну конкурентоспроможність підприємства. З урахуванням того, що в основу стратегії покладено досягнення цілей завдяки адаптації дій суб'єкта ринку до змін зовнішнього та внутрішнього середовища, виявлено, що стратегічна конкурентоспро-

можність включає цільове наповнення і можливість організації адаптуватися до змін середовища. Разом з цим показано, що стратегічна гнучкість є ключовою можливістю стратегічної конкурентоспроможності, шляхом застосування відповідних стратегій для швидкої адаптації до змін внутрішнього та зовнішнього середовища і досягнення на основі цього конкурентних цілей та конкурентоздатності підприємства.

Аналіз впливу організаційних чинників стратегічної гнучкості на стратегічну конкурентоспроможність підприємства дав можливість виявити зворотній вплив стратегічної гнучкості на її зовнішні та внутрішні організаційні чинники. Дослідження саме цього впливу актуалізує подальші розробки у цьому напрямку.

1. Ансофф І. Стратегическое управление. — М., 1989.
2. Данько М. Реорганізація підприємств у контексті формування корпоративних структур // Економіка України. — 2007. — № 1.
3. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства : Навчальний посібник. — К., 2006.
4. Економіка підприємства : Навч. посіб. / А.В. Шегда, Т.М. Литвиненко, М.П. Нахаба та ін.; За ред. А.В. Шегди. — 2-ге вид., стер. — К., 2002.
5. Євтушевський В.А. Корпоративне управління : Підручник. — К., 2006.
6. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент : Навч. посіб. — К., 2001.
7. Ситницький М.В. Відмінності стратегічної гнучкості і конкурентоспроможності підприємства // Формування ринкових відносин в Україні. — 2007. — № 9.
8. Ситницький М.В. Теоретичні аспекти стратегічної гнучкості вітчизняних підприємств // Науково-технічна інформація. — 2006. — № 2.
9. Ситницький М.В. Формування концепції стратегічної гнучкості на виробничих підприємствах // Формування ринкових відносин в Україні. — 2007. — № 1.
10. Шпанко А. Про сутність поняття "стратегічна конкурентоспроможність" // Економіка України. — 2007. — № 6.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

О. Жилінська, канд. екон. наук, доц.

МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНЮВАННЯ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КРАЇН У КОНТЕКСТІ ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРАКТИКИ

Узагальнено сучасний методичний інструментарій оцінювання науково-технічного та інноваційного розвитку країн світу, проаналізовано можливості його застосування у вітчизняних умовах.

The author deals with the modern methodical instruments of estimation of the science-technical and innovation development of the countries, analyses the possibilities of their using in Ukrainian conditions.

Постановка проблеми. Стрімке поширення науково-технічної діяльності як горизонтально (за країнами світу), так і вертикально (як передумова для проведення більшості видів економічної діяльності) зумовило вироблення спільних уявлень у науково-технічній сфері на міжнародному рівні. Як наслідок, у 1980-90-х рр. розробляються Керівництво Фраскаті, Керівництво

Осло, що дозволили узагальнити накопичений досвід організації досліджень і розробок (ДіР), підготовки наукових кадрів, надання науково-технічних послуг у країнах з розвинутою ринковою економікою. У контексті кількісного вимірювання досягнутих рівнів науково-технічного розвитку різними країнами постала проблема розробки відповідного методичного ін-

струментарію – показників, що забезпечували об'єктивність порівняльного аналізу й оцінки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній економічній літературі відстежуються декілька позицій щодо методичного інструментарію оцінювання науково-технічного розвитку країн. У більшості наукових публікацій, де здійснюється оцінювання рівня науково-технічного розвитку України (зокрема, [4], [7], [8] й ін.), автори використовують методичний інструментарій вітчизняної статистики, орієнтований на кількісний вимір процесів науково-технічної діяльності та успадкований від попередньої командно-адміністративної системи. Для порівняльного аналізу рівня науково-технічного, інтелектуального, інноваційного розвитку України з іншими країнами дослідники опираються на різноманітні рейтинги, що базуються здебільшого на експертних оцінках та проводяться міжнародними організаціями, зокрема Світовим економічним форумом (WEF), цей аспект було висвітлено у попередніх дослідженнях автора [9]. Аналізу самого методичного інструментарію для проведення порівняльного аналізу рівня науково-технічного розвитку країн світу в Україні присвячено незначну кількість публікацій, передусім це роботи дослідників ЦДПІН НАН України [1], [11], тоді як все більше міжнародних організацій здійснюють комплексні обстеження динаміки розвитку науково-технічної сфери, застосовуючи при цьому нові показники (див. дослідження [1], [7], [13]). Такі показники уже розглядалися у роботах автора [2], [10] та ін.).

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Методичний інструментарій аналізу й оцінки науково-технічного розвитку України, що застосовує вітчизняна статистика, особливо у частині його фінансової складової, практично не може бути застосований для проведення порівняльного аналізу з іншими країнами. Для цієї мети необхідно використовувати єдині підходи до обрахування показників науково-технічного розвитку країн світу, що на сьогодні забезпечують лише такі міжнародні організації як ООН, ЮНЕСКО, Світовий банк, BOIV тощо.

Мета статті полягає в узагальненні сучасного методичного інструментарію кількісного оцінювання рівнів науково-технічного розвитку країн, що застосовуються у світовій практиці, та можливостей їх застосування у вітчизняних умовах.

Виклад основного матеріалу. Особливість науково-технічної діяльності як об'єкту статистичних досліджень можна розглядати в декількох площинах. По-перше, науково-технічна діяльність відноситься до видів економічної діяльності, що надають послуги, що й зумовлює складність застосування кількісних показників, які характеризують тенденції науково-технічного розвитку. Найбільш доцільним є використання підходу "ресурси-результат" (або "вхід-вихід"), що дозволяє розкрити характеристики ресурсного забезпечення виду діяльності та обсяги наданих послуг, що за своєю економічною природою є суспільними благами [3, с. 10]. Тому серед найбільш поширених показників ресурсного забезпечення розглядають кадрові та фінансові, при характеристиці результативності використовуються вартісні показники, меншою мірою натуральні. По-друге, це полісистемний вид економічної діяльності, що містить складові, які за КВЕД відносяться до різних секцій. Так, дослідження і розробки (ДіР) відносяться до секції К "Операції з нерухомістю, здавання в оренду та послуги юридичним особам" (розділ "Дослідження та розробки"), підготовка наукових кадрів є складовою секції М "Освіта" ("Вища освіта"), різні види надання науково-технічних послуг знаходимо у секції К "Операції з нерухомістю, здавання в оренду та послуги юридич-

ним особам" (розділ "Діяльність у сфері інформатизації"), секції L "Державне регулювання" (розділ "Курирування діяльності у сфері економіки"), секції О "Колективні, громадські та особисті послуги" (розділ "Інша діяльність у сфері культури") [4, с. 149-161]. Тому використання абсолютних показників для характеристики виду діяльності загалом практично неможливе, абсолютні показники можуть застосовуватися для оцінювання лише окремих складових науково-технічної діяльності, наприклад, лише ДіР, або підготовки наукових кадрів.

У таблиці 1 узагальнено методичний інструментарій оцінювання науково-технічного розвитку країн світу, що застосовується Світовим банком, що базується на системному підході, де науково-технічна сфера розглядається як відкрита підсистема економіки певної країни, між якими постійно здійснюються зв'язки у вигляді певних потоків на вході і виході із підсистеми. Якщо потоки "на вході" – це ресурсне забезпечення, передусім кадрове, фінансове, то потоки "на виході", результати функціонування науково-технічної сфери (інформаційні потоки), мають уречевлену (наукомістка продукція) та неуречевлену (нові наукові та технічні знання, формалізовані в об'єктах авторського права (наукові праці) та об'єктах промислової власності) складові. У свою чергу, використання результатів функціонування науково-технічної сфери країни дозволяє підвищити ефективність функціонування всієї системи – національної економіки та забезпечити її розвиток. Індикатори науково-технічного розвитку згруповано за ознакою "входу-виходу" щодо системи науково-технічної діяльності. Індикатори "на вході" дозволяють оцінити рівень ресурсного забезпечення науково-технічної діяльності в країні (кадрового і фінансового), індикатори "на виході" – оцінити рівень результативності даного виду діяльності. Єдині підходи щодо обрахування цих індикаторів уможливають порівняльний аналіз науково-технічного розвитку країн світу на відміну від даних вітчизняної статистики, що не забезпечує співставність багатьох показників, зокрема в Україні такі труднощі обумовлені переходом на міжнародні стандарти статистики та обліку лише наприкінці 1990-х рр. Інформацію для обрахування зазначених показників отримують міжнародні організації (Інститут статистики ЮНЕСКО, підрозділ статистики торгівлі ООН, МВФ, BOIV та ін.) шляхом опитування й анкетування, враховується і додаткова інформація з інших міжнародних джерел інформації.

Як бачимо, індикатори науково-технічного розвитку країн "на вході" розраховуються як відносні показники. Кадрове забезпечення дозволяє робити висновки про насиченість населення країни кадрами вищої кваліфікації (дослідники, інженери, а також техніки), при цьому може розглядатися і насиченість економіки висококваліфікованими кадрами – у розрахунку на 10 тис. зайнятих, тобто наявність у структурі трудових ресурсів країни відповідної кваліфікаційної складової для проведення ДіР. Важливим є динамічний аспект кадрового забезпечення, йдеться про потенційне поповнення наукових кадрів нинішніми студентами (галузі знань як науки про життя, фізичні науки, математичні та комп'ютерні науки, інженерія і технічні науки, архітектура і будівництво), які орієнтовані у майбутньому на вибір ДіР як професійної діяльності. Фінансове забезпечення ДіР розглядається у макроекономічному аспекті як наукомісткість ВВП, що дозволяє оцінювати досягнутий рівень сформованості умов реалізації кадрового потенціалу ДіР у країні. Індикатори "на виході" представляють здебільшого абсолютні показники, що характеризують окремі складові науково-технічної діяльності. Зокрема показник кількості статей у наукових і технічних журна-

лах свідчить про щорічний внесок наукової спільноти певної країни у генерування нових наукових і технічних знань, але не може виступати основою для оцінювання продуктивності дослідників.

Цей показник дозволяє кількісно вимірювати результати такої складової науково-технічної діяльності як ДіР, що є за своєю економічною природою чистими суспільними благами, які не можуть бути комерціалізованими. Такі індикатори як роялті й ліцензійні платежі та експорт наукомісткої продукції є економічними показниками, що відображають вартісні виміри тих результатів ДіР, що є квазісуспільними суспільними благами (об'єкти авторського права та об'єкти промислової вартості) та комерціалізуються через механізм ліцензійних угод.

Разом з тим потрібно зазначити, що інструментарій, що застосовує Світовий банк для оцінювання науково-технічного розвитку країн, базується здебільшого на методичних підходах індустріальної доби та розгляду країн як відносно відокремлених економічних систем, що здатні самостійно забезпечувати ресурсами науково-технічну сферу. Відкритість економічних систем проявляється здебільшого "на виході" – при розгляді експорту наукомісткої продукції, сальдо роялті та ліцензійних платежів, заявках на патенти від нерезидентів тощо. Проте глобалізаційні процеси охоплюють потоки і "на вході" в науково-технічну сферу кожної країни та впливають на її ресурсне забезпечення через зростання частки іноземного фінансування ДіР, винесення дослідницьких підрозділів ТНК в інші країни, аутсорсинг тощо.

Таблиця 1. Методичний інструментарій оцінювання науково-технічного розвитку країн*

Індикатор		Зміст індикатора	Мета застосування	Джерела інформації
Індикатори "на вході"	кількість дослідників та інженерів у ДіР, осіб на 1 млн. мешканців	професіонали, які займаються створенням нових знань, продуктів, процесів, методів або систем та керують зазначеними проєктами, до них включаються аспіранти, що беруть участь у ДіР (за умов зайнятості повний робочий день)	оцінка насиченості населення країни кадрами вищої кваліфікації	Інститут статистики ЮНЕСКО
	кількість техніків у ДіР, осіб на 1 млн. мешканців	професіонали, чий основний завдання вимагають технічних знань і досвіду в інженерії, природничих і технічних науках або суспільних і соціальних науках; беруть участь у ДіР, виконуючи наукові та технічні завдання, що вимагають використання концептуальних або оперативних методів під наглядом дослідників (за умов зайнятості повний робочий день)	оцінка рівня насиченості національної економіки технічними кадрами	
	студенти у наукових та інженерних галузях, % у заг. кількості	студенти у таких галузях знань як інженерія, природничі науки, математичні та комп'ютерні науки, суспільні та психологічні науки	оцінка потенціалу поповнення наукових кадрів	
	витрати на ДіР, у % ВВП	всі витрати, пов'язані з ДіР у країні, що включають як капітальні, так і поточні витрати (річна зарплата і соціальні виплати, асоційовані витрати на дослідників, техніків, обслуговуючий персонал та некапітальні закупівлі матеріалів, обладнання для ДіР, включаючи приміщення, книги, підписку на бібліотечні та наукові видання, матеріали для дослідницьких лабораторій)	оцінка рівня сформованості фінансового забезпечення як умови проведення ДіР	
Індикатори "на виході"	кількість статей у наукових і технічних журналах	опубліковані наукові та інженерні статті з фізики, біології, хімії, математики, клінічної медицини, біомедичних досліджень, інженерії та технології, а також наук щодо вивчення землі та космосу	оцінка внеску дослідників та інженерів у генерування нових наукових і технічних знань	Інститут наукової інформації (ISI), США
	експорт наукомісткої продукції, обсяги та % заг. експорту	продукти з великою інтенсивністю ДіР: космічна галузь, комп'ютери, фармацевтика, науковий інструментарій; при обрахуванні застосовують "продуктовий" підхід – частка витрат на ДіР у загальних обсягах продаж	оцінка рівня освоєння наукових і технічних знань	Підрозділ статистики торгівлі ООН
	роялті та ліцензійні платежі	платежі між резидентами і нерезидентами за авторизоване використання нематеріальних, невиробничих, нефінансових активів та прав власності (патенти, авторське право, торгові марки, франчайзинг) та користування шляхом ліцензійних угод, вироблених оригіналів з прототипів (фільми, рукописи)	оцінка рівня доходів країни від інтелектуальної власності	Міжнародний Валютний Фонд
	заявки на патенти (від резидентів та нерезидентів)	заповнені в національному патентному органі заяви щодо ексклюзивного використання винаходів – продукту чи процесу, що дозволяє в новий спосіб щось зробити або є новим технічним вирішенням проблеми	оцінка рівня патентної активності та винахідництва	Статистика промислової власності ВОІВ

* – складено автором з використанням матеріалів [13, p.307]

В Україні використання методичного інструментарію оцінювання науково-технічного розвитку, розробленого Світовим банком, має певні труднощі, але загалом можливе. Так, вітчизняна статистика виділяє серед категорій персоналу, що здійснює наукові та науково-технічні роботи, дослідників (вони включають наукових та інженерно-технічних працівників, що проводять наукові дослідження і розробки на професійній основі) та техніків [6, с. 344]. Труднощі в обрахуванні таких індикаторів "на вході" як "кількість дослідників та інженерів (або техніків) у ДіР у розрахунку на 1 млн. мешканців" полягає в тому, що їх необхідно коректувати на умови зайнятості повний робочий день. Наприклад, у 2005 р. в академічних відпустках перебувало 0,9 % працівників організацій, що займають-

дження і розробки на професійній основі) та техніків [6, с. 344]. Труднощі в обрахуванні таких індикаторів "на вході" як "кількість дослідників та інженерів (або техніків) у ДіР у розрахунку на 1 млн. мешканців" полягає в тому, що їх необхідно коректувати на умови зайнятості повний робочий день. Наприклад, у 2005 р. в академічних відпустках перебувало 0,9 % працівників організацій, що займають-

ся ДіР, в умовах вимушеного неповного робочого дня (тижня) перебував кожен десятий дослідник, втрати робочого часу в розрахунку на одного працюючого склали 55 год. або 2,8 % річного фонду робочого часу [6, с. 31]. Інший аспект – домінування серед суб'єктів ДіР сумісників, яких серед докторів та кандидатів наук в 1,8 рази більше, аніж дослідників вищої кваліфікації, що виконують ДіР за основним місцем роботи.

Використання показника, який відображає частку студентів наукових та інженерних галузей у загальній їх кількості, є більш складним завданням через не співставність діючих в Україні та розвинених країнах переліків галузей наук, спеціальностей підготовки фахівців з вищою освітою та освітньо-кваліфікаційних рівнів. Тому виникає багато питань щодо коректності аналізу, який здійснюють вітчизняні фахівці, розглядаючи потенційне поповнення дослідників випускниками науково-інженерних спеціальностей у різних країнах і при цьому порівнюючи питому вагу вітчизняних випускників ВНЗ III-IV рівнів акредитації, до яких зараховано і бакалаврів, і спеціалістів, і магістрів, а також аспірантів [9, с. 129]. Проблема оптимізації структури підготовки фахівців з вищою освітою набуває особливого загострення з приєднанням України до Болонського процесу. Система надання послуг вищої освіти у розвинених країнах організовується на засадах класифікації *ISCED* ЮНЕСКО, і за його положеннями відноситься до третичної освіти. Із охопленням вищої освіти процесами інтернаціоналізації та глобалізації на неї все більшою мірою впливають такі міжнародні організації як СОТ, особливо у частині приєднання країн до Генеральної угоди торгівлі послугами – *ГАТС*, прийнятій на Уругвайському раунді переговорів (у 1994 р.), і до якої приєднався Євросоюз. Загалом у сфері торгівлі освітніми послугами до *ГАТС* приєдналися уряди лише 40 країн світу. З активізацією зусиль України у напрямі євроінтеграції та вступу до СОТ значних змін Державний стандарт вищої освіти України (ДСВОУ 01-2001), передусім у частині переліку освітньо-кваліфікаційних рівнів (перехід до дворівневої моделі вищої освіти "бакалавр-магістр", що формує Європейський простір вищої освіти – *EHEA*, на відміну від існуючої "молодший спеціаліст – бакалавр – спеціаліст, магістр"), а також переліку напрямів та спеціальностей, за якими здійснюється підготовка фахівців з вищою освітою за відповідними освітньо-кваліфікаційними рівнями. Проте найбільшої гостроти набуватиме реформування вітчизняної системи наукових ступенів ("кандидат наук – доктор наук") у контексті процесів розбудови загальноєвропейського дослідницького простору – *ERA*. Важливість поєднання та взаємообумовленості вищої освіти та ДіР задекларована Хартією Університетів (*Magna Charta Universitatum*), де одним з її головних принципів проголошується невіддільність навчального процесу від дослідницької діяльності. Розвиток Болонського процесу орієнтований на послідовне формування Європейського простору вищої освіти та Європейського дослідницького простору, тобто на виділення у вищій освіті трьох рівнів "бакалавр – магістр – доктор" та введення у майбутньому єдиного "докторського знаку" саме як європейського.

Одним з головних індикаторів науково-технічного розвитку, що дозволяє оцінювати рівень сформованості умов для проведення ДіР, є рівень їх фінансового забезпечення, досягнутий у певній країні, – частка витрат на ДіР у ВВП. Проте труднощі реального застосування цього показника у вітчизняних умовах обумовлені передусім розмірами тіньової економіки в Україні, яка за різними оцінками складає від 40 до 50 % реального ВВП, тому реальна науковість ВВП в Україні наба-

гато менша задекларованого 1,32 % ВВП (у 2003 р. – 1,35 %, у 2004 р. – 1,37 %, у 2005 р. – 1,3 %), і буде становити менше одного відсотка ВВП. Крім того, потрібно враховувати офіційні дефлятори ВВП. За розрахунками дослідників ЦППІН ім. Г.М.Доброва НАН України з урахуванням офіційних дефляторів ВВП рівень витрат на ДіР у 1999 р. становив 34,3 % рівня 1991 р. [5]. У більшості країн Західної Європи, США, Японії у к. XX пол. сформувалася довгострокова тенденція збільшення інтенсивності фінансування ДіР. Тоді як у країнах Східної Європи – країнах постсоціалістичного табору та країнах СНД особливо на початку перехідного періоду, тенденція формувалася у зворотному напрямі. На тлі швидкого спаду сукупного виробництва в цьому періоді (1991-95 рр.) абсолютне скорочення витрат на ДіР було більш значимим, аніж науковість ВВП. Але вже до к. 1990-х рр. у країнах Східної Європи фінансове забезпечення ДіР почало зростати. За оцінками експертів ЄС, на це вплинули підвищення попиту на наукомістку продукцію та вдосконалення організаційних систем інноваційної діяльності. Тоді як у країнах СНД і в другій пол. 1990-х рр. відбувалося різке скорочення показників і валових витрат на ДіР, і науковість ВВП, хоча загалом організаційна система ДіР у цих країнах не зазнала ніяких змін [7, с. 183]. Із розпадом попередніх галузевих міністерств, що прослідувало за відміною централізованої системи планування, найменшою мірою фінансувалися галузеві науково-дослідні інститути та заводські конструкторські бюро, саме галузевий і заводський сектори вітчизняної науки зазнали найбільших скорочень, академічний сектор укріпив свої позиції, проте його ДіР меншою мірою спрямовані на комерційно значущі нововведення. Це відображає поглиблені тенденції структурної деформації розподілу робіт за складовими ДіР (фундаментальними дослідженнями (Ф), прикладними дослідженнями (П) та розробками (Р)), у 2006 р. вона була наступною Ф:П:Р = 24:18:58, тоді як у розвинених країнах це співвідношення становить 15:25:60 [6, с. 94]. Отже, застосування показника науковість ВВП у вітчизняних умовах не повною мірою відображає реальний рівень сформованості умов для проведення сучасних ДіР в Україні і не може дозволяти оцінити прогресивні зміни у цій сфері.

Іншим прикладом розробки методичного інструментарію оцінювання рівнів інноваційного розвитку країн є робота, яка з 2001 р. проводиться в ЄС. У 2005 р. у країнах ЄС прийнято систему індикаторів науково-технічного розвитку – Європейське інноваційне табло (*EIS*), що представлено у табл. 2.

Європейське інноваційне табло містить методичний інструментарій оцінювання інноваційного розвитку країн, що базується на відносних показниках, які дозволяють здійснювати порівняння та відображають рівень прогресивності економічних процесів у певних країнах як результат впливу на них науково-технічної й інноваційної діяльності. Такі показники дозволяють об'єктивно оцінювати рівень науково-технічного та інноваційного розвитку країн-учасниць ЄС та інших розвинених країн, де статистичні обстеження дозволяють їх визначати (наприклад, показники 1.4-1.5, 2.4, 3.1-3.3, 3.6, 4.1, 4.3-4.4 не застосовуються статистикою США та Японії). Двадцять шість показників згруповано за такими групами:

- ✓ перша група (1.1-1.5) – це індикатори, що відображають рівень рушійних сил інновацій, і не лише як кадрової складової дослідницького потенціалу, але й високий освітній рівень потенційних споживачів інновацій у країні;
- ✓ другу групу (2.1-2.5) складають індикатори, що характеризують створення нових наукових і технічних знань, а саме рівні та структуру фінансового забезпечення ДіР у країні;

Таблиця 2. Значення індикаторів інноваційного розвитку розвинених країн, 2005 р. [1, с. 65-69]

№	Індикатор науково-технічного розвитку	EU-25	Лідери серед країн ЄС			США	Японія
1.1	Частка осіб з вищою освітою в галузі технічних та природничих наук у частині населення у віці 20 – 29 років (кількість на 1000 мешканців), %	12,2	24,2 Ірландія	22,2 Франція	21,0 Велика Британія	10,9	13,2
1.2	Частка осіб, які мають закінчену вищу освіту серед населення у віці 25-64 роки (кількість на 100 мешканців), %	21,2	34,2 Фінляндія	32,9 Данія	32,3 Норвегія	38,4	37,4
1.3	Ступінь використання широко-полосного Інтернету населенням (кількість ліній широкополосного Інтернет на 100 мешканців)	6,5	15,6 Данія	15,5 Ісландія	14,7 Нідерланди	11,2	12,7
1.4	Частка осіб, що беруть участь у програмах підвищення кваліфікації (навчання) для дорослих (для населення у віці 25-64 роки (кількість на 100 мешканців) %	9,9	35,8 Швеція	31,7 Ісландія	28,6 Швейцарія	.	.
1.5	Рівень освіти юнацтва (частка молоді у віці 20-24 роки, що має як мінімум повну середню спеціальну освіту), %	76,7	93,5 Норвегія	91,3 Словаччина	90,0 Чехія	.	.
2.1	Частка державних витрат на ДіР у ВВП, %	0,69	1,37 Ісландія	1,03 Фінляндія	1,02 Данія	0,86	0,89
2.2	Частка витрат комерційного сектору на ДіР у ВВП, %	1,26	2,93 Данія	2,45 Фінляндія	1,9 Швейцарія	1,91	2,65
2.3	Частка витрат на ДіР у високо- та середньо технологічних галузях промисловості у загальних витратах на ДіР обробної промисловості, %	.	93,7 Данія	93,5 Німеччина	91,1 Італія	90,6	86,8
2.4	Частка підприємств, що отримують кошти на інноваційну діяльність з некомерційних джерел, %	н/д	19,2 Австрія	18,7 Фінляндія	14,8 Італія	.	.
2.5	Частка досліджень у секторі вищої освіти, що фінансується комерційними структурами, %	6,6	23,9 Латвія	12,7 Бельгія	12,5 Німеччина	4,5	2,7
3.1	Частка МСП, що займаються інноваційною діяльністю для власних потреб, %	н/д	54,8 Швейцарія	46,5 Ісландія	44,7 Австрія	.	.
3.2	Частка МСП, що беруть участь у спільних інноваційних проектах у промисловості, %	н/д	32,9 Угорщина	22,6 Кіпр	18,6 Фінляндія	.	.
3.3	Витрати на інноваційну діяльність як частка загального товарообігу	н/д	3,48 Швейцарія	3,35 Велика Британія	3,29 Мальта	.	.
3.4	Частка капіталу, що призначений на фінансування ранніх стадій роботи венчурних компаній у ВВП	.	0,081 Швеція	0,065 Фінляндія	0,063 Мальта	0,072	.
3.5	Витрати на ІКТ як частка ВВП, %	6,4	8,7 Швеція	8,6 Естонія	8,5 Мальта	7,8	8,1
3.6	Частка МСП, що займаються інноваціями нетехнологічного характеру (% від заг. кількості МСП)	н/д	74 Люксембург	65 Німеччина	63 Швейцарія	.	.
4.1	Частка зайнятих у високотехно-логічних сегментах сектора послуг (% заг. чисельності зайнятих в економіці)	3,19	4,85 Швеція	4,81 Ісландія	4,68 Фінляндія	.	.
4.2	Експорт високотехнологічної продукції, частка від заг. експорту, %	17,8	55,5 Мальта	29,9 Ірландія	29,3 Люксембург	26,9	22,7
4.3	Частка нової продукції на ринку (у % загального товарообігу)	н/д	10,9 Словаччина	10,8 Португалія	9,1 Люксембург	.	.
4.4	Частка нової для фірми промислової продукції, але не нової на ринку (у % загального товарообігу)	н/д	25,6 Данія	23,4 Німеччина	20,5 Швейцарія	.	.
4.5	Зайнятість у високотехнологічному та середньотехнологічному секторах промисловості (% від заг. чисельності зайнятих в економіці)	6,6	11,4 Німеччина	8,94 Словенія	8,71 Чехія	4,89	7,4
5.1	Кількість патентів ЄС на 1 млн. населення	136,6	60,1 Швейцарія	311,5 Швеція	310,9 Фінляндія	154,5	166,7
5.2	Кількість патентів США на 1 млн. населення	59,9	88,3 Швейцарія	187,4 Швеція	158,6 Фінляндія	301,4	273,9
5.3	Кількість патентів тріадних груп на 1 млн. населення	22,3	110,8 Швейцарія	94,5 Фінляндія	91,4 Швеція	53,6	92,6
5.4	Кількість нових торгових марок ЄС на 1 млн. населення	87,2	571,2 Люксембург	180,0 Швейцарія	158,8 Австрія	32,0	11,1
5.5	Кількість нових зразків ЄС на 1 млн. населення	84,0	199,1 Данія	161,2 Швейцарія	147,1 Німеччина	12,4	15,1

" н/д " – дані не доступні; "." – обстеження не проводилися.

✓ третя група (3.1 – 3.6) об'єднує індикатори, за допомогою яких аналізують інституційне забезпечення інновацій – інноваційну активність передусім малих і середніх підприємств;

✓ четверта група (4.1-4.5) – це індикатори, що дозволяють аналізувати результативність інноваційної діяльності; (до них відносяться не лише уречевлені у наукоміській продукції та послугах наукові і технічні знання, як результат розглядається творення самих суб'єктів, що генерують та уречевлюють наукові і технічні знання у ДіР та інноваційній діяльності);

✓ п'ята група (5.1-5.5) містить індикатори, що визначають ступінь залучення населення до процесів створення інтелектуальної власності.

Перші три групи індикаторів відображають сигнали "на вході" в інноваційну сферу, тобто ресурсне (кадрове, фінансове, інформаційне, інституційне) забезпечення, дві останні групи дозволяють оцінювати сигнали "на виході" – результативність функціонування інноваційної сфери. За допомогою Європейського інноваційного таблицю формується загальний інноваційний індекс (*SII*) для країн-учасниць ЄС. За розрахунками *EIS* лідерами ЄС у сфері інновацій є такі країни як Швеція, Швейцарія і Фінляндія, при цьому позиції Японії та США – це четверте і п'яте місця, але значення *SII* для них розраховано за неповним переліком індикаторів. Серед-країн нових членів ЄС лідируючі місця посідають Естонія та Словенія [1, с. 73]. У динаміці інноваційного індексу найвищі позиції за країнами лідерами зберігають Данія та Німеччина.

В Україні проведення обстежень на базі індикаторів *EIS* загалом можливе, проте розрахунок окремих індикаторів (3.1, 3.2, 3.6, 4.3, 4.4) неможливий, оскільки вітчизняні статистичні обстеження інноваційної сфери розглядають як інновації лише продуктові та процесові інновації (головні об'єкти статистичних обстежень в індустріальну добу), і не оперують поняттям інноваційних послуг, тоді як у 2005 р. у структурі ВВП за видами економічної діяльності 65 % припадало на надання послуг, крім того, частка зайнятого населення у сфері послуг становить 63 % із 14 млн. зайнятих у національній економіці [12]. Це обумовлено домінуванням у вітчизняних статистичних дослідженнях інноваційного розвитку інструментарію індустріальної доби. Тому статистичні обстеження інноваційних процесів в Україні охоплюють виключно промислові підприємства, які представляють такі агреговані види економічної діяльності як добувна промисловість, обробна промисловість, виробництво та розподілення електроенергії, газу та води. Їх частка серед обстежених промислових підприємств у 2006 р. склала 11,2 %, у динаміці цей показник постійно знижується: у 2005 р. він становив 11,9 % проти 18 % у 2000 р. [6, с. 191].

Висновки і перспективи подальших розробок.

Таким чином, розглянувши методичний інструментарій оцінювання науково-технічного та інноваційного розвитку країн, що використовується для порівняльного аналізу як на глобальному рівні (здійснюється Світовим банком для всіх країн світу), так і на регіональному рівні (Європейське інноваційне таблицю для країн-учасниць ЄС), можемо зробити такі висновки:

✓ оцінювання науково-технічного розвитку країни базується на системному підході і розглядається як наслідок функціонування науково-технічної сфери – відкритої підсистеми економіки певної країни, між якими постійно відбуваються зв'язки у вигляді певних потоків на вході (ресурсів) і виході (неуречевлених та уречевлених

наукових і технічних знань); вважаємо використання такого підходу перенесенням інструментарію статистичних досліджень індустріального розвитку (передусім, галузей обробної промисловості) на вивчення сфери послуг, результат функціонування якої не має уречевленої форми, їх корисність – це ефекти, що задовольняють потреби людей, колективу й суспільства під час провадження діяльності щодо їх надання; отже, для кількісного вимірювання необхідна розробка нового інструментарію, що повинен охоплювати не лише продуцентів послуг, але й їх користувачів; такий аспект певною мірою враховано при розробці Європейського інноваційного таблицю, яке зорієнтовано відстежувати зміни передусім в якісних характеристиках інноваційного розвитку європейських країн, для чого застосовуються відносні показники;

✓ застосування існуючих індикаторів науково-технічного розвитку країн світу, розроблених Світовим банком, у вітчизняних умовах є досить умовним, оскільки організація об'єктів статистичних спостережень у національній науково-технічній сфері базується на методологічних засадах, які відображають планову економіку, та не узгоджуються із міжнародними класифікаціями, які ґрунтуються на принципах ринкової економіки; окремі поняття, зокрема "дослідження і розробки", "експериментальні розробки" "науково-технічні послуги" та ін., що вже застосовуються у статистичних обстеженнях, не мають визначення на законодавчому рівні; статистичними спостереженнями не охоплюється провідний сектор як у структурі ВВП, так і в структурі зайнятості – сфера послуг, з урахуванням того, що найбільш наукомісткою послугою виступають самі ДіР; отже, актуальним завданням на сьогодні виступає розробка методичного інструментарію статистичних обстежень інноваційної активності у сфері послуг, що дозволить адекватно оцінити реальний рівень інноваційного розвитку країни;

✓ проблеми, що порушені у статті, є актуальними не лише з огляду на потреби проведення порівняльного аналізу на міжнародному рівні для вироблення орієнтирів у формуванні державної науково-технічної або інноваційної політики, вони актуалізуються на сучасному етапі євроінтеграції України.

1. Актуальні проблеми державного управління інноваційними процесами / За заг. ред. акад. НАН України В.П. Горбуліна. – К.: ДП "НВЦ "Євроатлантикінформ", 2006. – Вип. 24.
2. Жилинская О.И. Информационная экономика и тенденции современного научно-технического развития / Становление информационной экономики: теория и практика. – СПб.: Нестор, 2006.
3. Жилинская О. Научно-техническая деятельность в эпоху ИНТЕРНЕТ // Вісник Київського нац. ун-ту. ім. Т. Шевченка. Сер. "Економіка". – 2007. – Вип. 97.
4. Класифікація видів економічної діяльності: ДК 009-2005. Видання офіційне. – К.: Держспоживстандарт України, 2006.
5. Малицький Б.А. Науково-технічний потенціал України: сучасний стан та перспективи розвитку // Наука та наукознавство. – 2005. – №3 (49).
6. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : Стат. зб. / Держкомстат. – К., 2007.
7. Обзор экономического положения Европы 2002 г., №1. – ООН, Нью-Йорк, Женева, 2002.
8. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України / В 3 т. Т.1: Економіка знань – модернізаційний проект України / За ред. акад. НАНУ В.М. Гейця, акад. НАН України В.П. Семіноженка, чл.-кор. НАНУ Б.Є. Кваснюка. – К.: Фенікс, 2007.
9. Україна: Стратегічні пріоритети. Аналітичні оцінки. – 2006 : Монографія / Під ред. О.С. Власюка. – К.: НІСД, 2006.
10. Черванов Д., Жилинская О. Науково-технічна конкурентоспроможність країни: підходи до визначення // Наука та наукознавство. – 2006. – №1.
11. Янкевич В.Ф., Булкін І.О. Проблеми переходу статистики наукових досліджень і розробок в Україні на міжнародні стандарти // Проблеми науки. – 2000. – № 10.
12. Статистичний щорічник України за 2005 р. – К.: Держкомстат України, 2006.
13. The World Bank // World Development Indicators. – Washington, 2000.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

КЛАСИФІКАЦІЯ СКЛАДОВИХ ТА ЕЛЕМЕНТІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Розглянуто класифікацію складових та елементів інноваційної інфраструктури на основі виділення комплексу класифікаційних ознак. Досліджено сутність основних складових та елементів інноваційної інфраструктури. Проаналізовано сутність поняття інноваційного посередництва.

Classification of constituents and elements of innovative infrastructure is considered on the basis of selection the complex of classification signs. Probed essence of basic constituents and elements of innovative infrastructure. Essence of concept of innovative mediation is analysed.

Постановка проблеми. Одним з законів функціонування інноваційної інфраструктури як складного об'єкту є закон розвитку і збільшення різноманітності її елементів та спеціалізованих складових частин. Дослідження останніх вимагає розробки їх комплексної класифікації, що дозволить виявити їх основні ознаки та у подальшому побудувати схему взаємодії елементів інноваційної інфраструктури. Під структурою в даному дослідженні розуміється організована взаємодія елементів, що розглядається у певний момент часу. Таким чином, розробка класифікації складових інноваційної інфраструктури є необхідною умовою побудови механізму її формування, що є особливо актуальним для вітчизняної економіки.

Інноваційну інфраструктуру можна визначити як соціально-економічну систему, що забезпечує та координує безперервне багаторівневе функціонування взаємозв'язків і суб'єктів інноваційної сфери з метою збільшення ефективності та зменшення тривалості інноваційного процесу. Це відбувається шляхом надання послуг, постачання ресурсів, організаційного оформлення взаємозв'язків між суб'єктами інноваційної сфери, що призводить до зменшення вартості їх взаємодії та зниження ризику. Оскільки інноваційна інфраструктура є складовою ринкової інфраструктури, серед основних її функцій можна виділити забезпечуючу, координаційну, посередницьку та системоутворюючу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання функціонування та становлення елементів інноваційної інфраструктури досліджуються вченими Центру досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки ім. Г.М. Доброва НАН України, Українського інституту науково-технічної та економічної інформації, Науково-дослідного економічного інституту Міністерства економіки України. Теоретичні аспекти об'єднання елементів інноваційної інфраструктури на основі різних ознак розглядаються у працях багатьох вчених, серед яких можна виділити роботи Л. Антонока, О. Жилінської, А. Мухамедьярова, Л. Нехорошевої, С. Парсадоняна. В. Колосовим досліджено поєднання елементів інноваційної та інвестиційної інфраструктури у єдиний комплекс.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Загалом, на сьогодні існує значна кількість класифікацій елементів інноваційної інфраструктури, проте всі вони ґрунтуються лише на одній ознаці. Необхідним є розробка їх узагальненої класифікації для подальшого системного дослідження інноваційної інфраструктури. Окрім цього потребує дослідження визначення взаємодії елементів інноваційної інфраструктури із інноваційним процесом, а також подальший аналіз сутності інноваційного посередництва, який розпочато у роботах М. Шингура [7].

Метою статті є розробка комплексної класифікації складових та елементів інноваційної інфраструктури, що дозволить здійснити їх системний аналіз а також виокремлення основних складових інноваційної інфраструктури в Україні, що відрізняються специфікою свого формування.

Виклад основного матеріалу. При визначенні представників інноваційної інфраструктури ми використовуємо термін елементи інноваційної інфраструктури,

як її автономні неподільні функціонально визначені частини. У свою чергу, для більшого узагальнення представників інноваційної інфраструктури при дослідженні її структури пропонуємо використовувати термін "складова" замість "елемент", якщо не переслідуватиметься мета підкреслення неподільності останнього. До елементів інноваційної інфраструктури можуть бути віднесені інноваційні посередники, спеціалізовані консалтингові фірми, організації, що займаються базами даних тощо.

Специфіка виникнення інфраструктури як підсистеми суспільного господарства пов'язана саме із появою спеціалізованих, технологічно відокремлених від основного виду економічної діяльності підприємств, підрозділів та служб, що у ході своєї еволюції перетворюються на спеціалізовані інфраструктурні організаційні форми. Це свідчить про визначальну роль саме юридичних осіб у складі інноваційної інфраструктури. Проте, по-перше, висока роль людського капіталу в інноваційній сфері, і, по-друге, низький рівень формальної організації вітчизняної інноваційної сфери, свідчать про особливе значення фізичних осіб у процесі надання послуг суб'єктам інноваційної діяльності в національній економіці.

У ході нашого дослідження проаналізовано діяльність лише юридичних осіб, оскільки однією з функцій інноваційної інфраструктури є оформлення ринкових відносин в організаційні форми. Окрім цього послуги фізичних осіб переважно мають неофіційний характер, що ускладнює їх статистичну фіксацію та характеристику.

С. Парсадонян серед задач інноваційної інфраструктури виділяє підтримку ініціативної інноваційної діяльності, особливо на її початкових стадіях, а також сприяння переходу новинок у суспільну практику та пришвидшення їх реалізації [6, с.15]. Зазначений дослідник виділяє два елементи інноваційної інфраструктури: інформаційну та організаційну підтримку. Інформаційна складова інноваційної інфраструктури спеціалізується на наданні інформації виробникам та споживачам інноваційної продукції та є сукупністю довідникової, патентної, кон'юнктурної, аналітичної, технічної та рекламної інформації, які в свою чергу мають власну структуру. Організаційна складова займається організаційним забезпеченням та представлена переважно консультаційними фірмами. Проте поза увагою даного дослідника залишають фінансові потоки, які традиційно дослідуються кредитно-фінансовою складовою інфраструктури.

Даний недолік долається Л. Нехорошевою, яка у складі інноваційної інфраструктури виділяє організаційні структури, фінансово-кредитні інститути, страхові компанії, інформаційну мережу, систему сервісного обслуговування та різноманітні форми навчання [5, с.15]. К. Плетнев розглядає інфраструктуру, що складається з восьми систем, між якими існують тісні взаємозв'язки, і які виконують певні функції, кожна з яких повинна бути підкріплена організаційно-економічним механізмом її реалізації, який передбачатиме існування організаційних форм, переважно у вигляді спеціалізованих організацій, що оптимізуватимуть витрати обміну суб'єктів інноваційної сфери [1, с.44]. До запропонованих Л. Нехорошевою суб'єктів К. Плетнєвою додано

систему експертизи, систему виробничо-технологічної підтримки, систему сертифікації, систему просування на ринки та систему координації та регулювання розвитку.

А. Мухамедьяров серед організаційних елементів інноваційної інфраструктури виділяє проектно-конструкторські, дослідно-експериментальні організації, що спеціалізуються на консультуванні та доведенні до промислової та комерційної реалізації нововведення на контрактній основі; служби менеджменту, маркетингу, реклами; інноваційні фонди, банки, страхові компанії, біржі науково-технічних розробок; установи науково-технічної експертизи, сертифікації наукомісткої продукції; установи освіти та підготовки кадрів; патентно-ліцензійні установи; інформаційно-консультаційні підрозділи; установи сервісного обслуговування, лізингові фірми [4, с.85].

В. Колосовим запропоновано поєднання інноваційних та інвестиційних елементів інфраструктури в єдиний комплекс, висока ефективність якого буде досягатися за рахунок синергійного ефекту від взаємодії фінансової та інноваційної сфер, що містить інвестиційну, інформаційну та соціально-технічну складові. При зазначеній організації для інвестиційних проектів цикл може скоротитися в 3-5 разів, що відповідає зростанню річного прибутку на вкладений капітал також в 3-5 разів: від 8-10 % до 40-50 % річних. Це робить їх конкурентними з короткостроковим товарним кредитом [3, с.30].

Всі наведені вище класифікації побудовані на основі функціональної ознаки і переважно містять схожі складові елементи. Більшість з них виділяє певні підсистеми у складі інфраструктури, проте до складу останніх входять її саме елементи, які кінцеві та функціонально-автономні утворення. Технопаркові структури, що є комплексними утвореннями, зустрічаються лише у рамках дослідження Н. Нікітіної [3]. При цьому, всі наведені класифікації не враховують поліваріантність ознак елементів інноваційної інфраструктури.

Як вже зазначалося, інфраструктурні елементи є організаційним втіленням зв'язків в інноваційній сфері. Зв'язки у свою чергу можуть існувати між різними елементами та мати різне наповнення: інформаційні, фінансові тощо. Отже, елементи інноваційної інфраструктури можуть також бути класифіковані на основі видів зв'язків, які інколи називають потоками. Так, наприклад, виділяють такі види потоків як взаємодія між підприємствами з приводу спільної дослідницької діяльності та технічного співробітництва, взаємодія між підприємствами, університетами та державними науковими закладами, поширення технологій та мобільність робочої сили – рух людей та знань, якими вони володіють [2, с.71].

Оскільки інноваційна інфраструктура є підсистемою ринкової, в її складі можна виділити аналогічні складові. Наприклад, інституційну, інформаційну, нормотворюючу та ментальну складові, або матеріально-технічний, фінансовий, кадровий, виробничий та інформаційно-консультаційний блоки. Також на основі цього слід зазначити, що інноваційна інфраструктура містить елементи загального та специфічного призначення. Перші є загальними для всіх підсистем ринкової інфраструктури, другі забезпечують діяльність переважно інноваційної сфери. Певні установи та організації, наприклад банки, можуть виконувати функції інноваційної інфраструктури лише частково. До елементів загального призначення можна віднести, наприклад, центри з проведення виставок та демонстрацій. Елементи спеціального призначення вимагають окремої детальної класифікації.

На нашу думку, основною класифікаційною ознакою елементів інноваційної інфраструктури має бути вид послуг, що ними надаються. Дана класифікація базується на основних функціях інноваційної інфраструкту-

ри, а саме забезпечуючій та посередницькій. На основі цього можна виділити:

1. Інфраструктурні елементи, що спеціалізуються на безпосередньому забезпеченні функціонування суб'єктів інноваційної діяльності. Сюди можуть належати фінансово-кредитні установи, страхові компанії, консалтингові фірми тощо. Основною їх характеристикою є надання послуг або ресурсів, які необхідні для організації та реалізації своїх функцій суб'єктами інноваційної діяльності.

2. Посередницькі структури, діяльність яких передбачає налагодження інформаційних, фінансових, людських та матеріально-технічних потоків всередині інноваційної сфери. Основними послугами є пошук, відбір та просування інноваційної продукції на національні та світові ринки, а також поєднання контрагентів у процесі створення інновації.

3. Інфраструктурні елементи, що створюють або зберігають специфічні ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності, а також надають певні послуги, які стосуються результату науково-технічної діяльності (патентування, ліцензування, експертиза). У залежності від ресурсу це можуть інформаційні бази даних, освітні програми підготовки фахівців у сфері інноваційного менеджменту тощо. Дана складова більшою мірою стосується науково-технічної сфери, оскільки обслуговує не інноваційну фірму, а об'єкт її діяльності. Потреба у таких послугах переважно виникає відразу перед процесом виробничого та комерційного призначення. Проте їх використання на противагу іншим є обов'язковим. Окремим елементом виступають інститути підготовки фахівців у сфері інноваційного менеджменту.

Слід зазначити, що даний розподіл є умовним, оскільки на практиці функції різних елементів класифікації в більшості випадків перетинаються. Загальна схема можливих варіантів надання послуг елементами інноваційної інфраструктури суб'єкту інноваційної діяльності, враховуючи розглянуту вище класифікаційну ознаку, наведена на рис.1.

У окремих транзакціях, так само як і протягом одного інноваційного циклу, можуть брати участь кілька інфраструктурних елементів. Одна організація може поєднувати у собі, наприклад, посередницьку та забезпечуючу функції. Участь посередника при споживанні інфраструктурних послуг не є обов'язковою, інноваційна фірма може сама звернутися до організації, що створює для неї певний вид ресурсу, наприклад, готує кадри.

Досить часто інноваційні посередники, створюючи інформаційні банки даних щодо попиту та пропозиції інновацій та ресурсів, одночасно виступають у ролі зберігачів інформаційного ресурсу. В свою чергу бази даних також є посередницькою структурою, оскільки лише зберігають інформацію, отриману від одних суб'єктів науково-технічної та інноваційної сфер, та передають іншим на їх замовлення.

При дослідженні інноваційної інфраструктури доцільно розглянути поняття інноваційних посередників, введене М. Шингуром, що визначає їх як суб'єктів господарювання, які є окремим видом організаційних форм реалізації інноваційних процесів, що налагоджують інформаційні, фінансові, людські та матеріально-технічні потоки між елементами національної інноваційної системи. Це проміжні організації, що можуть опосередковувати будь-які зв'язки, які потенційно можуть виникати між суб'єктами господарювання, що прямим, або опосередкованим чином приймають участь у інноваційному процесі. Наведеним дослідником здійснена класифікація інноваційних посередників та обґрунтована їх економічна природа.

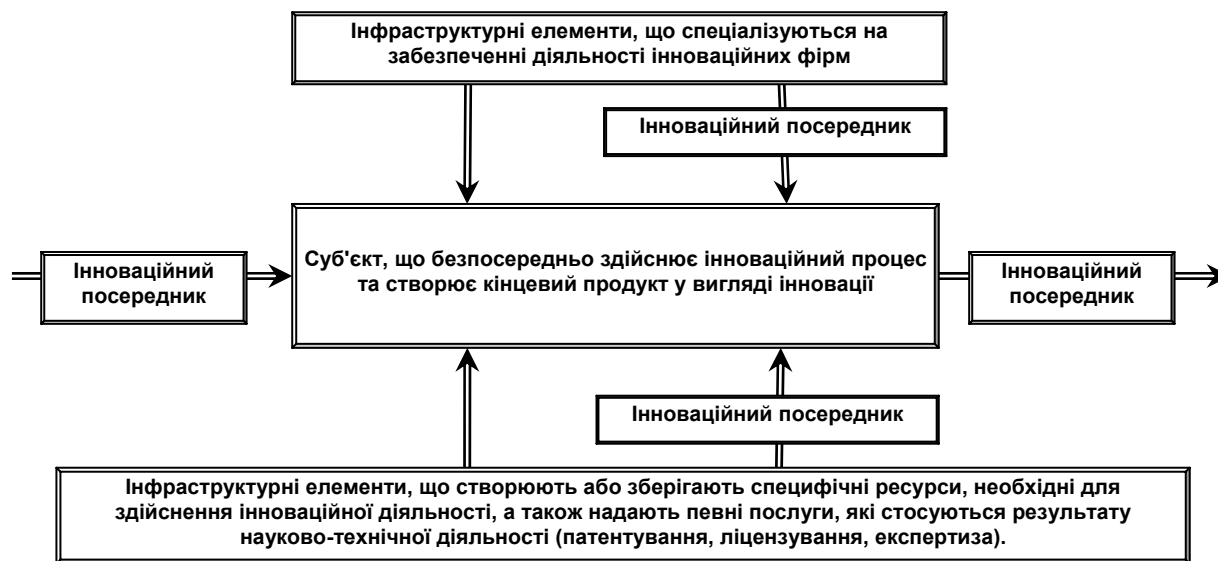


Рис. 1. Схема можливих варіантів надання послуг елементами інноваційної інфраструктури суб'єкту інноваційної діяльності

Інноваційний посередник є елементом інноваційної інфраструктури. В розрізі нашого дослідження до інноваційної інфраструктури належатимуть лише ті інноваційні посередники, які спеціалізуюватимуться на забезпеченні зв'язків, одним з обов'язкових сторін яких має бути суб'єкт, що безпосередньо здійснює інноваційну діяльність, наприклад, венчурна фірма [7, с.162].

Розвиваючи положення про діяльність інноваційних посередників, на наш погляд важливим є визначення поняття інноваційного посередництва, як окремого, але не єдиного виду діяльності елементів інноваційної інфраструктури.

Серед функцій активного виду інноваційного посередника виділено оцінку науково-технічного та комерційного потенціалу нових розробок; аналіз "патентоздатності" або "патентної чистоти" розробок; надання допомоги у юридичному оформленні прав на інтелектуальну власність; аналіз ринку та складання бізнес-плану реалізації нових технологій; пошук потенційних споживачів об'єктів інтелектуальної власності; юридичний супровід угод купівлі-продажу об'єктів інтелектуальної власності; управлінський консалтинг для малих інноваційних фірм та приватних підприємств; пошук та залучення венчурного капіталу під нові проекти; організацію та управління інноваційними проектами [7, с.164].

На нашу думку, перелічені функції можна розділити на посередницькі, що полягають у налагодженні зв'язків, та консалтингові, що передбачають виконання певних видів консультативно-оціночних робіт. До інноваційного посередництва як діяльності мають відноситися лише посередницькі функції. На користь цього свідчить також те, що інноваційні посередники у чистому вигляді, на думку вищезгаданого автора, є організаційними формами, що повинні налагоджувати зв'язки між консалтинговими організаціями та авторами розробок або венчурним бізнесом. Результатом діяльності інноваційного посередника буде посередницька послуга в інноваційній сфері. Таким чином, інноваційні посередники, що займаються лише інноваційним посередництвом зустрічаються дуже рідко, у свою чергу майже всі елементи інноваційної інфраструктури здійснюють посередницьку діяльність.

Доцільним є введення певного критерію віднесення елементів інноваційної інфраструктури до інноваційних посередників. Ми можемо запропонувати два підходи

до виділення інноваційних посередників серед елементів інноваційної інфраструктури:

- ✓ вважати інноваційним посередником будь-якого суб'єкта, що займається інноваційним посередництвом у будь-якій формі та будь-якому обсязі.

- ✓ вважати інноваційним посередником лише тих суб'єктів, діяльність яких щодо інноваційного посередництва є основним видом економічної діяльності.

На нашу думку, більш доцільним для науково обігу є перший із наведених варіантів, оскільки він передбачає існування в якості інноваційних посередників фізичних осіб. Другий варіант може бути доцільним при написанні певних законів, що визначатимуть пільги для інноваційного посередництва, що вимагатиме його чіткого виокремлення на основі кількісної ознаки. Проте для цього необхідним є чітке визначення інноваційного посередництва як виду економічної діяльності.

До існуючої класифікації інноваційних посередників доцільно додати класифікацію на основі їх спеціалізації, розглянуту вище. Дана класифікація є дуже важливою, оскільки економія на трансакційних витратах досягається саме за рахунок спеціалізації інноваційних посередників. Слід також зазначити, що дана класифікація стосується саме потоків інноваційної сфери, які налагоджує посередник, а не об'єкту його діяльності, яким є лише інформація. Ця особливість є специфікою інноваційного посередництва.

Окрім цього слід зазначити, що, як і в будь-якій іншій сфері, інноваційне підприємство може взаємодіяти із власниками ресурсів через мережу з кількох посередників. Наприклад, фінансові кошти можуть потрапляти до венчурної фірми через ланцюг, що складатиметься з венчурного фонду та інноваційного центру.

Наступною класифікаційною ознакою має бути характер послуг, що надаються. Дана класифікація базується на функції забезпечення інноваційної інфраструктури. Тут доцільно виділити наступні складові:

1. Інформаційна складова. Стосується всіх видів інформаційного забезпечення інноваційної діяльності та її результату. Містить консалтингові послуги, фірми незалежної експертизи та патентоведення, банки даних щодо виробників, постачальників та потенційних споживачів інноваційного продукції, центри з навчання та підготовка персоналу.

2. Фінансова складова. Стосується акумулювання, розподілу та управління фінансів для проведення інноваційної діяльності.

3. Матеріально-технічна складова. Дана складова масштабно реалізується переважно в межах технопаркових структур (бізнес-інкубаторів, технопарків тощо) та полягає у наданні приміщень, здачі в оренду обладнання та лабораторій, використання виробничих приміщень для випробування та виробничого впровадження науково-технічних розробок.

Серед наступних класифікаційних ознак можна виділити:

1. Рівень прибутковості:

1.1. Прибуткові – мають певний рівень прибутковості та повинні окупатися протягом запланованого періоду.

1.2. Неприбуткові – працюють переважно на кошти місцевих органів влади, основною метою є підвищення ефективності та інтенсивності інноваційної діяльності.

2. Позиція відносно об'єкту своєї діяльності:

2.1. Із активною позицією – самостійно здійснюють пошук клієнтів та формування баз даних.

2.2. Із пасивною позицією – реалізація послуг відбувається на замовлення, загальна діяльність організації будується на очікуванні замовлень.

3. Місце в інноваційному процесі:

3.1. Елементи інноваційної інфраструктури, що налагоджують зв'язок між окремими етапами інноваційного процесу.

3.2. Елементи інноваційної інфраструктури, що забезпечують взаємодію суб'єктів інноваційної діяльності із підприємствами та організаціями, що є зовнішніми відносно інноваційного процесу, а також елементи, що забезпечують організацію та реалізацію інноваційної діяльності.

4. Вид економічної діяльності – класифікація установ інноваційної інфраструктури в залежності від надання послуг підприємствам певної сфери або певного виду економічної діяльності.

5. Форма організації:

5.1. Реальні – надають послуги в реальному просторі.

5.2. Віртуальні – Інтернет – проекти, що надають консалтингові послуги в режимі on-line, здійснюють замовлення на основі можливостей глобальних та локальних мереж.

6. Форма власності:

6.1. Корпоративні – найбільша частка власності належить корпораціям.

6.2. Державні – найбільша частка власності належить корпораціям.

6.3. Приватні – створені на власні кошти підприємців.

7. Рівень спеціалізації:

7.1. Універсальні – елементи інноваційної інфраструктури, що надають широкий спектр послуг різного характеру.

7.2. Спеціалізовані – елементи інноваційної інфраструктури, що спеціалізуються на певному виді послуг, наприклад консалтингу.

8. Рівень взаємозв'язку з іншими елементами інноваційної інфраструктури:

8.1. Незалежні установи – підприємства та організації, що не мають тісних зв'язків із іншими елементами інноваційної інфраструктури.

8.2. Мережеві утворення.

8.3. Технопаркові структури, як комплексне поєднання різних елементів інноваційної інфраструктури.

Мережеві утворення є окремим феноменом інноваційної інфраструктури та являють собою пов'язані сукупності її елементів. Специфіка цієї частини інфраструктурної діяльності, що стосується посередництва, створює всі передумови для існування інфраструктурних мереж.

Висновки і перспективи подальших розробок.

Таким чином, із еволюцією інноваційної системи об'єднання інфраструктурних елементів у мережі є об'єктивним економічно виправданим процесом. Діяльність щодо створення законодавчого забезпечення, на наш погляд, не входить до інноваційної інфраструктури, оскільки не відповідає більшості з її ознак. Проте законодавство є невід'ємним елементом механізму формування інноваційної інфраструктури.

Окремо слід зазначити про існування в складі інноваційної інфраструктури таких елементів як інноваційні центри, інноваційні бізнес-інкубатори, технопарки та технополіси. Це специфічні багатofункціональні утворення, властиві лише інноваційній сфері. Вони можуть органічно поєднувати у собі кілька елементів, досягаючи максимального синергетичного ефекту від їх взаємодії.

На нашу думку, дослідження процесу формування інноваційної інфраструктури в Україні доцільно проводити спираючись на аналіз світового досвіду та вітчизняних реалій її функціонування на основі використання класифікації елементів інноваційної інфраструктури за характером послуг, в якій нами виділено інформаційну, фінансову та матеріально-технічну складові. Перші дві з перелічених містять основні елементи інноваційної інфраструктури.

Матеріально-технічне забезпечення інноваційного процесу є не таким вагомим елементом інноваційної інфраструктури як фінансове та інформаційне та проявляється переважно поряд з останніми в складі послуг технопаркових структур, під якими ми будемо розуміти бізнес-інкубатори, технопарки, технополіси тощо. Оскільки дані утворення поєднують в єдиний комплекс всі з перелічених складових інноваційної інфраструктури, це вимагає їх окремого дослідження.

Створення системи інфраструктурного забезпечення інноваційної діяльності в Україні є на сьогодні найбільш актуальним питанням організаційної підтримки як вітчизняних наукових установ, так і виробничих підприємств усіх галузей економіки. Аналіз закордонного досвіду та національних особливостей виникнення та діяльності окремих елементів інноваційної інфраструктури дозволить сформувати основні напрями її формування у вітчизняній інноваційній сфері.

1. Белоусов В., Плетнев К. Экспертиза в сфере научно-технической и инновационной деятельности. – М., 1997. 2. Бунчук М. Национальные инновационные системы: основные понятия и приложения. – М., 1999. 3. Колосов В. Основы инноватики. – СПб., 1999. 4. Мухамедьяров А. Организационно-экономические основы инновационного механизма в промышленности. – Уфа, 1999. 5. Нехорошева Л. Научно-техническое развитие и рынок. – Минск, 1996. 6. Парсаданян С., Потемкин В. Инновационная деятельность: организация, технологии, проектирование. – СПб., 2001. 7. Шингур М. Проблеми активізації інноваційної діяльності промислових підприємств України // Теоретичні та прикладні питання економіки : Збірник наукових праць. – 2003. – Вип. 2.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

К. Ковальська, канд. екон. наук, асист.

ВПЛИВ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЧИННИКІВ НА СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Стаття присвячена дослідженню сутності трансформаційних чинників, які впливають на процес стратегічного управління вітчизняними підприємствами.

The article is devoted to analyze the essence of transition factors that influence on the strategic management process in Ukrainian enterprises.

Постановка проблеми. Створення якісно нових підприємницьких і ринкових структур, які б функціонували високоефективно і соціально спрямовано – це неодноразовий правовий акт і тим більше не одночасна революційна акція руйнування діючого виробничого та ринкового потенціалу й виникнення більш ефективного нового. Це тривалий еволюційний процес глибоких господарських та економічних перетворень, технологічного оновлення, конверсії та диверсифікації капіталу, формування пріоритетів у системі міжнародного поділу праці та розвитку макросподарських зв'язків. А це вимагає від держави реформаторських акцій, постійної зміни правил гри, що не може не позначитись (негативно) на процесі стратегічного управління окремими підприємствами та організаціями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема стратегічного управління пов'язана із загальною проблематикою ефективності функціонування економічної системи, саме тому її дослідженню присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених: Л. Доленко, С. Олійник, Г. Загорій, І. Ансоффа, М. Портера та інших, які розглядали сутність, особливості, етапи стратегічного менеджменту організацій в ринковій економіці.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Визначаючи ряд факторів, які впливають на стратегічний процес, дослідники залишають поза увагою чинники, пов'язані з перехідним станом економіки, та ступінь їх впливу на стратегічне управління підприємствами. Водночас застосування поширених методів стратегічного аналізу в практиці вітчизняних організацій в умовах когнітивного дисонансу стратегічного менеджменту є неможливим.

Метою статті є визначення сутності та ступеню впливу трансформаційних чинників на процес стратегічного управління вітчизняними підприємствами

Виклад основного матеріалу. Аналіз стану економіки, що склався на територіальному просторі "постсоціалістичного табору", свідчить про переважання в ньому негативних тенденцій, у більшості країн проявилася економічна криза, що характеризується такими ознаками.

По-перше, мав місце істотний спад виробництва ВВП і НД при загальному падінні фізичного обсягу товарної продукції та послуг, які залишалися неконкурентоспроможними.

По-друге, з тією чи іншою силою проявилися руйнівні інфляційні процеси, які підірвали загальну валютно-фінансову та економічну стабільність держави.

По-третє, посилилися бюджетні дефіцити і дефіцити платіжних балансів, що негативно впливає на інвестиційний клімат. Переважна частка кредитних ресурсів спрямовується в короткострокове кредитування, стримуючи інвестиційну та інноваційну діяльність. Макро- і мікроекономічні структури катастрофічно застаріли морально й фізично. У багатьох промислових підприємствах і об'єднаннях спрацювання виробничих фондів досягає 60 – 70 %.

Підсумовуючи все зазначене, можна стверджувати, що в Україні глибока економічна криза не є ні циклічною, ні довгохвильовою. Вона є частиною всеохоплюючої кризи, яка випливає з: по-перше, структурної трансформації народногосподарських пропорцій у зв'язку з розпадом колишнього єдиного виробничого простору в межах СРСР і порушенням колишніх виробничих зв'язків; по-друге,

трансформації економічної системи в цілому; по-третє, з практичної некерованості цими процесами на макрорівні в умовах, коли держава тільки формується.

Саме внаслідок відсутності всебічно обґрунтованої комплексної програми ринкових реформ і механізму їх послідовної практичної реалізації Україна потрапила в особливо скрутне становище. Водночас це негативно відбилося на застосуванні стратегічного підходу в управлінні окремими підприємствами. Адже держава регуляторною функцією "підганяє стратегії підприємств під власну стратегію розвитку". Відсутність такої стратегії, постійні зміни в програмах розвитку безперечно дестабілізують стратегічний процес на підприємствах та в організаціях.

Іноземні дослідження з проблем стратегічного управління так чи інакше зауважують на важливості врахування чинників зовнішнього середовища. Стратегічний менеджмент повинен забезпечити успішну адаптацію підприємства до зовнішніх змін, тому дослідження змін зовнішнього середовища – важливий напрям стратегічного аналізу. Але класичний підхід водночас передбачає наявність серед зовнішніх чинників "острівців стабільності", зміни в яких відбуваються зрідка, протягом тривалих періодів чи взагалі відсутні. Такі "острівці" дають змогу створити філософію сприйняття зовнішнього середовища керівництвом компанії.

Вітчизняний досвід свідчить, що таких "острівців стабільності" в Україні не існує, що пов'язано, по-перше, з руйнуванням попередньої системи і відповідно притаманних їй "острівців", по-друге, з непослідовністю державної політики у сфері реформування суспільних відносин. Отже, "острівці стабільності" у зовнішньому середовищі економічних суб'єктів України відсутні, не створені й не можуть бути створені.

Головним джерелом нестабільності при цьому вважають нестабільність законодавчої бази та непослідовність законодавчого процесу. Такі умови вимагають постійного переузгодження корпоративних стратегій із державними, що заважає розробці будь-яких програм розвитку і не сприяє становленню стратегічного управління на підприємствах України.

Важливим недоліком перехідної економіки є також відсутність системної інфраструктури. Інфраструктуру планової економіки відкинули, а ринкової – не створили. Так, нерозвиненість фінансових ринків перешкоджає ефективному функціонуванню вітчизняної моделі корпоративного управління. Адже інвестори не можуть вільно "голосувати" переходом прав власності на цінні папери, відповідно керівництво не має об'єктивної інформації. Відсутність інформаційної інфраструктури (аналітичних, консалтингових фірм, банків даних тощо) не дозволяє об'єктивно оцінити ринкові можливості та загрози, що перекреслює основні принципи класичного перспективного управління.

З погляду "культурної" концепції у стратегічному менеджменті можна стверджувати, що трансформаційні процеси в Україні призвели до "культурного шоку" підприємств та організацій. А це мало сприяти розвитку стратегічного менеджменту, адже, як зазначає І. Бйоркман, радикальна стратегія має обумовлюватись фундаментальними змінами в культурі [1, с. 224]. Однак таке твердження є доволі суперечливим. Фун-

даментальні культурні трансформації, що мають місце протягом останнього десятиріччя на пострадянському просторі, зовсім непорівнювані зі змінами, зазначеними І. Бйоркманом. У працях дослідника – це "збільшення розриву між системою поглядів організації і характеристиками оточення". Вітчизняна ж практика свідчить про зіставлення щонайменше двох зовсім протилежних культур: культури, орієнтованої на виробника, і культури, орієнтованої на споживача.

Фундаментальну основу культури становлять певні знання. З еволюцією культурної системи властиві їй знання також еволюціонують: їх обсяг збільшується чи, навпаки, втрачається. Проблема радикальних трансформацій полягає у тому, що старі знання стають недостатніми, а інколи, непотрібними, а нових знань ще не вироблено й не накопичено. Тому розвиваються тенденції, характерні для поглядів представників школи зовнішнього середовища. Коли знання керівництва недостатні для аналізу змін та активного втручання у ці зміни, менеджмент перетворюється на пасивний елемент стратегічного процесу, змушений лише ідентифікувати зовнішні сили й забезпечувати адаптацію організації. А це не сприяє розвитку стратегічного бачення. З іншого боку, таке розуміння ролі менеджера призвело до поширення міметичного типу інституційного ізоморфізму за Дж. Мейером та Б. Роуеном [2, с. 27]. Відсутність власного знання змусила керівників українських підприємств запозичувати та імітувати іноземні розробки (згадаймо поширеність на вітчизняному ринку "практичної" літератури). Звичайно, у вивченні чужого досвіду немає нічого осудливого. Проте, враховуючи схильність попередньої культури сприймати все написане як "інструкцію до дій" і одночасно психологічне несприйняття старими керівниками нових методів управління, такий ізоморфізм не міг принести нічого корисного. Врахування лише впливу ситуаційних чинників чи намагання уподібнитись успішним організаціям недостатньо для розробки ефективної стратегії, тим паче у складних перехідних умовах. На думку Д. Міллера, контекст, що визначається як проблеми та ресурси, що оточують організацію, як економічні, так і людські, має різні наслідки, характер яких залежить від зручного вищому керівництву способу створення стратегії [3, с. 239]. Таким чином, формуються психологічний та конфігураційний аспекти стратегічного процесу. Тому при аналізі трансформаційного впливу на стратегічне управління варто застосувати й підхід когнітивного школи.

Трансформаційні процеси, з погляду когнітивної концепції, є свого роду перевіркою ментальних здібностей менеджерів. Як зазначає П. Мортисон, "будь-які значні зміни в організації або передують кризі, або є її наслідком... Так чи інакше спостерігаємо "перехід у кризових умовах". Назвемо його *ікс-переходом* (*X-transition*), через символічну невизначеність ікса... Саме цей період у житті організації характеризується невизначеністю, достатньою, щоб заперечити всі стандартні приписи стратегічного управління, і дати шанс менеджеру скористатися своїми пізнавальними здібностями" [4, с. 39]. А Д. Міллер, наголошуючи на трансформації "квантовими стрибками", зауважував, що в окремих випадках перехід від однієї конфігурації до іншої "затримується в часі", і тому його варто розглядати вже не як перехід, а як "перехідну конфігурацію", існування якої несприятливо відображається на функціонуванні організації. Тривалість такого "існування" цілком залежить від волі та здібностей "трансформатора" [3, с. 233].

В Україні спостерігався когнітивний дисонанс стратегічного менеджменту – наявність взаємовиключних альтернативних уявлень про можливості та перспективи організації. Якщо розглянути ситуацію, в якій опинилися вітчизняні підприємства, то за стадіями життєвого циклу можна зробити такі висновки: *по-перше*, за рівнем власного роз-

витку підприємства характеризувалися стадією зрілості з тенденцією до занепаду (стабільна кількість конкурентів, низькі темпи зростання); *по-друге*, за показниками насичення ринку (значний незадоволений попит, високий потенціал зростання, розвиток нових технологій) ситуація характеризувалася як типова для стадії зростання; *по-третє*, враховуючи низький рівень прибутковості (наприклад, криза неплатежів призводила до того, що збільшення обсягів виробництва пов'язувалося з "постійною тимчасовою збитковістю") та інші негативні тенденції, можна стверджувати про знаходження підприємств на стадії занепаду (кризовий стан). Як бачимо, керівництво доволіного підприємства було змушене розглядати ситуацію так, ніби підприємство перебувало одночасно в трьох точках свого життєвого циклу. Це дає змогу висунути гіпотезу про "темпоральний парадокс" як головну причину когнітивного дисонансу в стратегічному менеджменті на вітчизняних підприємствах. Вихід з такого парадоксу можливий через: а) зовнішнє втручання в систему (наприклад, з боку держави); б) подолання когнітивного порогу і порушення системної логіки (як це постійно роблять інноваційні фірми, розвиваючи проактивну стратегію); в) порушення системної етики – деструктивне, злочинне порушення основних правил поведінки в межах тієї чи іншої системи. Причому останній спосіб дуже небезпечний, адже веде до ланцюгової реакції виникнення нових порушень у межах системи, утворюється, так би мовити, чорна діра. Система остаточно дестабілізується, стандартні прийоми управління не спрацьовують. Активи підприємств вимиваються в чорну діру, ще більше погіршуючи ситуацію. Повністю втрачається можливість менеджерів об'єктивно оцінювати ситуації, розробляти конкурентні стратегії. Справді, про яку конкурентоспроможність може йтися, якщо в більшості випадків підприємства мали справу з неплатоспроможним споживачем, якщо не задовольняється одна з характеристик попиту як його взагалі можна оцінити? Значна частина економіки перейшла в тінь, і обсяг цієї частини ще ніхто правильно не визначив.

Висновки і перспективи подальших розробок.

Український ринок транзитивного періоду – це трансверсальне поняття: з одного боку – це типовий недорозвинений базар, а з іншого – складне сплетіння нелегітимних економічних відносин. У такому випадку, які іноземні приписи можна покласти в основу мистецтва стратегічного управління вітчизняними організаціями, а з іншого, – чи можемо вести мову про національні моделі, якщо все нове – це добре забуте старе? Тому трансформаційний аспект вітчизняного стратегічного менеджменту потребує додаткових досліджень, проте й проведений аналіз дає змогу зробити певні висновки.

По-перше, трансформаційні чинники зумовлюють необхідність особистісного підходу до процесу стратегічного управління. Саме від психологічних, когнітивних здібностей керівника залежить ступінь усвідомлення ним проблем організації та виявлення перспектив її розвитку.

По-друге, поширені методи стратегічного аналізу не можуть бути безпосередньо застосовані у діяльності вітчизняних менеджерів. Зокрема, це пов'язано з тим, що більшість аналітичних моделей (матриці БКГ, General Electric, Arthur D. Little та ін.) у своїй основі мають концепцію життєвого циклу, застосування якої в транзитивній економіці через гіпотезу про "темпоральний парадокс" створює низку проблем, не вирішуваних аналітичними методами.

1. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпед Дж. Школы стратегий: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001. 2. Meyer J., Rowan B. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony // AJS. – 1994. – №3. 3. Mortison P. Choosing Strategies for Change // Harvard Business Review. – 1999. – №2. 4. Miller D., Friesen P. Strategy-Making and Environment: The Third Link // The Strategic Management Journal. – 1998. – №4. 5. Ансофф И. Стратегическое управление. – М., 1989.

І. Корнілова, канд. екон. наук, доц.,
Л. Шаповалова, канд. екон. наук, асист.

СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ЙОГО ОЦІНКИ

Досліджено поняття інноваційного потенціалу організації, розглянуто його сутність та риси, виділено основні підходи до його оцінки для прийняття управлінських рішень щодо реалізації інноваційних проектів, проаналізовано можливості використання наведених методик на різних рівнях управління.

The article deals with the problem of the innovation potential of organization. The authors characterize the innovation potential and the main ways of its estimation for management decisions about innovation projects; analyse the possibilities of these methodic using on different management levels.

Постановка проблеми. Досягнення цілей інноваційного розвитку організацій в сучасних умовах загострення конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках неможливо без наявності адекватного механізму їх реалізації. Розробка і ефективна реалізація інноваційних стратегій передбачають попередню оцінку інноваційних можливостей підприємства з точки зору забезпечення оптимальних результатів інноваційного розвитку. Висновки такої оцінки мають служити відправною крапкою прийняття управлінських рішень щодо реалізації певної інноваційної стратегії в разі відповідності їй інноваційного потенціалу організації чи необхідності коригування стратегії або потенціалу при суттєвих недоліках, виявлених в процесі його дослідження. В контексті вирішення поставлених завдань потребують теоретико-методичного осмислення питання сутності інноваційного потенціалу організації та методів його оцінки для забезпечення ефективного механізму здійснення інноваційних перетворень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання сутності та оцінки інноваційного потенціалу досліджуються в працях науковців А. Амоши, В. Аньшина, Ю. Бажала, В. Гуніна, Г. Доброва, П. Завліна, А. Казанцева, В. Клименюка, І. Новікової, Ф. Поклонського, С. Філіна та інших. Зокрема, розглядаються різні підходи до розуміння даної категорії: як складової загального потенціалу організації, з функціональної, ресурсної точки зору тощо [1, 3, 4, 5, 8, 9]. Авторами пропонуються різні методики оцінки інноваційного потенціалу з урахуванням рівня господарювання та управління, з різною сукупністю показників та принципів оцінки, з різними можливостями практичного застосування при визначенні стартових позицій та умов інноваційних перетворень [2, 3, 6, 7, 8, 11].

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Переважна більшість наукових робіт з даної проблематики торкається аналізу певних аспектів інноваційного потенціалу організації. При цьому, поки ще не сформовано загальний підхід до його розуміння. Потребують уточнення система показників та алгоритмів оцінювання складових інноваційного потенціалу організації, забезпечення інтеграція оцінок інноваційного потенціалу та інноваційного клімату, визначення можливості застосування різних методів оцінки в практиці реалізації конкретних інноваційних проектів.

Метою статті є узагальнення розглянутих в літературі теоретичних аспектів сутності інноваційного потенціалу організації, виділення його основних рис та систематизація існуючих методичних підходів до оцінки.

Виклад основного матеріалу. Поняття "інноваційний потенціал організації" в літературі характеризується різноманітністю існуючих підходів і трактовок, зокрема, він розглядається як:

✓ накопичена певна кількість інформації про результати науково-технічних робіт, винаходів, проектно-конструкторських розробок, зразків нової техніки і продукції [3, с.12];

✓ системи факторів та умов, необхідних для інноваційного процесу [8, 14];

✓ сукупність різних видів ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові, інтелектуальні, інформаційні та інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності [1, с. 48];

✓ складова інноваційного простору, яка включає особисті ділові якості керівників, професійну та економічну підготовку, професійні досягнення, матеріально-технічне і фінансове забезпечення і визначається набором здійснюваних нововведень [4, с. 39];

✓ невикористані, приховані можливості накопичених ресурсів, що можуть бути задіяні для досягнення цілей економічних суб'єктів [5, с. 58];

✓ цілеорієнтована комбінація інноваційних ресурсів та каталізаторів, які уможливають використання цих ресурсів для досягнення мети інноваційної діяльності, підвищення рівня конкурентоспроможності і стратегічного успіху підприємства [9, с. 43].

У загальному розумінні, виходячи з ентомологічного значення, інноваційний потенціал означає "ступінь потужності, приховані можливості", а саме, наявні сили, запаси, засоби, джерела, реальну потенційну можливість системи щодо генерації результатів, значущих для інноваційного розвитку організації і які мають бути втілені при створенні відповідних умов, прийнятті відповідних управлінських рішень.

Одночасно інноваційний потенціал є складовою системи потенціалу підприємства. Як діалектичному поєднанню загального та особливого при наявності специфічних ознак, йому притаманні всі риси, функції, закономірності розвитку, характерні для потенціалу організації загалом. Такий підхід вказує на необхідність зосередження особливої уваги на взаємозв'язках інноваційного потенціалу з іншими структурними елементами загального потенціалу підприємства: виробничим, трудовим, інформаційним, фінансовим, управлінським, маркетинговим та іншими потенціалами.

З одного боку, в сучасних умовах перетворення інновацій у ключовий фактор економічного розвитку інноваційний потенціал набуває пріоритетного значення, перетворюючись в певне "ядро" загального підприємницького потенціалу підприємства, впливаючи на всі інші його структурні складові. З іншого боку, при фокусуванні уваги саме на інноваційному потенціалі, зокрема, для здійснення його оцінки, напрямів та факторів розвитку, можна сказати, що він вміщує елементи кожної із складових загального потенціалу організації. Саме ці елементи формують структуру інноваційного потенціалу організації і їх параметри виступають безпосередніми об'єктами процесу його оцінки.

Враховуючи функціональне призначення інноваційного потенціалу, його можна визначити як сукупність елементів, що відображають міру готовності та спроможності підприємства до досягнення встановлених інноваційних цілей, реалізації його інноваційної стратегії та підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Отже, ступінь адекватності інноваційного потенціалу насамперед визначається:

- ✓ достатньою наявністю відповідних ресурсів: трудових, матеріальних, технічних, технологічних, інноваційних, організаційних, фінансових, інформаційних тощо;
- ✓ здатністю їх використовувати: до своєчасного виявлення актуальних інноваційних проблем, потреб та запитів потенційних партнерів і споживачів, до висування конкурентоспроможних ідей у галузі створення нових продуктів і технологій; до розробки та реалізації стратегічної інноваційної програми продуктового, технічного й організаційного розвитку підприємства тощо.

Здатність інноваційного потенціалу узагальнено характеризується сукупністю необхідних умов і можливостей. Ці умови, які в літературі ще називають каталізаторами, повинні забезпечити прискорення проходження стадій інноваційного процесу. Зрозуміло, що вони мають бути оптимальними для використання інноваційних ресурсів. Їх формують елементи організаційного і управлінського потенціалу організації. Зокрема, мова йде про систему мотивації, комунікаційну систему, організаційну структуру, особливості системи управління, якість внутрішніх і зовнішніх вертикальних і горизонтальних зв'язків, інноваційний стиль керівництва, інноваційну культуру підприємства тощо.

Дослідження теоретичних і практичних аспектів інноваційного потенціалу, розглянутих в економічній літературі, дозволяють виділити його основні риси, а саме [10, 27]:

- ✓ структурність – інноваційний потенціал складається з сукупності неоднорідних елементів, які несуть властиве їм функціональне навантаження;
- ✓ складність – інноваційний потенціал підприємства містить у собі інші складові частини, які у свою чергу можна поділити на менші елементи, які відрізняються різнохарактерними й ієрархічними зв'язками;
- ✓ цілісність, системність – сукупність елементів розглядається і поводить як єдине ціле. Зміни одних елементів системи прямо чи опосередковано з різним ступенем впливу викликають зміни всіх інших елементів системи; формують ефект синергії;
- ✓ диференціація – різні елементи системи виконують лише властиві їм функції і ці елементи не можуть бути взаємозамінні;
- ✓ відкритість – інноваційний потенціал підприємства формується під впливом дії зовнішніх чинників;
- ✓ пропорційність – ефективне використання інноваційного потенціалу можливе лише за умови узгодженості кількостей. усіх елементів системи, збереження її допустимих пропорцій;
- ✓ динамічність – інноваційний потенціал підприємства безупинно розвивається і змінює свої параметри в часі, що обумовлено як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками;
- ✓ централізація – передбачає, що з часом один зі структурних блоків інноваційного потенціалу починає домінувати над іншими, визначаючи зміни в їх кількісному і якісному складі;
- ✓ конфліктність – інноваційний потенціал формується під впливом конкуруючих цілей, що породжує конфлікти економічних інтересів;
- ✓ ризикованість – визначається певним рівнем невизначеності, ймовірності результатів інноваційної діяльності, що зумовлює неможливість врахування всіх факторів впливу на інноваційний потенціал організації, ефективність його використання;
- ✓ циклічність – інноваційний потенціал організації знаходиться під впливом дії закономірностей циклічного економічного, технологічного розвитку, що потребує врахування при розробці і реалізації інноваційної стратегії.

У сукупності всі елементи, риси інноваційного потенціалу визначають загальний рівень інноваційних можливостей організації, її чутливості до генерування та впровадження нововведень. До речі, в економічній літературі тотожними поняттями інноваційного потенціалу виступають саме поняття "інноваційні можливості організації", "інноваційна чутливість організації".

Якісні та кількісні ознаки інноваційного потенціалу організації як форми відображення рівня її сприйняття нововведень у поєднанні, взаємодії з інноваційним кліматом є важливою характеристикою рівня інноваційної активності будь-якого суб'єкта господарювання і відповідно, вагомим фактором її посилення. Насамперед через розвиток інноваційного потенціалу йде розвиток організації та всіх елементів її виробничо-господарської системи. Тому його оцінка являє собою необхідну складову стратегічного управління інноваційним розвитком організації.

Складність, неоднозначність у розумінні інноваційного потенціалу, багатовекторність напрямів його дослідження обумовлюють розмаїття існуючих підходів до його оцінки.

Оскільки інноваційний потенціал є невід'ємною складовою підприємницького потенціалу організації, можливим для його оцінки є використання загальних методик, характерних для дослідження й оцінювання потенціалу організації взагалі, зокрема, таких як: вартісний метод оцінки потенціалу підприємства, результативний метод на основі ставки капіталізації, методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Однак, слід зауважити, що застосування даних методик не дає всеохоплюючого результату внаслідок неврахування специфічних рис, особливостей та ролі інноваційного потенціалу.

Орієнтацією на оцінку рівня науково-технічних досягнень на різних стадіях інноваційного циклу, інтенсивності проведення науково-дослідної та винахідницької діяльності характеризується процесно-результативний підхід. Наприклад, в методиці, представлений М.Данько [3, с. 11], на основі інформації статистичної звітності про науково-технічну та інноваційну діяльність пропонується група показників для оцінки інноваційного потенціалу на різних стадіях формування: науково – технічних робіт, винахідницької діяльності, освоєння промислового виробництва нових типів машин та устаткування. Наприклад, на стадії науково – технічних робіт – це: кількість розробок, в яких використані винаходи, кількість дослідних зразків виробів, кількість укладених ліцензійних угод, обсяг виконання науково-технічних розробок у порівнянні із світовим рівнем; на стадії винахідницької діяльності – це: кількість зареєстрованих патентів на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, кількість використаних винаходів і відповідний економічний ефект; на стадії освоєння – кількість освоєних вперше нових видів промислової продукції, її питома вага у загальному обсязі випуску тощо.

Метою оцінки даної системи показників є виділення тенденцій змін на перспективний період. Особливістю даного методу оцінки – пріоритетне використання на рівні галузі, хоча не виключається можливість його застосування для дослідження інноваційного потенціалу конкретного підприємства при відповідному коригуванні оціночних показників результативності. Підтвердження можливості таких змін в системі показників є запропонований Л. Мартюшевою [6, с. 17] комплекс параметрів оцінки інноваційного потенціалу, групованих як параметри: наукоємності виробництва; якості й конкурентоспроможності продукції; техніко-економічного рівня продукції; оновлення продукції (технології); експортоспроможності продукції, виробництва.

Для оцінки інноваційного потенціалу на рівні особистості, враховуючи її роль у генеруванні ідей, створенні

конкурентоспроможної інновації, може бути використаний соціально – психологічний підхід. В даному аспекті в системі показників оцінки інноваційного потенціалу віддається перевага рівню освіти особистості, типу її інноваційної поведінки, здатності створювати нововведення і їх впроваджувати тощо.

Структурне наповнення інноваційного потенціалу, яке формується з складових загального потенціалу організації: виробничого, трудового, інформаційного, фінансового, управлінського, маркетингового та інших, виступає методологічною основою для формування багатьох підходів до оцінки. Її об'єктами розглядаються параметри певних елементів потенціалу організації.

Наприклад, мова йде про ресурсний метод, зокрема, представлений фахівцями Центру досліджень науково-технічного потенціалу і історії науки Г. Доброва, використаний на прикладі дослідження наукового потенціалу [7, с. 259]. В основі даного підходу – оцінка кадрових, матеріально-технічних ресурсів, цільової орієнтації, організаційно-управлінського та науково-методичного забезпечення наукових досліджень і розробок з наступним моделюванням змін проблемно-орієнтованих характеристик наукового потенціалу.

В існуючих в літературі різновидах ресурсних підходів варіюють набори складових потенціалу організації, прийнятих для оцінки. Наприклад, серед критеріїв оцінки інноваційного потенціалу підприємства, запропонованих А. Харінім та І. Колєнським [11, с. 147], виділяються: корпоративний, маркетинговий, науково-технічний, виробничий, фінансовий, кадровий, організаційний аспекти дослідження, кожний з яких характеризується відповідною системою кількісних та якісних оціночних показників і використовується в залежності від цілей і напрямів інноваційної діяльності конкретного підприємства.

Широке визнання та розповсюдження отримали детальний і діагностичний методи оцінки, розроблені науковцями російського Державного університету управління [2, с. 19].

Діагностичний метод, який використовується при обмеженому обсязі інформації про об'єкт дослідження, передбачає здійснення діагностики стану інноваційного потенціалу по обмеженому колу доступних параметрів на основі системного розуміння його складових, причинно-наслідкових зв'язків діагностичних параметрів з іншими важливими параметрами системи.

Особливістю детального підходу до діагностики інноваційного потенціалу є бальна параметрична оцінка компонентів, групованих у проектний (продукти, технології, послуги), функціональний (бізнес-процеси), ресурсний (матеріально-технічні, трудові, інформаційні, фінансові), організаційний (організаційна структура, технологія процесів по усіх функціях і проектах, організаційна культура), управлінський (система, стиль управління) блоки.

Система параметрів, запропонованих для оцінки, визначається, виходячи з функціонального призначення інноваційного потенціалу щодо забезпечення реалізації певної інноваційної стратегії. При цьому показники інноваційних ресурсів доповнюються сукупністю показників, що характеризують необхідні умови прискорення проходження стадій інноваційного процесу. Зокрема, мова йде про елементи організаційного і управлінського потенціалу організації.

Зрозуміло, що даний підхід характеризується великою трудомісткістю, не виключає певну суб'єктивність результатів дослідження, але відрізняється практичною спрямованістю на визначення ступеню адекватності наявного інноваційного потенціалу його нормативній моделі для забезпечення реалізації системи стратегічних цілей інноваційного розвитку. Виявлення відхилень служитиме оріє-

нтиром для прийняття управлінських рішень щодо реалізації даної інноваційної стратегії, визначення напрямків удосконалення інноваційного потенціалу.

Значний інтерес представляє методика оцінки інноваційного потенціалу, запропонована І. Новиковою. Представлена розробка спирається на існуючі загальні та специфічні, зокрема, ресурсні підходи, а також на розуміння інноваційного потенціалу як цілеорієнтованої комбінації інноваційних ресурсів та каталізаторів, що створюють оптимальні умови досягнення інноваційних цілей. Автором пропонується визначити інтегральний показник оцінки стану інноваційного потенціалу підприємства на основі розрахунку зважених бальних оцінок показників по окремим складовим інноваційних ресурсів і каталізаторів. При цьому використовується експертний метод "векторів переваг" для визначення вагомості відповідних показників з урахуванням ступеня залученості підприємства до інноваційного процесу. За результатами проведеної оцінки стану компонентів інноваційних ресурсів та каталізаторів будуватиметься матриця напрямів розвитку інноваційного потенціалу, яка може бути використана при розробці моделей стратегічної поведінки підприємства.

Спираючись на діалектичний зв'язок внутрішнього та зовнішнього середовища організації, зрозуміло, що найбільш точна оцінка інноваційного потенціалу може бути досягнута лише з урахуванням впливу інноваційного клімату. Саме вони через сукупність своїх складових дозволяють отримати комплексне уявлення про існуючі можливості та загрози, умови здійснення інноваційної діяльності підприємства, оцінити його стратегічну інноваційну позицію, визначити причини певного рівня інноваційної активності та резерви її підвищення.

Ідея інтегрованого врахування параметрів інноваційного потенціалу та клімату для оцінки ступеня готовності організації здійснювати визначені інноваційні перетворення враховується в багатьох методах оцінки інноваційного потенціалу, зокрема, детального, що знаходить своє відображення у розрахунку показників інноваційної позиції та інноваційної активності організації як квінтесенції їхнього взаємозв'язку.

Певним різновидом інтегрованого підходу за структурою оцінюваних параметрів є соціологічний метод (метод опитувань) [8, с. 17]. В основу формування анкет, які є базою експертної оцінки, закладені параметри, згруповані в три блоки: інфраструктура інноваційного ринку, зовнішні, внутрішні фактори.

На врахуванні факторів внутрішнього та зовнішнього організації побудований метод оцінки чутливості [11, с. 247]. Присвоєння класу чутливості організації до інновацій (з шести можливих – від абсолютно чутливих до абсолютно нечутливих організацій) здійснюється на основі врахування комбінації факторів ресурсного та організаційно – управлінського характеру з наступним коригуванням визначеного класу у бік збільшення / зменшення в залежності від комплексного рейтингу галузі. Останній, сформований на основі оцінок низки параметрів, вказує на рівень і характер впливу інноваційного клімату на сприйнятливості організації різних галузей до інновацій.

Варіативністю в різних підходах відрізняються запропоновані шкали бальних оцінок, наприклад, 5 бальна оцінка [2, с. 14], 10-ти бальна оцінка [11, с. 237], числова шкала Харрінгтона [9, с. 179] тощо. Але незалежно від ступеню конкретизації оцінок параметрів, всі вони спрямовані на забезпечення порівняння з ідеальною моделлю, адекватною прийнятій інноваційній стратегії.

Висновки і перспективи подальших позробок. Розглянуті підходи до оцінки інноваційного потенціалу не вичерпують існуючих можливостей його оцінки, вра-

ховуючи складність, багатоаспектність даної категорії. Крім того, мінімізації помилок служитиме використання декількох методів оцінки.

В умовах відсутності універсальної методики оцінки інноваційного потенціалу розгляд і комплексне застосування різних методів, запропонованих в економічній літературі, з урахуванням конкретних можливостей їх використання в кожному конкретному випадку здійснення інноваційних проектів дозволить отримати більш достовірну інформацію для обґрунтованого прийняття управлінських рішень щодо розробки і реалізації інноваційної стратегії організації, внесення відповідних змін у складові інноваційного потенціалу для забезпечення його адекватності поставленим інноваційним цілям.

1. Балабанов І.Т. Інноваційний менеджмент : Уч. посібник. – СПб.: Питер. – 2000. 2. Гунин В.Н. и др. Управление инновациями. Модульная программа для менеджеров "Управление организацией". Модуль №7. – М., 1999. 3. Данько М. Інноваційний потенціал у промисловості України // Економіст. – 1999. – № 10. 3. Захарченко В.И. Экономический механизм процесса нововведений / Под ред. И.П. Продюса; Всеукраинская академия экономической кибернетики. – Одесса, 2000. 4. Кокурин Д.И. Инновационная деятельность. – М., 2001. 5. Мартюшева Л.С., Калишенко В.О. Інноваційний потенціал підприємства як об'єкт економічного дослідження // Фінанси України. – 2002. – № 10. 6. Методологические вопросы науковедения / Под ред. В.И. Оноприенко. – К., 2001. 7. Николаев А.И. Инновационное развитие и инновационная культура // Наука и наукознание. – 2001. – №2. 8. Новікова І.В. Інноваційний потенціал підприємства: оцінка та фінансово-інвестиційне забезпечення розвитку (за матеріалами підприємств алмазно-інструментального виробництва України). – К., 2003. 9. Олексюк О.І. Управління потенціалом акціонерних товариств (на матеріалах підприємств цементної промисловості України). – К., 2001. 10. Управление инновациями : В 3 кн. Кн. 1: Основы организации инновационных процессов: Учеб. Пособие / А.А. Харин, И.Л. Коленский; Под ред. Ю.В. Шленова. – М., 2003.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

М. Кривенко, асп.

СТРАТЕГІЯ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Проаналізовано джерела утворення конкурентних переваг. Досліджено взаємозв'язок різних видів діяльності підприємства та їх вплив на досягнення конкурентних переваг. Розглянуто механізм виявлення та утримання конкурентних переваг. Особливу увагу приділено стратегії формування конкурентних переваг підприємств кондитерської галузі України.

Sources of competitive advantages are analyzed. Correlation of different activities of the enterprise and their effect on competitive advantages achievements are investigated. Mechanism of competitive advantages determination and keeping is studied. Special attention to the strategy of competitive advantages building for enterprises at confectionery market is paid.

Постановка проблеми. Однією з особливостей розвитку підприємств на сучасному етапі є вплив на їх діяльність низки факторів. Змінюються клієнти, виникають нові ринкові ніші, з'являються нові конкуренти, розробляються нові, більш досконалі технології. Джерелом змін є зрушення у технічній і технологічній стороні виробництва, а також у виробничих відносинах самої компанії і в оточуючому ринковому середовищі. Звичайно, це є справедливим і для будь-якої фірми, що являє собою відкриту систему, яка взаємодіє з різними суб'єктами господарювання і суспільства загалом: органами державного управління, комерційними і некомерційними організаціями, споживачами. Відповідно можна виділити декілька ланцюгів регулювання, збої в яких призводять до необхідності перебудови, тобто свідомих змін в організації, спрямованих на підвищення її ефективності, що безперечно є нагальним та актуальним у нашому ринковому середовищі, яке часто зазнає змін. При визначенні стратегії формування конкурентних переваг підприємствам доводиться враховувати ці фактори та оперативню пристосовуватись до їх змін.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням проблем формування та досягнення конкурентних переваг організаціями на ринку присвячені роботи як іноземних вчених-економістів – І. Ансоффа, Г. Асселя, Т. Коупленда, Ф. Котлера, М. Портера, А.А. Томпсона, К. Хессіга, В.К. Холла, так і вітчизняних дослідників Є.М. Азарян, Г.Л. Азоєва, А.Е. Воронкової, В.І. Герасимчука, М.І. Книш, І.Л. Решетнікової, Р.А. Фатхутдинова, Ю. Рубіна, Ю.Ф. Ярошенко та інших. Вивчення праць даних дослідників дозволяє отримати загальне уявлення про теоретико-методологічні засади розвитку конкурентного середовища, конкурентоспроможність різних об'єктів та зрозуміти загальний механізм і принципи побудови конкурентної стратегії підприємства як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. У працях таких вітчизняних учених, як Діленко В.А., Дударь А.П., Іванова Ю.Б., Корж М.В., Лисенко Н.М., Мочерний С.В., Федішина А.Я., значна увага приділяється саме формуванню конкурентних переваг вітчизняних підприємств та методикам оцінки конкурентних стратегій.

Невирішені раніше частини загальної проблеми.

Аналіз існуючого матеріалу з проблематики дослідження конкурентних переваг та стратегій їх формування показав, що теоретична розробка багатьох аспектів досліджуваної проблеми носить розпорошений і фрагментарний характер. Відсутнє комплексне уявлення про стратегію формування конкурентних переваг і як наслідок є необхідність систематизації наукових поглядів дослідників. Врахування різних підходів та наукових концепцій в результаті надасть змогу всебічного аналізу діяльності підприємств конкретної галузі.

Мета статті полягає у визначенні методики та аналізі стратегії формування конкурентних переваг підприємства в умовах посилення ринкової конкуренції.

Виклад основного матеріалу. У сучасній економічній літературі, що присвячена проблемам виживання та стратегічного успіху фірм в умовах висококонкурентного середовища, значна увага приділяється факторам успіху підприємства, зокрема ключовим компетенціям та конкурентним перевагам.

Яким чином утворюється конкурентна перевага? На початковому етапі, фірма утворює конкурентну перевагу усвідомлюючи чи знаходячи нові, кращі методи конкуренції в галузі та привносить ці методи на ринок. Це є своєрідною новацією в конкурентній боротьбі [8]. Якщо суперник програв, або не може чи не хоче відповідати на дані дії, такі новації змінюють розклад конкурентних сил на ринку. Фірми, які відкриті до нововведень, можуть мати значні конкурентні переваги особливо у галузях, в яких присутня значна економія на масштабі, або коли споживачі мають схильність до переключення між різними виробниками. Найбільш типові джерела новацій, які можуть змінити розклад конкурентних сил, наступні:

1. Нові технології. Зміна технології може створити можливості для розробки товару, нові способи маркетингу, виробництва або доставки й поліпшення супутніх послуг. Саме вона найчастіше передуює стратегічно важливим нововведенням. Зміна лідерства найімовірніше відбувається у тих галузях, де різка зміна технології спричинює старіння знань та фондів колишніх лідерів.

2. Нові чи змінені потреби споживачів. Часто конкурентна перевага виникає або переходить із рук у руки тоді, коли в покупців з'являються зовсім нові запити або ж їх бачення "ідеального" товару різко змінюється. Ті фірми, які вже закріпилися на ринку, можуть цього не помітити або виявитися не в змозі відреагувати належним чином, бо це вимагає створення нового ланцюга цінності.

3. Зміна вартості або доступності ресурсів. Конкурентна перевага часто переходить від одного гравця до іншого через зміну абсолютної або відносної вартості компонентів виробництва. Гнучкий менеджмент домагається конкурентної переваги, пристосовуючись до нових умов, у той час як конкуренти зв'язані капіталовкладеннями і тактикою, пристосованими до старих умов.

4. Поява нових сегментів. Ще одна можливість одержання конкурентної переваги з'являється, коли утворюється зовсім новий сегмент галузі або відбувається перегрупування існуючих сегментів. Тут є можливість не лише вийти на нову групу покупців, а й знайти новий, більш ефективний, спосіб випускати деякі види продукції.

5. Зміни в законодавчому регулюванні. Зміна політики уряду в таких сферах, як стандарти, охорона навколишнього середовища, вимоги до нових галузей і торговельні обмеження, – ще один поширений стимул для новацій. Існуючі лідери ринку пристосувались до певних "правил гри", і коли ці правила раптом змінюються, вони можуть виявитися не в змозі відповісти на ці зміни.

На рівні реалізації стратегії конкурентні переваги з'являються, коли фірма діє за окремим напрямками – поява нових способів ведення бізнесу, введення нових процедур, нових технологій та інше. Відповідність та взаємопов'язаність різних стратегічних дій також важлива для того, щоб блокувати спроби копіювання конкурентних переваг. Однією з найкращих концепцій, яка допомагає зрозуміти взаємопов'язаність різних видів діяльності фірми та вплив однієї на іншу є концепція М. Портера "Ланцюжок цінності" [6]. "Ланцюжок цінності" – це систематичний спосіб моніторингу всіх видів діяльності фірми та дослідження шляхів їх перетину. При цьому, метод аналізу цінності окремих ланок діяльності фірми складається в поділі всіх видів діяльності фірми (проекування, виробництво, збут, розподіл та обслуговування продукції) на основні та підтримуючі. Кожний вид діяльності фірми розглядається як потенційне джерело конкурентних переваг. Це дозволяє виявити та ранжувати відповідні джерела зниження витрат та диференціації продукції що виробляється, які безпосередньо впливають на стратегію формування конкурентних переваг фірми. Всі види діяльності з ланцюжка цінностей вносять свій вклад у вартість для покупця, а сумарна вартість в ланцюжку цінності буде визначати різницю між вартістю для покупця та вартістю виробництва.

Через "ланцюжок цінності" М. Портер намагається пояснити механізм досягнення конкурентної переваги. Конкурентна перевага досягається виходячи з того, як фірма організовує та виконує окремі види своєї діяльності, за допомогою яких вона створює певні цінності для своїх клієнтів. Кінцева цінність, створена фірмою, визначається тим, скільки клієнти згодні заплатити за товари та послуги що пропонуються фірмою.

Так як ланцюжок цінності підприємства являє собою систему взаємопов'язаних видів діяльності, між якими існують зв'язки, то метод якої-небудь діяльності впливає на вартість та ефективність інших. Тобто конкурентна перевага може формуватись як з самих видів діяльності, так і зі зв'язків з ними: врахування впливу одного виду діяльності на іншу частину ланцюжка чи вдосконалення координації між ними призводить іноді до досягнення

вирішальної конкурентної переваги. Ланцюжок цінності є інструментом для розуміння структури витрат фірми та того, як витрати зростають та знижуються залежно від виду діяльності та всередині самих видів.

Ланцюжок цінності окремої фірми входить в більшу систему діяльності, яку можна назвати "системою цінностей". До неї входять постачальники сировини, комплектуючих, посередники тощо. На шляху до кінцевого споживача товар даної фірми часто проходить крізь ланцюжки цінності каналів збуту. В кінцевому результаті, товар стає сукупним елементом ланцюжка цінності покупця. Конкурентна перевага все більше визначається тим, на скільки чітко фірма може організувати всю цю систему. Вищеозначені зв'язки не тільки об'єднують різні види діяльності фірми, а й обумовлюють взаємну залежність фірми, проміжних каналів та каналів збуту. Фірма може досягти конкурентної переваги краще організовуючи ці зв'язки.

Аналіз "ланцюжка цінності" передбачає, серед іншого, співставлення витрат і результатів по кожному процесу з відповідними витратами та результатами найближчих конкурентів. На основі такого аналізу визначають, які важливі заходи вздовж "ланцюжка цінності" підприємству треба здійснити, щоб передати конкурентів і досягти успіху. Однією з причин, чому підхід "ланцюжка цінності" є досить ефективним, це те, що він дозволяє побачити що конкурентна перевага може з'явитись не тільки завдяки гарному продукту чи послугі, а й з будь-якої ланки "ланцюжка цінності". Також важливе розуміння того, яким чином фірма загалом входить у загальну систему цінності, яка включає ланцюжки цінності постачальників, посередників, покупців.

Виявивши і оцінивши основних конкурентів, компанія повинна розробити конкурентні стратегії, за допомогою яких вона зможе отримати та утримувати конкурентну перевагу, запропонувавши товари вищої споживчої цінності. На підприємстві необхідним є формування "стратегічного набору" (системи стратегій різного типу на певний відрізок часу), що відбиває специфіку функціонування та розвитку суб'єкта, рівень його претендування на місце й роль у зовнішньому середовищі. Систему конкурентних стратегій підприємства відобразимо на рис. 1.

Розглянемо стратегію формування конкурентних переваг на прикладі підприємств кондитерської галузі України. Для початку нам необхідно визначитись з особливостями конкурентних переваг підприємств кондитерського ринку. Сьогодні за насиченістю та асортиментом ринок кондитерських виробів України майже нічим не відрізняється від ринку європейських країн. Кондитерські вироби налічують до 1000 найменувань, а 90 % кондитерського ринку належать вітчизняній продукції [3]. На думку експертів, кондитерський ринок в Україні характеризується певними особливостями, зокрема :

- ✓ кондитерський ринок є матеріалоемним: більша частина витрат спрямована на придбання сировини;
- ✓ сезонність сировини, що викликає коливання цін на цукор, борошно та какао-боби протягом року;
- ✓ сезонність виробництва: восени та взимку попит на кондитерські вироби зростає, а отже зростають й об'єми виробництва.

За результатами дослідження по діагностиці сектору кондитерських виробів, проведеного у жовтні 2006 року дослідницькою компанією InMind, рівень конкуренції у секторі кондитерських виробів було оцінено як високий (34,3 %) та дуже високий (35,3 %). Оцінюючи конкурентні переваги власного виробництва на внутрішньому ринку, опитані підприємства відзначили якість продукції (63,4 %), ціни на вироби (63,4 %), налагоджену мережу збуту (49,5 %) [3].



Рис. 1. Система конкурентних стратегій підприємства

Таким чином, існує дуже широкий спектр стратегій ринкової конкуренції, які можна об'єднати в систему конкурентних стратегій підприємства – сукупність стратегій, спрямованих на адаптацію підприємства до змін в умовах конкуренції та зміцнення його довгострокової конкурентної позиції на ринку.

Сконцентруймо свою увагу на 3-х найбільших підприємствах у секторі виробництва шоколаду та шоколадних виробів – корпорації "Roshen", "Nestle" та "Крафт Фудз Україна". В цілому, специфіка кондитерського ринку України (ринок є сферою масового виробництва), встановлює певні рамки у діяльності підприємств, та певною мірою обумовлює їх стратегію. Великі фірми, що здійснюють масове виробництво, володіють великою ресурсною силою і, природно, їм властива силова конкурентна і інноваційна поведінка на ринку. Згідно біологічного підходу до класифікації конкурентних стратегій, представленого вище, така стратегія має назву віолентна – "сило-ва" стратегія домінування на ринку, орієнтована на високу продуктивність і зниження витрат виробництва, а отже, і зниження ціни реалізації [2].

Віоленти характеризуються великим розміром, чисельністю працівників, безліччю філіалів і дочірніх під-

приємств, повнотою асортименту, здібністю до масового виробництва, великими витратами на НДДКР, виробництво, маркетинг. Їх постійна проблема – завантаження потужностей. Як показує сучасний стан на ринку, ця стратегія цілком характерна вище перерахованим трьом операторам кондитерського ринку. Всі вони мають великий асортимент продукції, здійснюють значні інвестиції в модернізацію виробництва, постійно збільшуючи свої потужності, проводять достатньо агресивну маркетингову стратегію.

Продукція віолентів характерна високою якістю, пов'язаною з високим рівнем стандартизації, уніфікації і технологічності, низькими цінами, властивими масовому виробництву. Багато віолентів, в свою чергу, це транснаціональні компанії, діяльність яких утворює олігополістичний ринок. У нашому випадку підрозділами ТНК є "Nestle" та "Крафт Фудз Україна" а корпорація "Roshen" є своєрідним національним аналогом ТНК – потужним фінансово-промисловим концерном. Конкурентні переваги кондитерських підприємств на внутрішньому ринку див.рис. 2.



Рис. 2. Конкурентні переваги кондитерських підприємств на внутрішньому ринку

За етапами еволюційного розвитку та залежно від його динаміки, віоленти поділяються на такі типи: 1) "гордий лев" – тип віолентів, для яких характерний найдинамічніший темп розвитку; підгрупи: "лідери", "віце-лідери" тощо; 2) "могутній слон" – тип з менш динамічним розвитком, розширеною диверсифікацією як компенсація за втрату позиції лідера в галузі; 3) "неповороткий бегемот" – тип віолентів, що втратили динаміку розвитку, надмірно захопилися широкою диверсифікацією і розпорошили сили.

Створення віолента вимагає великомасштабних інвестицій. Для успіху на ринку велика корпорація повинна здійснити взаємозв'язані інвестиції в трьох напрямках: створення великого виробництва; створення загальнонаціональної, а потім і міжнародної збутової і маркетингової мережі; створення ефективного управлінського апарату.

Віоленти набувають рис "гордих левів" – фірм з чітким виробничим профілем і малою диверсифікованістю (не проникає в суміжні галузі і підгалузі). Проте у випуску "свого" масового товару "леви" відносяться до технологічних лідерів. Особливості їх позицій на ринку: технічні або організаційні переваги у важливому і перспективному сегменті ринку. Сила "левів" – концентрація на вузькому, але масовому і перспективному колі товарів; великі витрати на НДДКР і створення найпотужніших науково-дослідних структур, які як ядро організації не зникають ні за яких обставин.

Потенціал зростання сегменту ринку, в якому динамічно розвивався "лев", рано чи пізно вичерпується. Активна еволюція віолента закінчується, і він переходить в позицію "могутнього слона". Фірма-віолент втрачає динамізм, але знаходить підвищену стійкість, забезпечену великими розмірами, диверсифікацією, наявністю широкої міжнародної мережі філіалів, і у цьому стані може існувати ряд десятиліть. В свій час, такий процес еволюції пройшла компанія "Крафт Фудз Україна", яка спеціалізувалася виключно на виробництві шоколаду. На сьогодні компанії, які ми обрали для дослідження ("Nestle", "Крафт Фудз Україна" та "Roshen"), більшою мірою відносяться до другої групи – "могутній слон". Вони диференціюють свою діяльність, працюючи і в інших сегментах ринку харчових продуктів.

"Могутньому слону" в умовах стабільного існування властива ефективна тактика "спритного другого" – уникають ролі першого при появі нового товару на ринку, але вони завжди поряд, на других ролях. Фірмі не обов'язково бути першою, щоб одержати від нововведення найбільшу вигоду. Саме завдяки широко диверсифікованому і масовому виробництву "слон" отримує найбільшу користь із застосування новинки в найрізноманітніших областях. Так, компанії, вивчаючи досвід підприємств подібної галузі у інших країнах, можуть використовувати те, що спрацювало там, певною мірою адаптуючи це до національного ринку (будь то певна продукція чи рекламна кампанія).

Ситуація "лева" – швидко розвивається весь бізнес, "слон" – вдало розвиваються лише деякі напрями діяльності, а інші відстають. З часом динамізм, творча здібність "могутнього слона" падає і він перетворюється на "неповороткого бегемота". Зберігаючи гігантський оборот, корпорація поступово втрачає здатність добиватися відповідного прибутку, що спричинено: стратегічними помилками, пов'язана з занадто широкою диверсифікацією і відповідним розпилюванням сил; загальним занепадом галузі, омертвінням капіталу, відсутністю перспективи виробництва. Ситуацію у ряді випадків ще можна виправити за рахунок стратегії дезінвестиції – позбавлення від збиткових виробництв і зниження витрат в

організаціях, що зберігаються. Так, наприклад, корпорація "Roshen" має дуже диверсифіковану діяльність, хоч і в межах кондитерського ринку. На сьогодні корпорація залишається заручником тортів київської фабрики, для випуску яких вимушена утримувати цілий молокозавод. Торти залишаються неавтоматизованим ручним виробництвом, що також потребує затрат значних матеріальних ресурсів. Обмежений термін придатності солодкої продукції прив'язує реалізацію до відносно вузького радіусу. Не маючи наміру остаточно відмовлятися від виробництва продукції, що швидко псується, "Roshen" усе ж не планує розширювати цей напрямок: у концепцію вітчизняної шоколадної компанії торти не дуже вписуються.

На прикладі підприємств-лідерів українського кондитерського ринку можна побачити, яким чином вони намагаються протидіяти стандартній ситуації розвитку віолента – еволюціонування "лева" до "неповороткого бегемота", відповідним чином формуючи свою стратегію. "Roshen", дефокусуючись від неприбуткових та "важких" для роботи сегментів ринку, як то виробництво тортів, все більше звертає увагу на найбільш прибутковий сегмент кондитерського ринку – сегмент шоколадних плиток, у якому до недавнього часу вона була майже не присутня. Підтвердженням цього є виведення на ринок в грудні минулого року цілого портфелю шоколадної плитки під брендом "Roshen" та спрямування на його підтримку значних рекламних інвестицій. Компанія "Крафт Фудз Україна" відмовилась від боротьби за сегмент шоколадних батончиків, у якому вона ще присутня, і вже кілька років не веде рекламної підтримки даного портфелю. Це є достатньо логічним кроком для компанії, так як дуже важко конкурувати на ринку шоколадних батончиків з такими гігантами як корпорація "Masterfoods" (бренди – Snickers, Mars, Bounty, Twix) та "Nestle" (бренди – Nuts, KitKat, Lion), які здійснюють величезні рекламні інвестиції в просування своїх брендів у цьому сегменті. Натомість, "Крафт Фудз Україна" сфокусувала свої зусилля на кондитерському ринку на підтримці лідерства в сегменті шоколадних плиток та випробовує свої сили у сегменті шоколадних цукерок, конкуруючи там з "Roshen" та "Nestle". Також, у листопаді цього року стало відомо про купівлю корпорацією "Крафт Фудз" бісквітного підрозділу групи "Danon", представленого в 22-х країнах світу. Таким чином, корпорація шукає нові можливості у швидко зростаючих сегментах ринку. Чи позначиться ця угода на українському підрозділі корпорації поки що не відомо. На відміну від вище зазначених "Roshen" та "Крафт Фудз Україна", український підрозділ корпорації "Nestle" поки що не відмовляється від стратегії диверсифікації свого виробництва. Серед продуктів компанії на сьогодні присутні: кава, шоколад, шоколадні цукерки, шоколадні батончики, супи швидкого приготування, сухі сніданки, морозиво, спеціальне дитяче харчування, соуси, майонез тощо. Підтримка такого значного різновиду продукції вимагає значних інвестицій та спричинює розпорошення зусиль компанії. У майбутньому це може спричинити до втрати передових позицій у тих сегментах, у яких компанія зараз ще займає значні частки ринку (кава, шоколад). Вже на сьогодні ми можемо бачити, що компанія не веде активних дій у кондитерському сегменті, поступово все більше уступаючи лідерство "Roshen" та "Крафт Фудз Україна". Хоча, як відомо, диверсифікація діяльності дає можливість підприємству диверсифікувати й свої ризики. А у випадку роботи на кондитерському ринку – згладжувати сезонність коливання попиту та виробництва.

Висновки і перспективи подальших розробок. Загалом в економічній літературі немає єдиного підходу до класифікації конкурентних стратегій та їх різновидів.

Універсальної ідеальної стратегії для кожної конкретної компанії не існує: навіть для різних підрозділів усередині компанії або видів товарів можуть бути потрібні різні стратегії для різних підрозділів або видів товарів. Кожна компанія повинна визначити, яка стратегія краще всього спрацює, враховуючи її положення в галузі, цілі, можливості і ресурси.

Але, якщо компанія сфокусувала свою діяльність та вирізнялась з інших підприємств на ринку, необхідно забезпечити щоб це працювало і надалі, що і має бути метою подальших досліджень. Компанії повинні постійно оновлювати свою стратегію. Процес оновлення стратегії повинен розпочинатись одразу після того, як була розроблена нова, так як стратегія компанії починає застарівати щойно вона народилась.

1. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ОАО Типография "НОВОСТИ", 2000.
2. Клименко С.М., Омеляненко Т.В., Барабась Д.О., Дуброва О.С., Вакуленко А.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства. – К., 2006.
3. Діагностика сектору кондитерських виробів. Інформація маркетингової дослідницької компанії InMind на замовлення проекту БІЗПРО. – Жовтень 2006. – [Електронний ресурс: www.bizpro.org.ua].
4. James C. Collins, Jerry I. Porras. Built to Last: Successful Habits of Visionary Companies. – Harper Business Essentials, 1994.
5. Monica Calagno. The Evolution of the Competitive Advantage Concept in Strategic Management Studies. – Venezia: Department of Management and Business Administration Ca' Foscari University, 1998.
6. Porter Michael. Competitive Advantage. – NY: The Free Press, 1985.
7. Glenn Gow. Gaining Competitive Advantage. – [Електронний ресурс: <http://www.crimson-consulting.com>].
8. Strategy and Marketing Primer. Stanford University. Dept. of Engineering-Economic Systems & Operations Research. – [Електронний ресурс: <http://www.stanford.edu>].

Надійшла до редколегії 26.11.2007

П. Кухта, асист.

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРИЙНЯТТЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ НА ОСНОВІ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА ДОЦІЛЬНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТІВ

Запропоновано інтегральний показник доцільності реалізації інвестиційних проектів, що включає в себе сукупність складових, які відбивають можливий вплив різних факторів на результати інвестування.

I propose integral index of project performance expediency which includes totality of components that reflect the possible influence of various factors on investments results.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день розроблено багато методів оцінювання доцільності вкладання капіталу на різних рівнях, однак, як свідчить практика, у переважній більшості випадків прогнозовані показники ефективності інвестування не збігаються з фактичними. Реалізація проекту, як правило, викликає ряд зрушень в економічній системі, що втілюються в сукупності факторів середовища і різноманітних складових проекту, врахування яких ще до початку впровадження проекту дає змогу підвищити як обґрунтованість управлінських рішень, так і здійснити необхідні заходи для нейтралізації чи послаблення їх впливу. Проблема створення досконалої методики визначення інтегрального показника доцільності реалізації проектів на основі зведення різноманітних факторів та складових проекту до цього часу не знаходила свого остаточного розв'язання і є предметом розгляду цієї статті.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед останніх досліджень із зазначеної проблематики варто звернути особливу увагу на наукову працю Череп А.В. [8, с. 143–165], в якій вона запропонувала методику інтегральної оцінки ефективності інвестицій на основі рівнозначності складових показників. Азарова А.О. та Беров Д.М. [1] запропонували низку вагових коефіцієнтів в інтегральній оцінці проектів, Кюда О.П. [4, с. 88–95] проаналізував методичні підходи до оцінки інвестиційної привабливості об'єктів на основі впливу внутрішніх факторів. При вирішенні питання удосконалення методик зведення різноманітних факторів та складових ефективності проекту слід брати до уваги також професійно розроблену систему вагів критеріїв Mayes 2000 [6, с. 44]. Необхідно відзначити цікавий підхід Юхимчука С.В. та Супруна С.Д. [9], в якому для прийняття інвестиційних рішень обрано матричну форму як зручний математичний апарат, а також роботу Процьківа О.П. [7]. Проте ці методичні розробки, маючи безумовні позитивні сторони, не позбавлені і певних недоліків, оскільки передбачають низку вихідних допущень щодо можливості їх подальшого застосування.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Розробка інтегрального показника доцільності реалізації інвестиційних проектів завжди потребувала коректного зведення часткових критеріїв ефективності та мо-

жливості включення будь-яких цільових параметрів, які стають важливими для інвестора на певному етапі, а також визначення методики обґрунтування значимості показників в інтегральній оцінці, чого досягти за такого поєднання не вдавалося в повній мірі. Не розкрито принципи врахування різних складових показників та максимальні (або прийнятні) значення, яких вони можуть досягати за умов сьогодення. При використанні експертних оцінок значимості показників часто спостерігаються неузгодженості і навіть протиріччя в рекомендаціях. Іноді для застосування існуючих методик виникає необхідність забезпечення значної репрезентативності вибірки даних і великої кількості обстежуваних проектів.

Мета статті. Розроблюваний інтегральний показник доцільності реалізації інвестиційних проектів повинен знайти своє реальне втілення в сучасній практиці прийняття управлінських рішень комплексного характеру. Для цього передбачається визначити цей показник як величину, що включає в себе сукупність складових, які відбивають можливі реакції тих чи інших факторів на реалізацію інвестиційного проекту. Таким чином, запропонований підхід до визначення інтегрального показника має врахувати вплив інвестування на всю сукупність зацікавлених у результатах реалізації інвестиційного проекту сторін, на основі окремих показників, які характеризують найбільш значущі фактори впливу на ефективність інвестицій.

Виклад основного матеріалу. При всьому різноманітності існуючих методик зведення часткових показників інтегральна оцінка в більшості з них розраховується на основі обліку значення рівнів часткових показників. За значення часткового показника ефективності проекту за кожним критерієм передбачається брати як відношення його фактичної оцінки до найкращої (максимально прийнятної) величини за даним критерієм (але для забезпечення односпрямованості змін таких показників як період окупності, рівень ризикованості проекту обов'язково використовується обернене відношення цих величин).

Значимість показника в інтегральній оцінці в основному встановлюють експертним шляхом, що часто призводить до неузгодженості та протиріч у різних методичних рекомендаціях експертів. Так професійно розроблена система вагів критеріїв Mayes 2000 [6, с. 44] за деякими параметрами має суттєві відмінності порівняно

з альтернативними рекомендаціями щодо відповідних значень, наприклад, див. [1].

Також можливе визначення значимостей показників через регресійні моделі. Переваги такого підходу полягають у можливості одержання статистично надійних залежностей між частковими й інтегральними показниками. До факторів, що обумовлюють обмежене застосування даного методу, відносяться: необхідність забезпечення репрезентативності вибірки і досить великої кількості обстежуваних проектів. Недоліком виявлення значимостей за допомогою регресійних моделей є те, що цей метод допускає відсутність зв'язку між факторами, які досліджуються, що знижує вірогідність регресійних моделей.

Існує підхід [5], відповідно до якого значимість показника змінюється в зв'язку зі зміною його рівня. Чисельне значення питомої ваги показника в цьому випадку дорівнює (1):

$$w_i = \frac{(ЧЕ_{\max})_i - (ЧЕ_{\text{факт}})_i}{\sum_{j=1}^m ((ЧЕ_{\max})_j - (ЧЕ_{\text{факт}})_j)}, \quad (1)$$

де w_i – значимість (вага) часткового показника ефективності; $(ЧЕ_{\max})_i$, $(ЧЕ_{\text{факт}})_i$ – гранично можливе (базове) і фактичне значення рівня часткового показника відповідно.

Однак, за всією своєю привабливістю даний метод неприйнятний у нашому випадку, тому що в разі, коли одиничний показник потрапляє в межі базових значень, його вага набуває негативного значення, що суперечить логічній моделі коефіцієнта.

Виходячи з передумови, що одиничні показники доцільності реалізації проекту являють собою систему, в якій всі складові елементи однаково важливі, а не є простим набором різнопланових коефіцієнтів (оскільки в ідеалі управління має забезпечувати узгодженість одиничних інтересів різних зацікавлених груп), одержання інтегральної оцінки можливе також на основі рівнозначних показників. Рівнозначність показників, як правило, забезпечується визначенням кореня m -ного ступеня з добутку їх рівнів (2):

$$EE_{\text{ІНТ}} = \sqrt[m]{\prod_{i=1}^m \left(\frac{(ЧЕ_{\text{факт}})_i}{(ЧЕ_{\max})_i} \right)}, \quad (2)$$

де $EE_{\text{ІНТ}}$ – результуючий показник економічної ефективності інвестицій; $(ЧЕ_{\text{факт}})_i / (ЧЕ_{\max})_i$ – одиничний коефіцієнт, що визначає доцільність реалізації проекту за i -тим критерієм; m – кількість прийнятих до розрахунку критеріїв ефективності.

Проте система показників, у якій забезпечується рівна значимість її складових елементів, не відповідає за змістом тому факту, що існують пріоритетні ланки в реальній системі господарювання і вони не однаково важливі для її існування. Введення експертних, статистичних та інших методів виявлення значимості часткового показника набагато підвищує надійність інтегральної оцінки, тому що ці значимості можуть змінюватися в зв'язку зі зміною цілей інвестування чи рівня показника. Отже, підхід, заснований на рівній значимості одиничних показників, не можна вважати найбільш прийнятним в інтегральній оцінці економічної ефективності.

Тому за сучасних умов господарювання, коли перед інвестиційними аналітиками підприємства стоїть завдання визначення доцільності здійснення реальних інвестицій на основі багатьох цільових критеріїв інвестиційної діяльності, таких, як: максимізація добробуту акціонерів та рентабельність вкладень капіталу, мінімізація проектного ризику та створення нових робочих місць (складова

соціальної ефективності проекту), підвищення екологічної безпеки виробництва, впровадження прогресивних форм та методів організації та управління виробничим процесом тощо, завжди є доцільним визначення такого інтегрального показника, що враховує вагову значущість складових ефективності проекту.

Розрахунок інтегрального показника доцільності реалізації інвестиційного проекту автор пропонує здійснювати за модифікованою формулою евклідової відстані – від значення еталону до конкретних величин критеріїв, що оцінюються, з побудовою відносної функції корисності на скінченій множині за методикою Сааті в частині визначення значущості використовуваних критеріїв (3).

$$(EE_{\text{ІНТ}})_j = \sqrt{\sum_{i=1}^m \left(1 - \frac{(ЧЕ_{\text{прогн}})_{ij}}{(ЧЕ_{\text{оптим}})_{ij}} \right)^2 \cdot \frac{1}{w_i}} \rightarrow \min, \quad (3)$$

де $(EE_{\text{ІНТ}})_j$ – інтегральна оцінка доцільності реалізації j -го проекту ($j=1, 2, \dots, n$), коеф.: $(ЧЕ_{\text{прогн}})_{ij}$ – прогнозоване значення i -го оціночного показника часткової ефективності інвестиційного проекту ($i=1, 2, \dots, m$), од. виміру; $(ЧЕ_{\text{оптим}})_{ij}$ – найкраще, граничне для цього класу інвестиційних проектів значення i -го оціночного показника часткової ефективності, або, для деяких спеціальних критеріїв – його оптимальне рекомендоване значення, розраховане для певного інвестиційного проекту з еталонними характеристиками, од. виміру; w_i – значимість (вага) часткового показника ефективності за i -тим критерієм, або інакше коефіцієнт порівняльної значимості i -го показника, коеф.

Залежно від обраної інвестиційної стратегії та цілей, яких передбачається досягти в результаті реалізації проекту, підприємство може надавати окремим показникам ту або іншу вагу i , відповідно, приймати економічно більш обґрунтовані управлінські рішення. Оскільки ряд критеріїв у кількісному виміру визначити неможливо (наприклад, стратегічну цінність інвестиційного проекту, перспективи посилення впливу на зацікавлені групи споживачів тощо), та як було зазначено вище коефіцієнт порівняльної значимості у багатьох випадках коректно оцінити досить складно, автор вважає за доцільне при розрахунках інтегрального показника визначати значущість (питому вагу) критеріїв шляхом побудови відносної функції корисності на скінченій множині за методикою Сааті.

Методика Сааті в її оригінальному вигляді дозволяє здійснювати зведений порівняльний аналіз показників ефективності проектів, проте вона має певні обмеження, що не дають можливості застосовувати її у разі необхідності врахування досягнення цільових значень конкретних показників, як перевищення, так і менші значення яких негативно впливають на привабливість проекту щодо його реалізації (наприклад, нормативних значень фінансової стійкості проекту, створення робочих місць, поточної ліквідності активів проекту, величини чистого оборотного капіталу, фінансової незалежності проекту тощо).

Саме тому є доцільним застосування запропонованого нами єдиного уніфікованого коефіцієнта – інтегрального показника доцільності проектних інвестицій, котрий ґрунтується на модифікованій формулі евклідової відстані – від значення еталону до конкретних величин критеріїв, у повній мірі враховує всі вимоги щодо врахування зазначених особливостей.

Безпосередньо нами вважається за доцільне включати до розрахунків інтегрального показника доцільності здійснення реальних інвестицій, у першу чергу такі ключові параметри проекту, як: модифікована внутрішня норма дохідності; дисконтований період окупності; структура капіталу та ліквідність активів проекту; коефі-

цієнти ризикованості та рентабельності інвестицій, а також стратегічну цінність проекту (якісний параметр). Для того, щоб інтегральний показник доцільності реалізації проекту відображав загальний рівень народно-господарської ефективності, необхідно при його визначенні врахувати показники рівня екологічної, соціальної та організаційної ефективності.

Рівень ризикованості проектів може характеризуватися різноманітними показниками, проте для дотримання правил односпрямованості змін показників, що аналізуються, найдоцільніше скористатися коефіцієнтом ризикової безпеки (K_{RS}), який визначається на основі показника коефіцієнта варіації ($K_{RS} = 1 - CV$) із застосуванням напівстандартного відхилення чистого дисконтованого доходу за проектом, а період окупності ми пропонуємо враховувати як обернену розрахованому значенню величину.

На нашу думку, в інтегральному показнику не є доцільним приймати до розрахунків значення NPV , оскільки рівень цін за роками здатний надзвичайно змінюватися, а неспівставність котирування світових валют буде суттєво обмежувати застосування такого зведеного показника ефективності проекту. Найкращим варіантом буде використання $MIRR$ визначеної за схемою власного капіталу на основі CIF та COF як показника, що враховує всі переваги як NPV , так і IRR . Максимально можливі значення такого показника не перевищують величини 100 розрахункових одиниць, і відповідно показника індексу рентабельності власного капіталу проекту в 200 одиниць, оскільки в світовій практиці найбільші зафіксовані значення норм дохідності для науково-технічної продукції авіаційної промисловості склали 1 000 %, для космічної промисловості – 2 000 % [3, с. 1] та близько 3 000 % для виробництва військових літаків [2, с. 57]. Мінімально прийнятною та гіпотетично можливою окупністю еталонного проекту ми допускаємо взяти за один день, що відповідно дає значення для ідеального проекту $1 / 365$.

Ігнорування екологічних наслідків господарської діяльності підприємства може призвести до погіршення стану навколишнього середовища, природного капіталу. Досить часто виникає суперечність між наявними суспільними бажаннями та можливостями задовольнити потребу в природних ресурсах. Багатий досвід минулого століття показує, що в деяких випадках краще тимчасово обмежити задоволення потреб, щоб запобігти збільшенню витрат на усунення їх наслідків. Екологічний аналіз варто розглядати з позицій зменшення шкоди навколишньому середовищу від діяльності підприємства і поліпшення екологічних умов на самому підприємстві, а також виникнення додаткової можливості виробництва продукції з відходів із застосуванням нових прогресивних технологій. Варто вивчити запропоновані інвестиційні проекти і вибрати найбільш прийнятний варіант, що задовольняв би не лише територіальну громаду, підприємство чи інвестора, а й суспільство в цілому.

Для підприємства екологічний ефект від упровадження запланованих заходів реального інвестиційного проекту полягає в економії, що виникає при використанні відходів із застосуванням високих технологій; економії за рахунок збільшення терміну експлуатації устаткування і поліпшення параметрів, що забруднюють середовище, з відповідним обліком рентабельності основних засобів; економії від зменшення витрат на їх ремонт і поліпшення екологічного стану навколишнього середовища (зниження рівня вібрацій і шуму, пилу, концентрації шкідливих речовин тощо) у розрахунку на одиницю устаткування й одного працівника, а також зменшення суми можливих штрафних санкцій. При цьому необхідно також враховувати, що у зв'язку зі швид-

кими темпами та екологічними наслідками науково-технічного прогресу на сучасному етапі розвитку суспільства все більшого, критичного значення набуває кінцева стадія реалізації інвестиційного прогресу, а саме: утилізація реального об'єкту інвестиційної діяльності, яка взагалі може звести нанівець економічну ефективність здійснених інвестицій.

Соціальний аналіз інвестиційного проекту передбачає визначення придатності запропонованих проектних рішень для задоволення потреб підприємства, інвестора і населення регіону; тобто на дослідження основних питань впливу реалізації проектних пропозицій на соціум і групу персоналу підприємства. Аналізуються такі напрямки економії: а) створення нових робочих місць (оцінюються обсяги скорочення витрат фонду соціального страхування, пенсійного фонду); б) підвищення працездатності персоналу підприємства; в) зниження рівня травматизму, професійних та інших захворювань, а відповідно поліпшення фізичного стану працівників і збільшення тривалості життя, а головне – періоду активної діяльності; г) зменшення витрат на спеціальне харчування.

На жаль, за сучасних умов соціальні аспекти економічної ефективності або недооцінюються, або не розглядаються взагалі (в проектах переважно приділяється увага технічним проблемам розвитку підприємства). Результати соціального аналізу мають відповідати стратегії здійснення проекту, щоб мати можливість максимально користуватися підтримкою населення. Важливо відзначити, що ці вигоди не завжди чітко відображаються на фінансових показниках, що перешкоджає проведенню точних розрахунків величини економічного ефекту, отриманого від запровадження соціально значимих заходів. Крім безпосередньо економічних чинників, соціальний ефект включає вплив умов праці на результати виробничої діяльності персоналу. Соціальний ефект у сфері матеріального виробництва виражається у збільшенні випуску продукції, прибутку, економії засобів підприємства і суспільства в цілому.

Організаційний ефект утворюється від додаткових обсягів реалізації продукції, виробленої на знову створених робочих місцях; зниження праце- і матеріаломісткості продукції підприємств; збільшення кількості продукції за рахунок застосування прогресивних форм, методів організації виробничого процесу та управління виробництвом тощо.

Для забезпечення максимізації ринкової вартості проекту, що відповідним чином буде також впливати і на ціну підприємства (за умови постійного підтримання його структури капіталу на оптимальному рівні), є доцільним оптимізувати структуру капіталу проекту за критерієм максимізації рівня фінансової рентабельності або за критерієм мінімізації його середньозваженої вартості капіталу, що забезпечується шляхом пропорційного співвідношення позикових та власних засобів. Максимальний обсяг залучення позикових інвестиційних ресурсів має задовольняти граничний ефект фінансового левериджу та забезпечувати достатню фінансову стійкість підприємства (за ефективної господарської діяльності до норми прибутку на власний інвестований капітал прирощується прибуток, одержаний завдяки використанню позикових коштів, через механізм віднесення відсоткових платежів за кредити на собівартість продукції). Нормативне значення рівнопропорційного співвідношення позикових та власних засобів забезпечить через ефект фінансового левериджу високий рівень прибутку на власні вкладені засоби та фінансову стійкість за проектом. Перевищення або зменшення такого співвідношення відповідно вплине на привабливість проекту, що і відобразиться

на підсумковому значенні інтегрального показника доцільності реалізації проекту.

Бюджетна ефективність визначається на основі оцінки величини доходів і витрат і становить собою вплив інвестиційного проекту, що здійснюється, на доходи і витрати національного, регіонального або місцевого бюджетів (показник бюджетної ефективності визначає також міру загальнодержавної, регіональної або місцевої фінансової підтримки проекту). При включенні до комплексного показника бюджетної ефективності проекту ми рекомендуємо отриманий абсолютний ефект за проектом порівнювати до здійснених інвестицій у проект, таким чином врахувавши пропорційний внесок до бюджету залежно від масштабу проекту.

Окрім врахування коефіцієнта автономії у разі необхідності можемо до комплексної оцінки проекту включити також показники, які характеризують створення додаткових робочих місць, поточну ліквідність активів проекту, величину чистого оборотного капіталу тощо.

Коефіцієнт поточної ліквідності (*Current ratio*) показує, чи достатньо у підприємства коштів, які можуть використовуватися для погашення короткотермінових зобов'язань, тобто можливість покриття поточних зобов'язань поточними активами. Згідно з міжнародними стандартами вважається, що для більшості підприємств цей показник має бути в межах від 1 до 3. Значення показника менше 1 може свідчити про процес фінансування придбання основних засобів за рахунок короткотермінової заборгованості, що є абсолютно неприйнятним у практиці ефективного управління підприємством. Однак і занадто високий коефіцієнт ліквідності може свідчити про погане управління, що полягає в "замороженні" засобів та запасів, тоді як вони мають приносити прибуток. Досліджено, що оптимальне значення названого показника є різним для кожної галузі й типу підприємства. Можна вважати прийнятним для промислового підприємства коефіцієнт ліквідності від 2,0 і вище (для підприємств, що надають комунальні послуги, прийнятним є коефіцієнт 1,0, оскільки вони можуть досить точно передбачати надходження коштів за надані послуги і мають низьку поточну заборгованість). Різниця між поточними активами і поточними зобов'язаннями утворює оборотний капітал підприємства, яким воно може користуватися для фінансування поточних потреб в умовах поганої кон'юнктури. Зазначимо, що під час аналізу проектів показники ліквідності активів аналітики надають друге місце після показників прибутковості, а фінансова стійкість, оборотність активів та інші включаються до третьої групи за важливістю врахування їх під час аналізу.

Перевищення чистого оборотного капіталу (оборотних коштів, або робочого капіталу – *Net working capital*) понад короткотермінові зобов'язання свідчить, що підприємство спроможне погасити взяті на себе короткотермінові зобов'язання, а також має відповідні резерви для розширення своєї діяльності, і навпаки. Оптимальний

обсяг чистого оборотного капіталу визначається в кожному конкретному випадку окремо і залежить, як правило, від особливостей господарської діяльності підприємства та її масштабів, обсягів реалізації, швидкості оборотності матеріальних засобів. Однак необхідно зазначити, що істотне перевищення чистого оборотного капіталу понад визначену оптимальну його величину свідчить про нерациональне використання ресурсів підприємств.

У разі необхідності інвестиційні аналітики завжди можуть на власний розсуд доповнити розрахунок запропонованого інтегрального показника іншими відомими критеріями, що будуть вважатися важливими для господарської діяльності підприємства на визначену перспективу.

Висновки і перспективи подальших розробок. Запропонований інтегральний показник доцільності реалізації проектів, адаптуючи та поєднуючи принципи визначення евклідової відстані із методикою Сааті для визначення значущості використовуваних критеріїв, у повній мірі враховує всі вимоги щодо необхідності досягнення цільових значень показників, перевищення або менші значення яких від рекомендованих негативно впливають на привабливість проекту щодо його реалізації. Включення до інтегрального коефіцієнта складових, що відбивають народногосподарську економічну ефективність, тобто ефективність інвестиційного проекту з погляду інтересів народного господарства в цілому, а також для регіонів, що беруть участь у здійсненні проекту, галузей, організації і підприємств, дозволяє порівнювати альтернативні управлінські рішення щодо доцільності реалізації проектів, які передбачають участь держави, вибору кращого з них, а також обґрунтування розмірів і форм державної підтримки. Таким чином, запропонований підхід до вироблення інвестиційного рішення, в якому процес оцінювання проектів розглядається як сукупність взаємопов'язаних складових елементів, дає змогу на основі узагальненого інтегрального показника всебічно оцінити інвестиційні проекти і прийняти остаточне рішення про доцільність прийняття їх до реалізації.

1. Азарова А.О., Беров Д.М. Оцінка ефективності інвестиційних проектів // *Фінанси України*. – 2004. – № 9.
2. Алексеев І.Р., Крейсевиц Л.В. Последняя цивилизация? Человек. Общество. Природа. Киев: Издательство "Наукова думка", 1997.
3. Дука А.П. Механізм управління створенням наукоємної продукції в організаціях науково-технологічної сфери: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.02.02. – К., 2003.
4. Коюда О.П. Інвестиційна привабливість підприємства в умовах трансформації економіки: Дис. ... канд. економ. наук: 08.06.01. – Харків, 2003.
5. Методика оценки технико-организационного уровня производства заводов (объединений) Минтяжмаша / НИИПТмаш. – Красноярск, 1982.
6. Николаева О.Е., Алексеева О.В. Стратегический управленческий учет. – М.: Едиториал УРСС, 2003.
7. Процьків О.П. Матрична модель інвестиційної привабливості об'єктів приватизації // *Фінанси України*. – 2005. – № 8.
8. Череп А. В. Ефективність інвестицій підприємств харчової промисловості: Дис. ... канд. економ. наук: 08.06.01. – К., 2003.
9. Юхимчук С.В., Супрун С.Д. Матрична модель оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств // *Фінанси України*. – 2003. – № 1.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

Ю. Солов'ян, асп.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Присвячено визначенню теоретичного змісту категорій корпоративного управління на основі порівняльного аналізу їх сучасних інтерпретацій зарубіжними і вітчизняними вченими. Уточнено сутність таких економічних категорій, як "корпорція" та "корпоративне управління".

The paper is dedicated to the theoretical contents of categories of corporate management on the basis of their modern interpretations comparative analysis by foreign and domestic scientists definition. The essence of such economic categories, as corporation and corporate management is specified.

Постановка проблеми. Подальший розвиток та поглиблення ринкових відносин в Україні значною мірою пов'язані з активізацією державного корпоративного

сектора економіки та споріднених з ним структурних елементів. У зв'язку з розвитком підприємницької діяльності і різних форм власності актуалізується значення

ня категорій "корпорація" та "корпоративне управління". Дані терміни в останні роки вживаються доволі часто як у науковій, так і публіцистичній літературі. Однак за сутністю і змістовним наповненням вони мають суттєві відмінності. Не відрізняється одностайністю з цих питань і чинне законодавство України. Існує і цілий ряд практичних проблем, що стоять на заваді активізації діяльності державного корпоративного сектора і не знайшли свого нормативно-правового вирішення. Виходячи з цього, важливого значення набуває аналіз існуючих підходів до визначення сутності економічних категорій корпоративного управління та уточнення теоретичного змісту таких термінів, як "корпорація" та "корпоративне управління".

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам корпоративного управління присвячено чимало наукових праць відомих вітчизняних фахівців, зокрема: Ю. Петруні, Д. Задахайло, О. Кібенко, Г. Назарової, М. Небави, В. Євтушевського, А. Сірка та інших. Серед іноземних вчених слід виділити: І. Ансоффа, М. Портера, П. Друкера, К. Макконнелла, С. Брю, Д. Маршалла.

Так, у своїх працях І. Ансофф визначає корпорацію, як: "широко поширену в країнах з розвинутою ринковою економікою форму організації підприємницької діяльності, яка передбачає пайову власність, юридичний статус та зосередження функцій управління у руках верхнього ешелону професійних управлінців, які працюють за наймом" [1]. За визначенням К. Макконнелла і С. Брю, корпорація – "юридичний суб'єкт, який отримав чартер властей штату чи федерального уряду та відособлений від індивідів, власністю яких він є" [7, с. 18]. Отже, корпорація за цими авторами – це юридична особа, окрема і відмінна від своїх власників, що має права, обов'язки і привілеї. Д. Маршалл і В. Бансал додають до визначення корпорації те, що вона повністю відокремлена від своїх власників, діє самостійно, а її власники можуть вільно передавати свою участь у капіталі іншим особам без будь-якого безпосереднього впливу на саму корпорацію [7, с. 18]. Проте, основна увага в публікаціях приділяється ролі корпоративного управління та визначенню місця корпорації в економічній системі країни.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Загалом, у вітчизняній та іноземній економічній літературі існує велика різноманітність визначень корпоративного управління. Деякі аспекти розгляду теоретичних засад сутності корпорації та корпоративного управління лишаються недостатньо висвітленими і потребують подальшого дослідження. Актуальним залишається завдання уточнення і розмежування складових категоріального апарату корпоративного управління, визначення нових аспектів у його розумінні.

Метою статті є дослідження теоретичних аспектів корпоративного управління в сучасних умовах. Для досягнення цілі, в роботі були поставлені наступні завдання:

- ✓ провести порівняльний аналіз сучасних інтерпретацій категорій корпоративного управління;
- ✓ уточнити теоретичний зміст термінів "корпорація" та "корпоративне управління".

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття "корпорація" та "корпоративне управління" широко використовується в західній економічній літературі і досить швидко запроваджуються в Україні. Це пояснюється поширеною формою корпоративного господарювання і власності, стрімким їх розвитком в Україні та необхідністю ефективного управління ними. Варто зазначити, що корпоративне управління як категорія являє собою складну систему економічних відносин, яка включає багато внутрішніх і зовнішніх елементів. Даний

термін досить часто використовується в законодавчо-правовій базі України, хоча на сьогодні не існує єдиного визначення корпоративного управління ні у зарубіжній, ні у вітчизняній науковій літературі. Часто під корпоративним управлінням розуміють загальний менеджмент, що не точно визначає його сутність. Іноді корпоративне управління подають як систему органів управління або сукупність організаційно-правових норм. Розмаїття підходів вказує на складність розгляду проблеми і потребує застосування системного, комплексного підходу.

В сучасній економічній літературі корпоративне управління трактується по-різному, зокрема:

- ✓ як система звітності перед акціонерами осіб, яким доручено поточне керівництво компанією;
- ✓ як спосіб управління компанією, який забезпечує справедливий і рівноправний розподіл результатів діяльності між всіма акціонерами, а також іншими зацікавленими особами;
- ✓ як комплекс заходів і правил, які допомагають акціонерам контролювати керівництво компанії і впливати на менеджмент з метою максимізації прибутку і вартості підприємства;
- ✓ як сукупність взаємовідносин між менеджерами компанії і її власниками з питань забезпечення ефективності діяльності компанії і захисті інтересів власників, а також інших зацікавлених осіб.

Варто навести деякі наукові погляди на сутнісне значення цього терміну. Так, К. Мейер вважав, що "система корпоративного управління представляє собою організаційну модель, за допомогою якої компанія представляє і захищає інтереси своїх інвесторів" [4, с. 72]. А. Козаченко та А. Воронкова дають таке визначення: "Корпоративне управління представляє собою діяльність виборних і призначених органів акціонерного товариства, направлену на підтримку балансу інтересів власників товариства і менеджерів, які керують власністю товариства, на отримання максимального прибутку від всіх видів діяльності товариства в рамках діючого законодавства" [4, с. 72].

Серед вітчизняних фахівців з корпоративного управління слід зупинитися на підході В. Євтушевського, який пропонує розглядати корпоративне управління у вузькому та широкому розумінні: як управління корпоративними правами; як корпоративне управління, що являє собою процеси регулювання власником руху його корпоративних прав із метою отримання прибутку, управління корпоративним підприємством, відшкодування витрат через отримання частки майна при його ліквідації, можливих спекулятивних операцій з корпоративними правами [2, с. 10].

У вітчизняній економічній літературі зустрічаються наступні визначення корпоративного управління: його трактують як засіб, за допомогою якого спрямовується та контролюється діяльність компанії, товариства. У рамках корпоративного управління визначається, яким чином інвестори (акціонери) контролюють роботу менеджерів, а також і відповідальність останніх за результати діяльності компанії. Добре організована система корпоративного управління дозволяє інвесторам (акціонерам, власникам) бути впевненими в тому, що менеджмент компанії раціонально використовує їхні кошти для ведення фінансово-господарських справ і збільшення вартості належної їм частки в акціонерному капіталі товариства.

У результаті проведеного дослідження, на наш погляд, корпоративне управління слід розглядати у таких чотирьох взаємопов'язаних системах:

- ✓ власники (акціонери, інвестори) – менеджмент компанії;
- ✓ менеджмент – працівники компанії;

✓ власники – працівники компанії (хоча найчастіше цей зв'язок опосередкований);

✓ власники – менеджмент – треті зацікавлені особи (державна, споживачі продукції підприємства, кредитори, громадськість тощо).

Сутність корпоративного управління розкривається через систему відносин між власниками акціонерного товариства, його менеджерами і зацікавленими особами для забезпечення ефективної діяльності товариства, рівноваги впливів та балансу інтересів учасників корпоративних відносин.

Роглядаючи економічну природу корпорацій, слід зазначити, що вона історично виникла в результаті еволюції ринкових відносин як економічний інститут об'єднання капіталу для фінансування великих підприємницьких проектів, що забезпечило їй широку перспективу. Дане поняття не нове. Ще А. Сміт у своїй праці "Дослідження про природу та причини багатства народів" застосовував цю категорію в розумінні акціонерної форми організації підприємництва.

Аналіз існуючих літературних джерел свідчить, що більшість дослідників вважають, що сучасне розуміння цієї категорії походить з США і введене в економічне життя внаслідок його глобалізації. Так, акціонерному товариству відповідає поняття "joint stock bussines corporations". Проте слід мати на увазі, що така назва стосується підприємницького акціонерного товариства. Крім того, корпораціями називають і неприбуткові організації ("non-profit corporations"), а також урядові корпорації ("government corporations") [2, с. 14].

Ряд науковців вважають, що базове поняття "корпорація" з'явилося ще з часів древньоримської цивілізації й дотепер означає існування низки різних об'єднань підприємницького, професійного та іншого типів, що виникли й інституціоналізувалися у ході суспільно-економічної еволюції. В економічній та правовій літературі бракує чіткого визначення цього поняття. Зазначимо, що в англійській інтерпретації термін "корпорація", окрім значення окремої юридичної особи, має й інше значення – "велика група компаній" [8, с. 104]. В американському та німецькому економічному лексиконі під цим змістом розуміється термін "концерн".

Між тим, сучасне використання зазначеного терміну має істотні відмінності в основних правових системах розвинених країн. В англосаксонській системі права (поширеній у США, Великій Британії, Канаді, Австралії, ПАР, Ізраїлі) корпорація (corporation) ототожнюється з акціонерними товариствами. Це означає, що корпоративна форма підприємства жорстко виокремлюється серед товариств, які формуються шляхом об'єднання осіб, а не капіталів (наприклад, повних і командитних товариств, виробничих кооперативів). У цьому є глибокий економічний зміст, адже об'єднання капіталів допускає обмежену відповідальність власників та гранично можливий розподіл їхніх прав власності, зокрема, делегування функцій управління капіталом найманим менеджерам. Ці дві взаємопов'язані риси найадекватніше відображають сутність та економічну природу корпорацій у формі акціонерних товариств. Отже, за англосаксонською системою права корпорація репрезентує один із трьох секторів економіки поряд із одноосібними володіннями та товариствами. Таке розуміння даної категорії є найпоширенішим серед фахівців.

На відміну від англосаксонського підходу, у системі континентального (громадянського) права (поширеній у більшості західноєвропейських країн та Японії) поняття "корпорація" має ширший зміст. Тут прийнято до корпоративного сектору відносити як акціонерні товариства, так і товариства з обмеженою відповідальністю. Так,

наприклад, у ФРН товариства з акціонерним капіталом та товариства з обмеженою відповідальністю вважаються акціонерними компаніями (Aktiengesellschaft, AG). Те ж саме має місце у Франції, де корпорації традиційно називають анонімними товариствами (Societe anonyme) [2, с. 15]. Як бачимо, така правова система віддає певний пріоритет все ж таки принципу обмеженої майнової відповідальності учасників товариства, хоча й такий підхід має свій економічний сенс: частина неакціонованих товариств з обмеженою відповідальністю, яку реально неможливо виокремити, також функціонує із системою управління, відособленою від власності.

Отже, при усіх відмінностях у правових базах розвинутих країн основна розмежувальна лінія між корпоративним і некорпоративним сектором пролягає у відділенні функцій розпорядження й обмеженої відповідальності [2, с. 15].

Розглянемо існуючі наукові підходи закордонних вчених щодо визначення сутності поняття "корпорація".

Так, П. Самуельсон і В. Нордхауз визначають корпорацію як "юридичну особу, яка може самостійно надавати і купувати, позичати гроші, виготовляти товари й послуги та вступати у контрактні відносини; має право обмеженої відповідальності, у відповідності з яким інвестиції кожного із власників корпорації обмежені жорстко певним розміром" [7, с. 18]. Американські науковці Р. Тьюлз та Е. Бредлі визначають, що корпорація – підприємницька організація, визнана юридичною особою, яка має обмежену відповідальність і необмежений термін існування та засновується на основі статуту, схваленного комісаром у справах корпорацій штату. Права й обов'язки корпорації регламентуються її статутом та місцевим і федеральним законодавством. Корпорація контролюється акціонерами, що мають право голосу, які обирають директорів, а ті у свою чергу, призначають інших керівних осіб [7, с. 18].

В українській правовій базі поняття корпорації істотно відрізняється від загальноприйнятого у світовій практиці. Відповідно до чинного законодавства, зокрема, Закону України "Про підприємства в Україні" (1991 р.), корпорації трактуються як "договірні об'єднання, створювані на основі поєднання виробничих, наукових та комерційних інтересів, з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників" [2, с. 15]. Закон України "Про господарські товариства" (1991 р.) містить перелік господарських товариств, до яких, зокрема, віднесені й акціонерні товариства, проте корпорація там не згадується. Закон України "Про банки і банківську діяльність", прийнятий у новій редакції та введений в дію з початку 2001 р., регламентує створення банківських корпорацій як одного з типів банківських об'єднань, створюваного у вигляді юридичної особи (банку) на акціонерній основі. Закон України "Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)", котрий набрав чинності у тому ж році, уже прямо трактує інвестиційний фонд як корпоративну структуру акціонерного типу [9]. Отже, варто зауважити, що правове поле України є невизначеним щодо корпорації та ідентифікації цього поняття з акціонерним товариством.

У сучасному економічному середовищі корпорація – найбільш розповсюджена форма організації підприємницької діяльності. Водночас, під корпорацією розуміють підприємство або фірму, що має форму юридичної особи, де відповідальність кожного власника обмежена його внеском у дане підприємство, інші дослідники визначають її просто як товариство, засноване на паях. Доцільно мати на увазі, що серед українських науковців існують також розбіжності у трактуванні поняття "корпорація". Приведемо деякі з них.

Так, наприклад, А. Сірко дає таке визначення: корпорація – це засноване на дольовій участі у капіталі об'єднання, юридичні права та зобов'язання якого відособлені від прав та зобов'язань його учасників [7, с. 17]. С. Румянцев зазначає, що "корпорації є юридичними особами, які мають повну господарську самостійність у питаннях вибору форми управління, реалізації продукції, встановлення цін і оплати праці, використання чистого прибутку й несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями усіма активами" [6, с. 19]. О.Поважний, провівши детальне дослідження поняття корпорації, надав таке формулювання цього терміну: "Корпорація – договірне господарське об'єднання, створене на основі загальних економічних інтересів виробничих працівників і акціонерів для одержання максимального прибутку від виробничої діяльності і вкладених інвестицій" [5, с. 21]. Тоді, як Д. Задохайло розглядає корпорацію як господарське товариство (ГТ) [3, с. 22], а М.Гридіна та О. Гладунов – як акціонерне товариство (АТ) [7, с. 22]. О. Рудінська при аналізі цілей та функцій корпорацій розкриває це поняття як інтегрований інвестиційний інститут, спрямований на забезпечення розширеного відтворення капіталу за рахунок вкладень у великомасштабне виробництво конкурентоспроможної і, як правило, експортно орієнтованої продукції [7, с. 22]. В. Євтушевський при визначенні об'єкта корпоративного управління зазначив, що до корпорацій відносяться акціонерні товариства та частина ТОВ, в яких управління відділене від власності [2, с. 16].

Отже, розглянувши незалежні погляди вітчизняних фахівців на визначення терміну "корпорація" ми дійшли до такого висновку. У вузькому розумінні "корпорація" – договірне господарське об'єднання підприємств або громадян, створене на основі поєднання загальних економічних інтересів учасників для одержання максимального фінансового результату від його діяльності. У широкому розумінні "корпорація" – договірне господарське об'єднання підприємств, створене на основі поєднання загальних економічних інтересів для одержання максимального прибутку від господарської діяльності та вкладених інвестицій. На нашу думку, таке визначення більш точно відображає сутність

поняття "корпорація" та відповідає його трактовці, що застосовується у світовій практиці.

Висновки і перспективи подальших розробок. На основі проведеного аналізу можна зробити наступні висновки:

1. Результати порівняльного аналізу розкритих понять "корпорація" і "корпоративне управління" вітчизняними і зарубіжними вченими свідчать про існування певної невизначеності у їх поглядах. На основі проведеного дослідження було визначено, що для зручності вивчення теоретичної сутності корпоративного управління, його слід розглядати в чотирьох взаємопов'язаних системах.

2. Стосовно теоретичного змісту терміну корпоративне управління, зазначаємо, що уточнення його сутності відбулося за рахунок більш ширшого його розуміння як системи відносин між власниками акціонерного товариства.

Розглянувши різні погляди вітчизняних і зарубіжних науковців до визначення терміну "корпорація", варто зазначити, що її доцільно визначати базуючись на двох напрямках. Отже, у вузькому розумінні "корпорація" – базується на досягненні максимального прибутку від діяльності договірного господарського об'єднання підприємств. Широке розуміння корпорації – передбачає поєднання загальних економічних інтересів договірного господарського об'єднання підприємств для одержання максимального прибутку.

Вищевказане свідчить, що існує ще багато аспектів у даній проблематиці, які потребують подальшого наукового дослідження.

1. Ансофф І. Новая корпоративная стратегия: Пер. с англ. – СПб., 1999.
2. Євтушевський В.А. Основи корпоративного управління: Навч. посіб. – К., 2002.
3. Задохайло Д.В., Кібенко О.Р., Назарова Г.В. Корпоративне управління. – Харків, 2003.
4. Михайленко І.П. Проблеми реформування корпоративного сектору в Україні // Теоретичні та прикладні питання економіки: Зб. наукових праць. – Вип. 8. – К., 2005.
5. Поважний А.С. Трансформационные процессы корпоративного управления / НАН Украины. Ин-т экономики пром-ти. – Донецк, 2001.
6. Румянцев С.А. Українська модель корпоративного управління: становлення та розвиток. – К., 2003.
7. Сірко А.В. Корпоративний сектор: структура, місце та роль в сучасній економіці // Вісник ВПІ. Серія "Економіка, менеджмент та екологія". – 2004. – №4.
8. Oxford Dictionary of Business English / Ed. by Tuck A. – Oxford: Oxford University Press, 1993.
9. <http://www.zakon.rada.gov.ua>

Надійшла до редколегії 26.11.2007

Д. Чеберкус, асп.

ЕВОЛЮЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СПІВТОВАРИСТВА НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

Стаття присвячена проблемі пошуку ефективних підходів до організації процесу формування та реалізації державної інноваційної політики. Автором проаналізовано еволюцію підходів до провадження інноваційної політики в країнах Європейського Співтовариства та з урахуванням сучасних особливостей вітчизняної системи державного управління запропоновано концептуальне бачення організаційного механізму формування та реалізації державної інноваційної політики в Україні.

The article concerns the problem of working out the adequate approach to implement national innovation policy. The evolution of innovation policy in EU countries is scrutinized. The concept of national innovation policy institutional model is proposed considering specifics of national government system.

Постановка проблеми. В Україні за роки незалежності через непослідовність у проведенні та низьку ефективність науково-технологічної та інноваційної політики спостерігаються тенденції до закріплення технологічного відставання від розвинених країн, і, як наслідок, низький рівень інноваційної активності підприємств, гальмування розвитку високотехнологічних галузей промисловості та зниження конкурентоспроможності національної економіки.

Курс на інноваційний розвиток економіки України було визначено ще у затвердженій Указом Президента України від 11.06.1998 року N 615/1998 "Стратегії інтеграції України до Європейського Союзу". Обрання такого

курсу означало, що головним джерелом стійкого економічного зростання, мають стати нові наукові знання, їх продукування, комерційне застосування та отриманий технологічний досвід. Відсутність системних підходів до здійснюваних державою заходів щодо реалізації науково-технічного та інноваційного потенціалу національної економіки досі залишаються основною проблемою становлення інноваційної моделі розвитку економіки.

Аналіз досліджень та публікацій з окресленої проблеми. Питання теоретичного обґрунтування необхідності системного формування та реалізації державної інноваційної політики та методологічного забезпечення розвитку національних інноваційних систем, при-

ділено суттєву увагу в роботах окремих вітчизняних авторів. Зокрема Л. Федуловою та М. Пашутою визначено роль національної інноваційної системи у інноваційному розвитку, проаналізовано окремі її компоненти, запропоновано заходи державної інноваційної політики як складової НІС [1]. М. Шарко дає термінологічне визначення поняття НІС та розглядає її структуру, особливості функціонування [2]. У роботі за редакцією Волкова О.І., Денисенка М.П. наводиться аналіз сучасного інноваційного потенціалу та системи управління інноваціями на різних рівнях [3]. Окремі проблеми та напрями формування спільної політики ЄС у сфері досліджень та розробок та інновацій розглянуто у роботах Жилінської О.І. [4, 5].

Невирішені раніше частини загальної проблеми.

Разом з тим вироблене у зазначених роботах термінологічні визначення, рекомендована структура національної інноваційної системи є комплексними, не дають змоги чітко відповісти на питання, якою має бути головна мета створення національної інноваційної системи і за якими критеріями можливе оцінювання ступеня її реалізації. Адже розвиток національної інноваційної системи шляхом ідентифікації усіх її складових і подальшого їх автономного розвитку, на нашу думку, є управлінською помилкою, оскільки, як відомо з теорії управління, саме мета визначає кінцеву структуру будь-якої організаційної системи, а не навпаки.

В цьому контексті актуальним для України є вивчення досвіду Європейського Співтовариства, а саме логіки та послідовності державної політики щодо уточнення стратегій інноваційного розвитку країн ЄС в напрямі забезпечення реалізації загальної стратегії інноваційного розвитку ЄС – Лісабонської стратегії, схваленої у 2000 році.

Мета статті. З огляду на зазначену вище проблематику цілями статті є аналіз логіки та послідовності зміни підходів до формування державних інноваційних стратегій країн Європейського Співтовариства протягом 2001-2006 років для забезпечення реалізації загальних цілей інноваційного розвитку ЄС.

Виклад основного матеріалу. В цілому еволюцію підходів до формування інноваційної політики в промислово розвинених країнах можна умовно поділити на три генерації.

"Перша генерація" передбачає надання найбільшій уваги впровадженню результатів наукових досліджень та розробок у інноваційних продуктах. В її основу покладено концепцію лінійної моделі інноваційного процесу. В більшості випадків така інноваційна політика була складовою частиною науково-технологічної політики.

"Друга генерація" інноваційної політики передбачає розгляд інноваційного процесу як системного явища. В той час як результати наукових досліджень та розробок продовжують розглядатись як першочергове джерело інновацій, основним принципом державної інноваційної політики є формування комплексу заходів підтримки інноваційної активності і на всіх стадіях інноваційного процесу.

В такому розумінні інноваційна політика набуває статусу окремої сфери державного регулювання на рівні з традиційними сферами державного регулювання (освіта, наука, промисловість, фінанси тощо), і яка має бути скоординована з ними.

"Третя генерація" державної інноваційної політики передбачає подальше поглиблення координації міжгалузевих заходів щодо підтримки інноваційної діяльності в напрямі надання стимулюванню інноваційній діяльності центрального місця серед переліку цілей державної політики в усіх сферах, коли в кожній сфері визначається комплекс завдань та заходів державної політики, які зда-

тні підвищити рівень інноваційної активності суб'єктів господарювання та темпи впровадження ними інновацій.

Такий підхід до інноваційної політики передбачає централізоване визначення довгострокових цілей інноваційного розвитку економіки, а формування та виконання середньострокових завдань та заходів щодо реалізації цих цілей всіма органами виконавчої влади окремо в межах повноважень кожного з них.

На Лісабонському Саміті Ради Європи в березні 2000 року для об'єднаної Європи було поставлено стратегічне завдання до 2010 року стати найбільш конкурентоспроможною та динамічною економікою, що побудована на знаннях, та схвалено так звану Лісабонську стратегію – стратегію підвищення конкурентоспроможності Європейського Співтовариства на основі посилення інноваційної активності в усіх сферах економіки. [6]

З метою найповнішої реалізації завдань зазначеної стратегії Європейська Комісія підкреслює необхідність запровадження державної інноваційної політики саме третьої генерації. Оскільки цей шлях потребує високого рівня міжгалузевої та міжвідомчої координації у сфері формування та реалізації державної інноваційної політики, яку більшість країн Європейського співтовариства на сьогодні все не може забезпечити.

Для розв'язання цієї проблеми, а також підвищення ефективності та взаємоузгодженості заходів країн-членів ЄС у сфері інноваційної політики за ініціативою Департаменту розвитку інноваційної політики Генерального управління підприємств і промисловості Європейської Комісії було започатковано програму "Європейські тенденції у сфері інновацій" (European TrendChart on Innovation). [7]

Програма зорієнтована в першу чергу на суб'єктів формування та реалізації інноваційної політики в країнах Європи і базується на принципі "відкритого підходу до координації". Вона покликана забезпечувати одержання аналітичної інформації та статистичних даних щодо заходів у сфері інноваційної політики, аналізу результативності інноваційної діяльності і тенденцій її розвитку у країнах – членах ЄС, формувати науково-обґрунтовані пропозиції щодо прийняття управлінських рішень у сфері інноваційної політики, а також активізувати міждержавний обмін досвідом у сфері формування і реалізації інноваційної політики.

У межах зазначеної програми розроблено науково-методичні основи комплексного аналізу не лише результативності інноваційної діяльності промислового сектору, але й інноваційного розвитку економіки в цілому, який отримав назву "Європейська таблиця показників інноваційного розвитку" (European Innovation Scoreboard). [8]

Відповідно до цієї методології на основі даних Євростату, ОЕСР та інших організацій сформовано синтетичний перелік показників, що охоплюють такі сфери, як освіта, зайнятість населення у високотехнологічному виробництві, фінансування наукових досліджень, застосування патентів, трансфер та впровадження технологій, фінансування та результативність інноваційної діяльності, венчурне фінансування тощо. Також розроблено класифікацію механізмів державного регулювання інноваційного розвитку та запроваджено збір і аналіз інформації щодо діючих інструментів і механізмів інноваційної політики країн – членів ЄС та країн-конкурентів таких, як Китай, США, Японія, Австралія та ін.

Зазначені заходи спрямовані на більш глибоке розуміння реальних факторів інноваційного розвитку економіки та пошуку ефективних шляхів його стимулювання.

В Україні на сьогодні чинним законодавством чітко не визначено стратегії розвитку національної інноваційної системи, не конкретизовано її структуру, а окремі її

сегменти такі, як інституційний устрій інноваційної економіки, пріоритети науково-технологічного та інноваційного розвитку економіки, програмно-цільове фінансування науково-технічної і інноваційної діяльності, підтримка підприємництва у сфері інноваційної діяльності та трансферу технологій і досі мають неузгоджений між собою характер.

Державна інноваційна політика в Україні продовжує формуватись "де-юре" за сценарієм "другої генерації". Так, відповідно до постанови Кабінету Міністрів України 16 травня 2007 р. № 749 спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у сфері інноваційної діяльності визначено Державне агентство України з інвестицій та інновацій. Разом з тим реалізація державної інноваційної політики "де-факто" здійснюється за сценарієм змішаної першої та третьої генерації. При чому від обох підходів взято на нашу думку в більшість недоліків.

Так, центральні органи продовжують щорічно формувати державне замовлення на наукові дослідження, науково-технічні розробки, а також новітні технології та інноваційну продукцію, разом з тим, відповідно до Бюджетного Кодексу України, вони самостійно планують і визначають обсяги та напрями використання бюджетних ресурсів в цілях забезпечення виконання власних повноважень.

Таким чином, на сьогодні за відсутності деталізованої та оціненої в кількісних показниках системи цілей інноваційного розвитку, подальший процес формування та реалізації державної інноваційної політики в Україні, на нашу думку, приречений на безрезультатність. При цьому, одним з найслабших його місць є і буде залишатись питання низької якості міжвідомчої координації та відсутності відповідального за кінцевий результат органу виконавчої влади.

Методика комплексного оцінювання результативності державної інноваційної політики в Україні відсутня.

Статистично її результативність сьогодні оцінюється переважно відповідно до сценарію "першої генерації", а саме через призму кількісних показників виробництва інноваційної продукції промислових підприємств, та обсягів бюджетного фінансування наукової і науково-технічної діяльності. Останній показник сьогодні розглядається як головний індикатор сили державної підтримки інноваційного розвитку економіки.

Висновки і перспективи подальших досліджень.

З огляду на сучасний стан та досвід взаємодії та координації діяльності органів державного управління у сфері інноваційної діяльності формування державної інноваційної політики відразу за сценарієм "третьої генерації", який активно запроваджується в країнах Європейського співтовариства, сьогодні є передчасним.

На нашу думку, стратегія побудови інноваційної економіки має в першу чергу полягати у централізованому формуванні довгострокового орієнтуру державної інноваційної політики формалізованому у переліку цільових та якісних кількісних показників, а не просто в автономному удосконаленні елементів існуючої національної інноваційної системи.

Запропонований підхід відповідає другому етапові еволюції державної інноваційної політики і найбільш точно відображає ключові проблеми, які мають бути вирішені для створення передумов для забезпечення структурної перебудови економіки.

Подальший перехід до державної інноваційної політики третьої генерації, а саме забезпечення інноваційного розвитку всіх галузей економіки має відбуватись в межах реалізації Стратегії та Програми соціального і економічного розвитку України доцільно здійснювати лише після визначення довгострокових орієнтирів інноваційного розвитку економіки окреслених системної кількісних цільових показників, та запровадження постійного та системного моніторингу ефективності заходів державної інноваційної політики на всіх рівнях.

1. Федулова Л., Пашута М. Розвиток національної інноваційної системи України // Економіка України. – 2005. – № 4. 2. Шарко М. Модель формування національної інноваційної системи України // Економіка України. – 2005. – № 8. 3. Економіка і організація інноваційної діяльності: Підручник / Волков О.І., Денисенко М.П., Гречан А.П. та ін.; Під ред. проф. Волкова О.І., проф. Денисенка М.П. – К.: ВЦ "Професіонал", 2004. 4. Жилінська О.І. Фінансування досліджень і розробок в ЄС // Вісник КНУ імені Т. Шевченка. Серія "Економіка". – Вип. 91. – 2007. 5. Жилінська О.І. Проблеми та завдання державної науково-технічної політики в контексті інтеграції України до ЄС // Актуальні проблеми державного управління інноваційними процесами. – Вип. 26 – К.: ДП "НВЦ "Євроатлантикінформ", 2007. 6. Commission of the European Communities, Innovation in a knowledge-driven economy, Brussels, COM(2000) 567 final. 7. <http://trendchart.cordis.lu/tour.cfm>. 8. http://trendchart.cordis.lu/tc_innovation_scoreboard.cfm.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

В. Швець, д-р екон. наук., проф.,
О. Царук, асп.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ СТАТИСТИЧНОГО МОНІТОРИНГУ ДЕРЖАВНОГО БОРГУ

Розглянуті основні засади побудови системи моніторингу економічних об'єктів. Визначені мета та задачі статистичного моніторингу державного боргу. Запропоновані етапи проведення статистичного моніторингу державного боргу України та визначений їх зміст.

Basic principles of the economic objects statistical monitoring system are considered. A purpose and tasks of the statistical monitoring of national debt is determined. The stages of the public debt statistical monitoring of Ukraine are offered and their contents are considered.

Постановка проблеми. Сучасний стан розвитку фінансів державного сектору економіки вимагає якісного інформаційного забезпечення для прийняття управлінських рішень на макrorівні. Одним із елементів інформаційного забезпечення управління державними фінансами і державним боргом зокрема може бути створення систем моніторингу і відповідної інформаційної бази, яка забезпечить управління повною, об'єктивною і актуальною інформацією для компетентного всебічно зваженого підходу до підготовки і прийняття рішень.

Термін "моніторинг" для означення цілеспрямованого спостереження за певними об'єктами чи середо-

вищем в просторі і в часі з'явився тільки в ХХ столітті, хоча цілі, принципи і методи моніторингу використовувалися з тих пір, як у практику ввійшов термін "управління", як визначають деякі автори [3]. Цей факт можна пояснити тією обставиною, що функції моніторингу були "вбудовані" в процес управління і входять у термін "інформаційна система", тому дані поняття не можна розглядати як тотожні.

Моніторинг (від латинського monitor – нагадуючий, наглядаючий) – це безупинне спостереження за економічними (або будь-якими іншими) об'єктами, аналіз їх діяльності як складова частина управління. Таким чи-

ном, у широкому розумінні поняття моніторинг є функцією управління. В той же час слід звернути увагу на розширення функції та задач систем моніторингу, коли на нього вже покладаються інформаційно-аналітичні функції, обробка інформації, наукове супроводження, спрямовані на формування інформаційної бази для розробки пропозицій щодо вдосконалення механізму управління економікою країни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вітчизняними науковцями зроблений значний внесок у вивчення цього статистичного методу, серед них можна виділити М. Пугачову, О. Олексійчук, Є. Павлюк та ін. Дослідниками були вивчені концептуальні основи статистичного моніторингу загалом та особливості статистичного моніторингу виконання державного бюджету та моніторингу валютного курсу зокрема. Особливої уваги заслуговує дослідження М. Пугачової "Концептуальні основи статистичного моніторингу" в якому узагальнено та систематизовано основні підходи щодо застосування моніторингу у статистичних дослідженнях в сучасних умовах ринкової економіки.

Системи моніторингу в якості найважливішої складової управління економічними об'єктами слабо висвітлені у науковій літературі. Можна виділити лише окремі праці В. Галиціна, А. Когута, В. Комарова, Н. Кравченко, В. Маркова, Г. Черкашина, А. Шевякова в яких вирішуються лише деякі питання організації моніторингу. Проте дослідження "Системи моніторингу" В. Галиціна вирізняється глибоким вивченням питань побудови і застосування моніторингу в економічних системах. У ньому розглянуто визначення, призначення і критерії оцінювання систем моніторингу, алгоритми і технології, використовув-

вані в них, а також математичні методи і моделі, за допомогою яких функціонує моніторингова система.

Не вирішені раніше частини загальної проблеми.

Метод моніторингу потребує подальшої розробки та адаптації для використання в аналізі динаміки і оцінки стану державного боргу. Застосування його у практичній діяльності інвесторів та державних органів відповідальних за реалізацію політики у сфері державних запозичень дозволить прогнозувати тенденції розвитку державного боргу та уникати надмірного навантаження на економіку.

Метою статті є вивчення методологічних основ побудови системи статистичного моніторингу державного боргу. У свою чергу це потребує вирішення таких завдань:

- ✓ вивчення сутності та змісту систем моніторингу економічних об'єктів;
- ✓ визначення мети та задач статистичного моніторингу державного боргу України;
- ✓ визначення етапів статистичного моніторингу державного боргу України та розкриття їх змісту.

Виклад основного матеріалу. Моніторинг є одним із найважливіших атрибутів процесів управління, пов'язаний із вирішенням питань дослідження деякої проблеми, спостереження за ситуацією плинно і розвитку деякого процесу тощо. Коли задача моніторингу зрозуміла, його організація принципових складностей не складає: виділяються внутрішня і зовнішня сфери, сприятливі і негативні чинники, визначаються джерела інформації і вимоги до неї і організується спостереження за ситуацією.

Структура системи моніторингу визначається її функціональним призначенням, особливостями об'єкту дослідження, переліком завдань тощо. Цикл обробки інформації в системі моніторингу характеризується блоками, наведеними на рис. 1.

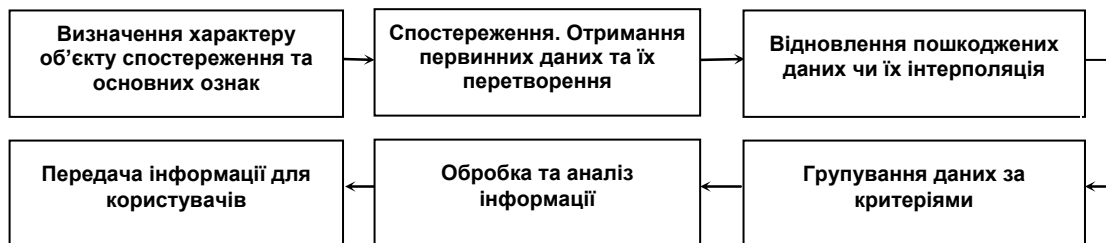


Рис. 1. Цикл обробки інформації в системі моніторингу

Під циклом обробки інформації в системі моніторингу слід розуміти послідовність дій щодо збору, групування, обробки, аналізу та передачі інформації про об'єкт моніторингу.

У статистиці поняття "моніторинг" вживається дещо в іншому аспекті, ніж в управлінні, оскільки розглядається статистикою як окремий вид статистичного спостереження. Моніторинг – це спеціально організоване систематичне спостереження за станом певного середовища [4].

Статистичний моніторинг державного боргу являє собою важливий елемент процесу прийняття рішень, пов'язаний із вирішенням питань ефективного управління фінансовими ресурсами державного сектору економіки, параметрами фіскальної і монетарної політики.

Метою проведення статистичного моніторингу державного боргу України, як і будь-якого іншого соціально-економічного явища, є оптимізація процесів статистичного спостереження, аналізу та прогнозування основних показників, що характеризують стан державного боргу та боргової безпеки держави за допомогою економіко-математичних та статистичних методів із використанням обчислювальної техніки і інформаційних технологій.

Досягнення окресленої нами мети статистичного моніторингу державного боргу вимагає вирішення наступних завдань:

- ✓ системний аналіз масивів статистичної інформації щодо стану державного боргу;
- ✓ побудова інформаційних систем автоматичної обробки інформації;
- ✓ вивчення структури потреб користувачів інформації про стан державних фінансів у результатах моніторингу державного боргу;
- ✓ розробка методик відстеження абсолютних та відносних змін величини державного боргу, його структури та виконання плану державного запозичення і погашення;
- ✓ створення методики оцінки стану державного боргу на основі індикаторів боргового навантаження;
- ✓ вдосконалення методики коротко та середньострокового прогнозування державного боргу;
- ✓ аналіз впливу державного боргу на економіку та прояв макроекономічних ефектів державного боргу.

Доступність об'єктивної та актуальної інформації щодо стану державного сектору економіки для потреб державного управління чи зовнішніх користувачів ставить у практичну площину завдання статистичного моніторингу багатьох економічних процесів та явищ, ціль-

не місце серед яких займає державний борг. Внутрішні та зовнішні користувачі інформації зацікавлені у отриманні не тільки числових характеристик стану боргових зобов'язань держави, а і належним чином проаналізованих даних, зазнавши ґрунтовного дослідження, оцінки як поточного стану, так і прогнозу. Результати моніторингу мають бути подані у максимально зручній для прийняття та подальшого використання формі.

Зваженість фінансової та монетарної політики, ефективність управління державним боргом зокрема, залежить не стільки від кількості наявної інформації в осіб, що уповноважені приймати рішення, скільки від її якості та актуальності, об'єктивності та наочності. Для забезпечення цього статистичний моніторинг державного боргу повинен здійснюватись на базі інформаційних систем збирання, оброблення, передачі, зберігання, ущільнення, аналізу, візуалізації статистичної інформації, а також її використання для аналізу, оцінки, прогнозування та моделювання державного боргу. Слід зазначити, що задачі по спостереженню та моніторингу не є тотожними. Спостереження є невід'ємним і початковим етапом моніторингу, проте його завдання є дещо ширшими, ніж просте спостереження, оскільки у процесі моніторингу на основі даних спостережень повинні здійснюватись наступні операції:

- ✓ діагностика поточного стану об'єкту дослідження;
- ✓ виявлення тенденцій та закономірностей розвитку;
- ✓ коротко та середньострокове прогнозування основних тенденцій;
- ✓ візуалізація результатів моніторингу і передача для користувачів.

Враховуючи висвітлені нами аспекти сутності системи моніторингу загалом та статистичного моніторингу зокрема, можна запропонувати наступне визначення моніторингу державного боргу України. Це процес поточного спостереження, оцінювання, аналізу, прогнозування державного боргу та його навантаження на економіку.

Метою здійснення моніторингу державного боргу України є оцінка сучасного стану фінансових зобов'язань державного сектору економіки, аналіз впливу на інші сектори економіки та макроекономічні показники, а також визначення тенденцій розвитку з метою прийняття виважених рішень щодо управління фінансовою та монетарною політикою держави.

Розробку методики проведення моніторингу державного боргу можна здійснювати різними способами, але найбільш простим і зручним для аналізу є ситуація, коли визначений один загальний цільовий показник та множина незалежних факторів. Чітке визначення цільового показника (наприклад, відношення державного боргу до ВВП) та обмеженого кола факторів значно спрощує процес аналізу та зменшує вимоги до інформаційного забезпечення.

Такий підхід щодо побудови системи моніторингу має також свої недоліки. В першу чергу це стосується проблеми вибору результативного показника, який в загальному має характеризувати стан державного боргу, ступінь його впливу на економіку та рівень боргового навантаження. Звісно такий показник як відношення боргу до ВВП, який найбільш часто використовують для оцінки стану державного боргу, не може відобразити дію всіх цих явищ в економіці. Тобто постає проблема розробки комплексної системи статистичних показників (індикаторів) боргової безпеки держави.

Етапи статистичного моніторингу державного боргу є його елементами, тому повинні розглядатись у нерозривній єдності та у комплексі, оскільки неналежне чи неточне виконання одного із них призводить до викривлення результатів дослідження та хибних висновків поточного та перспективного стану досліджуваного явища.

Зміст етапів статистичного моніторингу державного боргу визначається відповідно до мети та основних завдань, що наведено на: (див. рис. 2.)

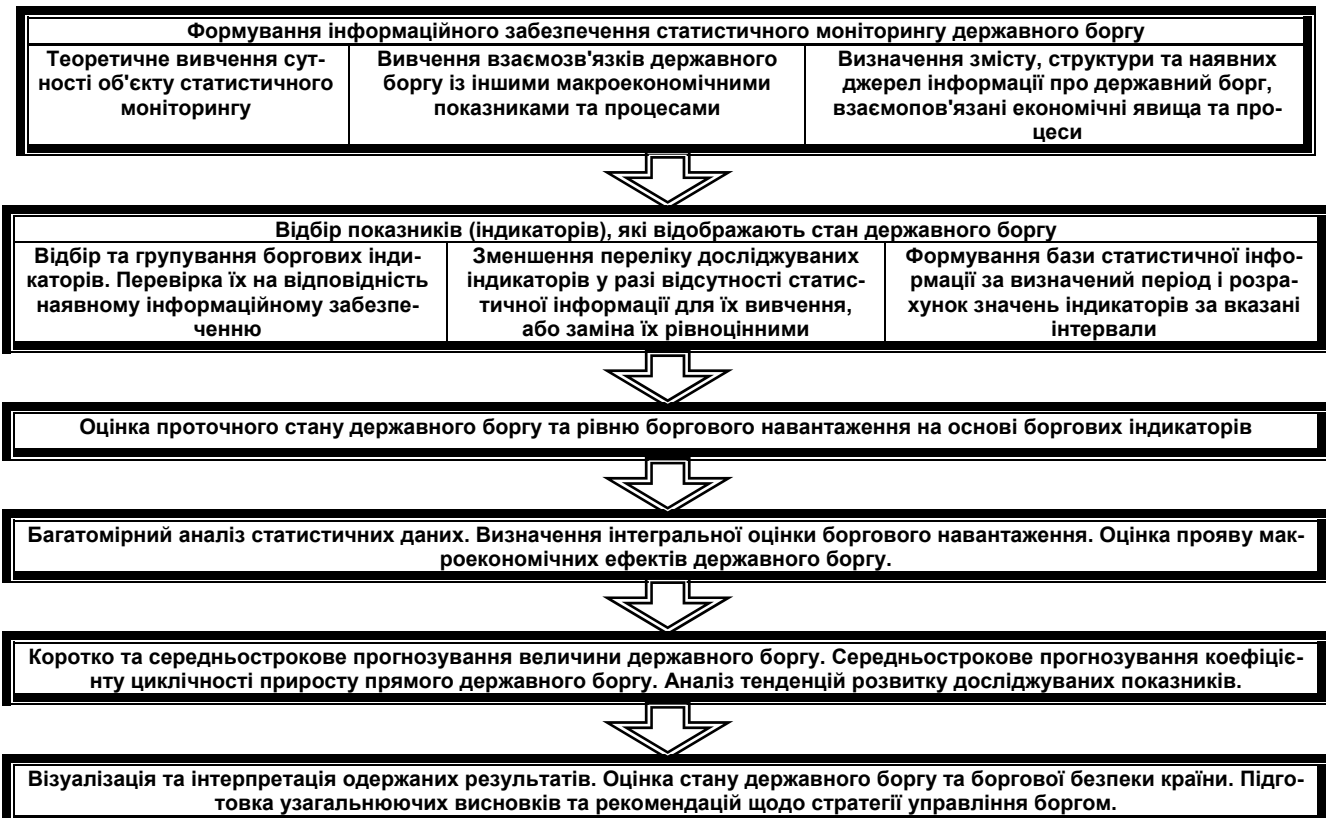


Рис. 2. Етапи статистичного моніторингу державного боргу

Першим етапом статистичного моніторингу державного боргу ми виділили формування інформаційного забезпечення статистичного моніторингу державного боргу. Очевидним є той факт що без якісного, достовірного та об'єктивного інформаційного забезпечення здійснювати аналіз чи приймати виважені рішення по управлінню тим чи іншим економічним об'єктом складно.

Кінцевою метою статистичного моніторингу є отримання інформації про розвиток того чи іншого явища чи процесу з метою прийняття управлінських рішень. Враховуючи те, що зміна боргової політики держави чинитиме також безпосередній вплив на фінансову та монетарну політику, вивчення державного боргу на першому етапі статистичного моніторингу має носити комплексний характер. Формування статистичного забезпечення моніторингу державного боргу передбачає у першу чергу всебічне вивчення об'єкту дослідження як соціально-економічного явища, невід'ємного елемента фінансової системи країни із ринковою економікою. Це передбачає необхідність теоретичного вивчення не тільки самого об'єкту моніторингу, але і того впливу, який він чинить на економіку в цілому, на параметри монетарної і фінансової політики, рівень фінансової стійкості економіки країни тощо.

Завершальною стадією першого етапу статистичного моніторингу державного боргу є визначення змісту, структури та наявних джерел інформації про державний борг, взаємопов'язані економічні явища та процеси.

На етапі відбору показників, які відображають стан державного боргу, рівень боргового навантаження (безпеки) держави та вплив боргу на економіку в цілому, необхідно визначити сфери впливу державного боргу (фінансова політика, соціальне становище, інвестиційний клімат тощо). Саме цей підхід було нами покладено в основу групування боргових індикаторів.

Наступний кроком на даному етапі є перевірка відповідності боргових індикаторів наявному статистично-інформаційному забезпеченню. Тобто в арсеналі дослідника може не виявитись необхідних даних для розрахунку того чи іншого показника або вони розраховуються не у відповідності до визначених у світі методик тощо. Все це ставить дослідника перед необхідністю вилучення того чи іншого індикатора, або можливої його заміни спорідненим показником.

Після проведення групування та відбору індикаторів здійснюється їх розрахунок за визначений період та інтервали. На основі отриманих даних проводиться оцінка поточного стану державного боргу, рівень ліквідності державного сектору економіки, його платоспроможності та фінансової стійкості. Оцінюється також рівень боргового навантаження на економіку, інвестиційний клімат, соціальні ризики тощо.

На етапі багатомірного статистичного аналізу необхідно визначити інтегральну оцінку боргового навантаження на основі розрахованих боргових індикаторів.

Що ж стосується аналізу макроекономічних ефектів, то основним методом у наших дослідженнях виступав факторний аналіз, ряди динаміки, індексний метод та відносні величини. Хоча при визначенні інтервалу в динамічному ряді, який ділить його на два ряди із різнонаправленими тенденціями, як це ми спостерігали при оцінці впливу циклічних процесів на приріст державного боргу, можна використовувати непараметричні методи, такі як: U-тест Мана-Уїтні, H-тест Крускала-Уоліса, тест Уїлкоксона і тест Фрідмана.

Складною задачею є вибір методу прогнозування значень того чи іншого динамічного ряду. Ми пропонуємо на стадії вибору методу прогнозування використовувати таксономічні моделі методів прогнозування. Це

дозволяє швидко та влучно вибрати оптимальний метод прогнозування.

Завершальним етапом статистичного моніторингу державного боргу є підготовка узагальнюючих висновків щодо стану державного боргу, рівню боргового навантаження на економіку, того, які макроекономічні ефекти він спричиняє та, які існують тенденції розвитку даних явищ. Важливе значення має також оперативність реагування на результати моніторингу користувачами інформації. Складний для сприйняття матеріал, навіть, якщо він носить велике змістовне наповнення і є результатом всебічного і комплексного аналізу, може бути не вірно чи не у повному обсязі використаний для прийняття важливих рішень. Тобто спосіб подачі результатів статистичного моніторингу державного боргу має досить важливе значення.

Перелік можливих способів та форм візуалізації результатів моніторингу державного боргу є досить широким і не є вичерпним. Для зручності сприйняття результатів розрахунків, факторного аналізу чи скажімо простого порівняльного аналізу, доцільно використовувати статистичні таблиці, що є найбільш поширеним у сучасній практиці органів державної влади. Результати прогнозування, які подовжують рівні рядів динаміки на майбутнє, доцільно подавати у вигляді графіків та діаграм, що значно спрощує сприйняття інформації про поточні та перспективні тенденції розвитку досліджуваних явищ та процесів. Проте, не слід забувати, що багато інформації не може бути формалізовано чи подано у вигляді чисел, мова йде у першу чергу про аналітичні висновки та коментарі, що подаються після проведення аналізу. Така інформація завжди буде подаватись текстовій формі і нестиме у собі найбільш цінні дані для прийняття стратегічних рішень.

Висновки і перспективи подальших розробок. Отже, комплексний поточний контроль, аналіз та короткострокове прогнозування державного боргу доцільно здійснювати у межах системи статистичного моніторингу, який має виконувати функції щодо надання органам управління чи іншим зацікавленим користувачам оперативної, об'єктивної та актуальної інформації щодо прийняття стратегічних рішень щодо управління державними фінансами чи борговими зобов'язаннями держави. Основними завданнями статистичного моніторингу державного боргу є наступні:

- ✓ поточне спостереження;
- ✓ оцінка стану державного боргу та боргового навантаження;
- ✓ аналіз взаємозв'язків із іншими економічними явищами і процесами, оцінка впливу на економіку;
- ✓ оцінка тенденцій розвитку, коротко- та середньострокове прогнозування державного боргу;
- ✓ візуалізація результатів моніторингу, підготовка пропозицій та зауважень щодо боргової політики.

Мало вивченим залишається питання використання непараметричних статистичних тестів та методів у моніторингу. Вони також рідко застосовуються на стадії побудови моніторингової системи.

1. Галіцин В.К. Системи моніторингу в управлінні економікою // Моделювання та інформаційні системи в економіці. – К., 2001. – № 66.
2. Галіцин В.К. Дискретність спостереження в системі моніторингу // Моделювання та інформаційні системи в економіці. – К., 2001. – № 65.
3. Концептуальні основи статистичного моніторингу // За ред. М.В. Пугачової. – К., 2003. 4. Єріна А.М. Статистичне моделювання та прогнозування. – К., 2001.

КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ОБ'ЄКТ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Визначено етапи розвитку корпоративного управління та досліджено сутність категорії "корпоративне управління" з урахуванням теорій власності.

It is certain stages of development corporate governance and essence of a category "corporate governance".

Постановка проблеми. В західній економічній науці існує два різних за своєю сутністю поняття "management" і "governance", які практично відповідають одному й тому ж терміну, а саме – "управління". Однак, більшою мірою "корпоративне управління (corporate governance) має справу з тим, як влаштована і реалізується влада (governance) в організації. Тому термін корпоративне управління не слід плутати з управлінням корпораціями" [1, с.81]. На нашу думку, категорія "управління корпораціями" значно ширша порівняно з категорією "корпоративне управління". Для того, щоб б'їтко визначитися з сутністю цієї категорії необхідно проаналізувати етапи розвитку теорії та практики корпоративного управління. Це завдання й було поставлено при написанні даної статті.

Аналіз досліджень та публікацій. В останніх опублікованих працях зарубіжних фахівців з питань корпоративного управління, зокрема Дж. Паунда, А.Демб, Ф.Нойбауера та інших, звернуто особливу увагу на проблеми пошуку нових парадигм та принципів побудови моделей корпоративного управління, які забезпечували б ефективність процесу прийняття рішення. У вітчизняній науковій літературі в найбільшій мірі окремі аспекти дослідження сутності категорії "корпоративне управління" та самого об'єкту наукового дослідження висвітлено в працях В.Євтушевського, І.Бондар, Г.Назарової, Т.Момот. Але, на наш погляд, тематика корпоративного управління є багатоаспектною і характеризується теоретичною еkleктичністю. Тому наукові дослідження в даній сфері бажано значно активізувати.

Не вирішені раніше частини загальної проблеми. В Україні сучасне інституціональне середовище, яке базується на законодавчій базі та інфраструктурних елементах, а також стану ринкової інфраструктури не відповідають рівню розвитку акціонерних відносин. Розвиток інституціонального середовища з позиції корпоративного управління визначається такими показниками як ліквідність ринку капіталу (цінних паперів), активністю інституційних інвесторів, ступенем концентрації акціонерного капіталу, захищеністю прав акціонерів. Переважна більшість міноритарних акціонерів вітчизняних товариств, на відміну від публічних акціонерних компаній розвинутих країн, не являються повноправними та активними учасниками корпоративних (акціонерних) відносин. Чинний закон України "Про господарські товариства", який був прийнятий ще 19 вересня 1991 року, в даний час, не забезпечує в повній мірі реалізацію прав акціонерів та функцій органів управління акціонерними товариствами. Велика частка закритих акціонерних товариств (більше половини від загальної кількості), зростання корпоративних конфліктів та рейдерства свідчать про неефективність вітчизняної системи корпоративного управління.

Мета та завдання статті. Тому для напрацювання шляхів подальшого реформування та розвитку вітчизняної системи корпоративного управління, на наш погляд, необхідно виявити та переосмислити саму об'єктивну природу (сутність) категорії корпоративного управління та безпосередньо об'єкт наукового дослідження. Це й визначає мету та завдання даної статті.

Виклад основного матеріалу. Виникнення корпоративного управління пов'язано перш за все з аналізом

та вирішенням агентської проблеми, тобто поділу влади у відкритому акціонерному товаристві. Саме це дало змогу виділити основні етапи становлення та розвитку теорії та практики корпоративного управління, які представлено в таблиці 1. Сутність корпоративного управління зводиться до розв'язання протиріч між принципом та агентом. При цьому в класичній економічній теорії в якості принципала виступає власник (акціонер), а в якості агента наймані управлінці (виконавчі органи управління акціонерним товариством). В даний час на прийняття управлінських рішень у відкритих акціонерних товариствах впливають не лише реальні власники (акціонери), але й інші заінтересовані особи (державна, потенційні та інституційні інвестори, кредитори тощо). Тому саме поняття принципала в сучасних умовах значно ширше. Все це впливає на мотивацію та пріоритети у прийнятті управлінських рішень власне акціонерами, що в свою чергу відображається на побудові взаємодії елементів в системі корпоративного управління акціонерними товариствами. Тобто акціонери можуть брати безпосередню участь в управлінні, або ж делегувати свої повноваження органам управління акціонерного товариства, особливо наглядовим радам.

Західні економісти вважають, що головною метою принципала є збільшення вартості акціонерних товариств, тобто їх капіталізації за рахунок підвищення ринкової вартості акцій. Цьому безумовно сприяє розвинутий ринок цінних паперів. Крім того, центральною задачею підвищення ефективності корпоративного управління акціонерними товариствами є формування системи органів управління та винагороди керівникам виконавчих органів. Вирішення агентської проблематики в системі корпоративного управління можливе за допомогою інструментів наближення інтересів керівників виконавчих органів акціонерного товариства до інтересів самих акціонерів.

У вітчизняній та зарубіжній економічній науці накопичений значний досвід з управління підприємствами на всіх рівнях. Очевидно, що сьогодні існують різні концепції, теорії, наукові школи, які розроблялися багатьма поколіннями вчених із різних країн світу. Однак єдиної універсальної загальноприйнятої теорії корпоративного управління та управління акціонерними товариствами не існує. Не склалася й чітка парадигма щодо самої категорії корпоративного управління. В той же час певні наукові досягнення та положення, як стверджують фахівці, "наука і мистецтво менеджменту, або корпоративного управління, – одно із важливих досягнень ХХ століття" [6, с.16].

Характеризуючи ефективність сучасної системи корпоративного управління в Україні, яка сформувалася в останні роки не еволюційним шляхом, а під впливом реалізації державної програми приватизації слід звернути увагу перш за все на генезис, тобто джерело походження розвитку системи корпоративного управління, яке виникло в результаті соціально-економічних, політичних, культурно-етичних та інших чинників з появою та розвитком акціонерних товариств (корпорацій) та акціонерних відносин.

Таблиця 1. Етапи становлення та розвитку теорії та практики корпоративного управління

Період	Основні положення
кінець XIX – початок XX століття, "домінування акціонерів"	Поява великих корпорацій. Домінує школа наукового управління, яка зосереджує свою увагу переважно на принципах і методах організації праці. Започаткування процесу відділення прав акціонерної власності від управління нею. А.Маршал системно охарактеризував проблему розходження інтересів управлінців та власників компаній. Т.Веблен пропонує перехід контролю від власників до менеджерів-інженерів.
Початок 30-х – 50 роки XX століття, "домінування менеджерів"	Розширення сфер діяльності корпорацій. Передача виконавчих, контрольних, а згодом стратегічних функцій управління найманим керівникам (менеджерам). Виникають конфлікти інтересів. На рівні державного регулювання вводяться вимоги щодо розкриття інформації про функціонування корпорацій та обіг цінних паперів, посилюється роль Комісій з цінних паперів та фондового ринку. Американські економісти А.Берлі та Г. Мінз в роботі "Сучасна корпорація і приватна власність" (1931 р.) порушили питання про агентські відносини, колективну і соціальну природу корпорацій. Теорія трансакційних витрат Р. Коуза ("Природа фірми", 1937 р.)
50-80-роки XX століття, "впровадження загальних правил та принципів у сфері корпоративного управління"	Ріст інвестиційної активності. Вивіз капіталу у формі портфельних інвестицій (акцій). Значне зростання долі інституціональних (пенсійних, страхових компаній) і колективних (пайових і нових інвестиційних фондів) інвесторів в акціонерному капіталі. Європейське економічне співтовариство приймає директиву про уніфікацію корпоративного управління для акціонерних компаній. Розвиваються теорії: інформаційної асиметрії (М.Спенс, Дж.Акерлоф); ризику (Дж.Стігліц); нової інституціональної економіки (О.Уільямсон); структури акціонерного капіталу (Ф.Модельяні та М.Міллер). Особливий вплив на розвиток корпоративного управління мають роботи М.Дженсена та У.Меклінга щодо обґрунтування контрактних відносин між акціонерами та іншими особами в системі корпоративного управління.
Початок 90-х років – до сьогодні, "вирішення проблеми системного підходу до корпоративного управління"	Банкрутство цілої низки акціонерних компаній. Посилення державного регулювання в сфері корпоративного управління. Кодекс корпоративного управління Кедбері (Великобританія, 1992 р.). Впровадження в практику принципів "підкоряйся або поясни". Розробка механізмів внутрішнього контролю, системи мотивації членів наглядових рад. Прийняття Принципів корпоративного управління ОЕСР (1999 р.). Закон Сарбейнса-Окслі (США, 2002 р.). Реформування системи корпоративного управління в більшості країн світу.

Як вже зазначалося вище, проблематика корпоративного управління активно почала обговорюватися в наукових колах у зв'язку із дослідженням агентської теорії. Так, в 30-х роках минулого століття на розвиток теорії корпоративного управління особливо вплинула праця А. Берле та Г. Мінза ("Сучасна корпорація і приватна власність", 1933 р.), які дослідили, що 200 великих корпорацій США контролювали половину сукупної власності США. При цьому 88 із цих корпорацій контролювалися саме менеджерами, а не власниками (акціонерами). Автори прийшли до висновку, що інтерес контролю над корпорацією радикально відрізняється від інтересу володіння власністю корпорації. Тобто інтереси власників капіталу та агентів не співпадають. В подальшому в економічній літературі ці висновки, як вже зазначалося, були розвинуті в так звану "агентську теорію", яка активно розвивається і в даний час. В цей же період Рональд Коуз запропонував теорію трансакційних витрат. Більш детально в рамках цієї теорії щодо сфери корпоративного управління розглядаються питання асиметрії інформації при укладанні угод, а сама агентська проблема стала вирішуватися в контексті укладання контрактів. Д. Робінзон та інші економісти прийшли до висновку про те, що в акціонерній компанії остаточний контроль фірми не належить жодній окремій особі.

Питання неповноти інформації та інформаційної асиметрії розглянули такі автори як М. Дженсен та В. Меклінг, які більш детально сформулювали та обґрунтували теорію агентських витрат пов'язавши її із проблемами формування оптимальних контрактів, які повинні бути націлені на мінімізацію трансакційних витрат. Вони запропонували новий погляд на фірму, зокрема через використання контрактного підходу до аналізу взаємовідносин між основними індивідами, зацікавленими в фірмі: власниками, топ-менеджерами та кредиторами. Саме їх робота є великим вкладом в один із важливих аспектів корпоративного управління – проблематику відділення власності від контролю, тобто аналіз взаємовідносин між власниками та менеджерами. Вони сконцентрували свою увагу на спеціальному типі трансакційних витрат – агентських витратах, які виникають в силу відділення власності від управління.

На думку П. Друкера удосконалення корпоративного управління повинно бути націлені на створення таких моделей управління корпораціями, в яких акціонери були б мотивовані і дійсно могли б реалізувати свої зобов'язання та права у відношенні до власності. Західні економісти пов'язали проблему заохочення менеджменту із показниками ефективності діяльності компанії. Але це породило нову проблему – оцінки ефективності бізнесу акціонерних компаній (корпорацій). Таким чином, інтереси менеджменту не повинні суттєво відрізнятися від інтересів акціонерів. Така ситуація можлива у випадку ефективної системи матеріальної компенсації діяльності менеджменту. Крім того, П. Друкер вважає, що "на протязі останніх 50 років із-за зміни в демографічній ситуації у всіх розвинутих країнах проходить процес перерозподілу власності. Тепер ми спостерігаємо результати цього перерозподілу влади. Два явища – виникнення багаточисленного (і, безумовно, багатого) класу робітників інтелектуальної праці і збільшення тривалості життя – привели до появи таких інститутів, як пенсійні фонди і взаємні (пайові) фонди страхування. Сьогодні саме вони стали в сучасному розвинутому суспільстві законними "власниками" ключового виду власності – корпорацій, які знаходяться в суспільному володінні" [3, с.88-89]. В Україні цей процес лише набирає обертів. Можливості та інтереси інституційних інвесторів, на нашу думку, значно відрізняються від індивідуальних акціонерів. Процес участі інституційних акціонерів в управлінні акціонерними товариствами згодом активізується і в Україні. Таким чином, саме розвиток акціонерних відносин породив й специфічну форму управління акціонерними відносинами. Отже, агентська теорія була покладена в основу розвитку корпоративного управління. "Агентські відносини виникають між принципалами (особи, від імені яких діють агенти) і агентами, які надають послуги, замовлені принципалом. Виходячи з визначення, можна сказати, що наймані менеджери є агентами власників (акціонерів) корпорації" [5, с. 114].

В даний час в розвинутих країнах світу значна частка населення володіє акціями підприємств, що дає йому змогу не лише бути активним учасником акціонерних

відносин, але й отримувати певні економічні стимули. Як вважає один із провідних науковців з питань корпоративного управління Боб Трікер XX століття було віком менеджменту, а XXI буде віком корпоративного управління ("governance"). Різниця між термінами "менеджмент" і "корпоративне управління" на його думку пояснюється тим, що менеджмент – це управління підприємством, а корпоративне управління – це процес спостереження за тим, щоб підприємство ефективно управлялось та розвивалось в необхідному напрямку. Тому різниця між цими поняттями носить фундаментальний характер для того щоб зрозуміти поняття самої сутності корпоративного управління. За словами Боба Трікера ще двадцять років назад на ранніх стадіях активного розвитку цього напрямку, така ж проблема корпоративного управління, як сьогодні існує в країнах з перехідною економікою була в Великобританії та США. Він дає таке визначення економічній категорії "корпоративне управління", зокрема "корпоративне управління – це спосіб за допомогою якого реалізується влада над корпоративною організацією. Всі корпоративні організації потребують, щоб якимось чином визначався загальний напрямок їх діяльності, і щоб реалізувалось конкретне управління їх функціонуванням. Структури і процеси, які відбуваються в органі який визначає загальний напрямок діяльності корпорації і контролює, наскільки цей напрямок дотримується і є центральним питанням корпоративного управління. Важливе значення для корпоративного управління мають відносини ради директорів з акціонерами, аудиторами, регулюючими органами та іншими заінтересованими групами, а також між радою директорів і менеджментом організації. Корпоративне управління досить нова сфера наукових досліджень. Перша книга із заголовком "Corporate Governance" була опублікована в 1984 році, а перший академічний журнал "Corporate Governance – an international review" був заснований лише в 1993 році" [2]. Отже, економічна теорія корпоративного управління, не дивлячись на тривалий досвід розвитку акціонерних товариств (корпорацій) почала активно розвиватися лише в кінці XX століття. Звичайно Б. Трікер прийшовши до такого висновку перш за все мав на увазі англо-американську модель корпоративного управління. Якщо порівнювати його твердження з вітчизняними реаліями, то необхідно замінити поняття "рада директорів" на термін "правління" акціонерного товариства. І якщо бути ще більш конкретним, то важливим в корпоративному управлінні мають відносини між наглядовою радою та акціонерами. Справа в тому що, в англо-американській системі корпоративного управління існує однорівнева система управління – унітарна рада директорів, на відміну від німецької дворівневої моделі до якої все більш стає ближчою вітчизняна система корпоративного управління.

При оцінці стану корпоративного управління особлива увага повинна приділятися аналізу структури акціонерного капіталу, вартості бізнесу компанії та формуванню її стратегічних цілей. Неможливо розглядати проблеми корпоративного управління також поза межами соціальних механізмів, таких як формування соціального капіталу та феномену довіри в сучасному суспільстві. Тому проблема взаємодії економічного та соціального капіталу виступає однією із фундаментальних проблем в системі корпоративного управління. В кінці 90-х років в країнах Британської Співдружності була розроблена система принципів корпоративного управління, яка виникла у зв'язку з розвитком більш гнучких корпоративних структур, які почали витіснити з ринку

традиційні концерни. Загалом науковці вважають що теорія корпоративного управління розвивається достатньо стримано. Але позитивним є той факт, що в 1998 році Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) запропонувала розробити глобальний документ з корпоративного управління. Стандарти та принципи корпоративного управління розроблялися з участю урядів Великобританії, США, Німеччини, Франції, Японії та інших зацікавлених міжнародних організацій. Тобто реформи в сфері корпоративного управління мають за мету просування до глобальних стандартів.

Однозначно на формування системи корпоративного управління впливає процес інституціоналізації інтересів між різними верствами і групами учасників, а також ділове та соціальне партнерство, яке склалося між державою та корпораціями. Тому товариства виступають своєрідними формами реалізації публічної влади з метою задоволення інтересів акціонерів. "Вони виникають як представницькі утворення щодо захисту своїх господарських, політичних, соціальних та ідеологічних інтересів. Фірми, громадські організації, державні органи співробітничать заради загальних цілей: стабільності прибутку, збереження стійкого соціального і політичного клімату, підтримки свого позитивного іміджу. І хоча деякі організації зорієнтовані на одержання господарського прибутку, інші на – благодійність, а треті на захист прав власника та особистості, або захист навколишнього середовища, оздоровлення і спорт, загальним для них усіх щодо корпоративізму є співробітництво й солідарність" [7, с.16-17].

В широкому розумінні корпоративне управління можна розглядати як систему, за допомогою якої спрямовується та контролюється діяльність акціонерного товариства. В межах системи корпоративного управління визначаються завдання та функції акціонерів з приводу контролю за діяльністю менеджерів, а також відповідальність самих менеджерів перед акціонерами за результати діяльності акціонерного товариства. Належна система корпоративного управління завжди сприяє зростанню акціонерного капіталу товариства. Основні підходи та визначення поняття категорії корпоративного управління в даній сфері представлено в таблиці.

Отже, корпоративне управління пов'язане з відносинами між акціонерами, менеджерами, а також заінтересованими особами для забезпечення ефективної діяльності акціонерного товариства, рівноваги впливу та балансу інтересів учасників корпоративних відносин. Як видно, з таблиці 2. основні підходи до визначення категорії корпоративного управління базуються на загальноекономічних, культурологічних та правових принципах. На основі аналізу причин виникнення та генезису розвитку управління акціонерними товариствами та акціонерних відносин можна запропонувати також таке визначення категорії "корпоративне управління", а саме "корпоративне управління – це система цілеспрямованого формування процесу діяльності акціонерного товариства (корпорації) та впливу на відносини між акціонерами та заінтересованими особами". В енциклопедії корпоративного управління, в підготовці якої брав участь автор дано таке визначення цієї категорії, а саме: "корпоративне управління – це система керування акціонерними товариствами та контролю за їх діяльністю. Воно охоплює способи, якими спостережні ради та вище керівництво компаній регулюють діяльність, і спрямоване на захист інтересів акціонерів та належний рівень поінформованості між органами управління, власниками та клієнтами [4, с. 203].

Таблиця 2. Підходи до визначення та сутність категорії "корпоративне управління"

Підходи	Основні положення
Управлінський	Корпоративне управління представляє собою систему, за допомогою якої здійснюється управління корпораціями та контроль за їх діяльністю
Загальноекономічний	Корпоративне управління – комплекс відносин між адміністрацією компанії, її правлінням та іншими заінтересованими особами
Економіко-правовий	Корпоративне управління – це сукупність дій менеджерів та власників акціонерного товариства, які діють у межах норм чинного законодавства та забезпечують процес залучення фінансових і трудових ресурсів та їх ефективне використання
Інституціональний	Корпоративне управління полягає в забезпеченні взаємозв'язку корпорації з інституціональним середовищем, у якому вона функціонує
Підхід, який базується на теорії прав власності	Корпоративне управління являє собою процеси регулювання власником руху його корпоративних прав з метою отримання прибутку або діяльність менеджерів компанії в інтересах власників

Процес корпоративного управління охоплює окремі етапи, а саме планування, реалізацію заходів та контроль за їх виконанням. Корпоративне управління це не лише діяльність, тобто функція, але й певні інститути управління (загальні збори акціонерів, правління, ревізійна комісія, комітети). Як будь-який вид управління компанією, корпоративне управління потребує організаційного забезпечення, тобто відповідних інструментів управління. Таким чином, корпоративне управління акціонерними товариствами можна розглядати з точки зору багатьох аспектів. Виходячи із сучасної теорії управління ми розглядаємо корпоративне управління як систему. Під корпоративним управлінням розуміється не лише спосіб захисту інтересів (акціонерів), а цілий комплекс механізмів, які трансформують сигнали ринку в стимули всередині акціонерних товариств для здійснення вкладень в фізичний та людський капітал. Отже, сучасна теорія корпоративного управління лише формується і тому вона повинна включати умови, структури, процеси та наслідки корпоративного управління акціонерними товариствами. Корпоративне управління важливе для значної кількості заінтересованих груп – для акціонерів, кредиторів, працівників, постачальників, місцевого населення тощо. Як вважає К. Мейер всіх цих заінтересованих осіб можна назвати "співучасниками" у власності корпорації. Тобто, які групи "співучасників" повинні бути представлені у корпоративному управлінні – таке фундаментальне питання, яке стоїть перед компанією. Таким чином, проблематика корпоративного управління, як уже зазначалося вище, виходить далеко за межі впливу акціонерної компанії, тобто означає взаємодію значної кількості осіб.

На розвиток економічних систем, в тому числі системи корпоративного управління в умовах глобалізації в першу чергу впливають зміни, що відбуваються у правовому регулюванні майнових взаємовідносин. Перерозподіл прав власності, що відбувається в Україні так і в глобальному масштабі в кінці XX ст. на початку XXI ст. являє собою процес вирішення основних соціальних, економічних та політичних проблем. Глобалізація економічних відносин в значній мірі розширює права власності фізичних осіб та акціонерних товариств.

Ці положення всебічно враховуються в сучасних системах корпоративного управління (англо-американська, німецька, японська). Крім того, тенденції глобального економічного розвитку свідчать про значну роль нової інформаційної економіки. Так, "перехід від індустріального до постіндустріального суспільства відбувається через всебічний розвиток матеріального виробництва, його технічне переозброєння на основі нових технологій, зростання загального і культурного рівня трудящих, удосконалення праці та управління" [8, с.48].

Із досвіду розвитку системи корпоративного управління в європейських країнах, можливо запозичити цілий ряд стандартів, які ефективно впливають на розви-

ток акціонерних відносин та захист прав акціонерів та найманих працівників. Ця необхідність підтверджується тим, що взаємопроникнення як іноземних інвесторів на вітчизняний ринок, так і вітчизняних компаній на європейський, з кожним роком продовжує зростати. Стандарти корпоративного управління повинні забезпечувати ефективність та прозорість у взаємовідносинах між акціонерами та органами управління акціонерним товариством (загальними зборами, наглядовою радою, правлінням та ревізійною комісією), а також захищати права всіх акціонерів, держави та самих акціонерних товариств від "недружнього" поглинання незаконними методами, тобто тими які суперечать кращій практиці корпоративного управління та чинному законодавству. Сучасні міжнародні стандарти корпоративного управління в певній мірі повинні стати чинником для створення відповідних умов розвитку вітчизняного ринку цінних паперів, що в свою чергу сприятиме нарощуванню капіталізації акціонерних товариств та встановленню справедливої (ринкової) ціни на акції в ході їх обігу.

Висновки і перспективи подальших розробок. В даний час система корпоративного управління в Україні перебуває на етапі становлення та розвитку. На цей процес безперечно впливають кардинальні зміни, які відбуваються на рівні економічної політики України та держав світу, яка сприяє поступовому поглибленню процесів глобалізації. Розвиток сьогодні є найважливішим завданням що стоїть перед людством. Але рушійні процеси економічного розвитку аж ніяк до кінця не зрозумілі. Проте історія розвитку економіки свідчить про те, що саме економічна політика й різні інституції відіграють вирішальну роль. Загалом можна стверджувати, що спостерігається поступове формування консенсусу на користь проринкового підходу до розвитку економіки. Ці висновки стосуються й процесів розвитку системи корпоративного управління, яка найбільшою мірою впливає на поведінку суб'єктів господарювання у формі відкритих акціонерних товариств, які в свою чергу виступають в сучасній економічній системі основою для формування виробничого та фінансового потенціалу будь-якої країни з ринковою економікою.

1. Бухвалов А.В. Корпоративное управление как объект научных исследований // Российский журнал менеджмента. – 2005. – Том 3, № 3.
2. Боб Трикер. XXI век – век Governance // Корпоративное управление. – Вып. 1. – М., 2006 (www.ncsg.ru).
3. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке: Пер. с англ. – М., 2004.
4. Енциклопедія корпоративного управління / Наук. ред. І.К. Бондар. – К., 2006. – Т. 2.
5. Король В.А. Проблеми управління фінансами відкритих акціонерних товариств // Фінанси України. – 2007.
6. Кукура С.П. Теория корпоративного управления. – М., 2004.
7. Розвиток корпоратизму і корпоративних відносин в економіці України / За ред. чл.-кор. НАН України В.І. Голікова; Ін-т економ. прогноз., 2002.
8. Чухно А.А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України // Економіка України. – 2001. – № 11.

Надійшла до редколегії 05.02.2008

ІННОВАЦІЙНИЙ ВИМІР ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У статті розкриваються проблеми впливу глобалізаційних процесів на структуру та якість відтворювальних процесів в національній економіці. Висвітлюється місце в цих процесах суб'єктів інноваційної сфери та узагальнюється вплив результатів їх функціонування на підвищення конкурентоспроможності країни в умовах глобалізації.

In article problems of influence globalization processes on structure and quality reproduction processes in national economy are opened. The place in these processes innovative sphere participants is covered and influence of their functioning results on increase of the country competitiveness in globalization conditions is generalized.

Постановка проблеми. Домінуючою тенденцією розвитку світового господарства на межі тисячоліть дедалі більше стає поглиблення інтернаціоналізації та глобалізації господарського життя країн, інтенсифікація міжнародних зв'язків на багаторівневій основі. Характер процесів, що відбуваються в його структурі, пов'язаний, насамперед, із нерівномірним опануванням різними країнами досягнення сучасного етапу науково-технічної революції. Звідси парадигма постіндустріального розвитку передбачає нову структуру світового господарства на основі таких нових критеріїв (технологічності, інформатизації, соціалізації та глобалізації господарських процесів) з виділенням трьох підсистем: країни, що будують постіндустріальне суспільство; країни, де переважає індустріальний тип розвитку і які включаються в систему нової світової моделі через мікро- та макроінтеграцію; країни доіндустріального рівня розвитку, які сьогодні знаходяться поза процесами глобальної трансформації. Країни з перехідною економікою у даній триаді посідають особливе місце, оскільки не вписуються повністю в жодну з зазначених підсистем, а фактично примикають до підсистеми з індустріальним типом розвитку, як такі, що водночас наділені окремими рисами постіндустріального суспільства. Глобальні трансформації зумовлюють зміну участі країн у структурі світового господарства, що вимагає від кожної з них розробки нового механізму взаємодії із метою подолання однобічної відкритості слабших перед сильними, недопущення ізоляваності постіндустріальної економіки, забезпечення сходження країн з перехідною економікою на більш високий щабель світової ієрархії. Саме тому приєднання України до європейських та світових інтеграційних процесів неможливе без врахування геополітичного чинника, що значною мірою визначається сьогодишнім станом економіки України та її подальшим розвитком, орієнтованим на інноваційну модель економічної трансформації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми формування інноваційної моделі, розвиток науково-технологічної сфери, управління інноваційною діяльністю та характер реалізації інноваційного процесу завжди були в колі особливої уваги вчених-економістів. Дослідженню інноваційних процесів присвячено праці Й.-А. Шумпетера, Г. Менша, П. Друкера, Б. Твісса, Б. Санто, В.-Д. Хартмана, Х.-Д. Хауштайна, Р. Солоу, Є. Тоффлера, Е. Менсфілда, Е. фон Хіппеля, Х. Барнета, В. Александрової, Ю. Бажала, П. Бєленького, Л. Бляхмана, Л. Гатовського, Г. Доброва, М. Долішнього, П. Завліна, С. Ільдеменова, С. Ільєнкової, О. Карлика, О. Кузьміна, Є. Лібермана, Д. Львова, Б. Малицького, О. Оксанича, Я. Плоткіна, І. Продіуса, Д. Черваньова, І. Школи, С. Ямпольського і інших.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Дослідження причинно-наслідкових зв'язків у контексті управління інноваційною діяльністю в умовах глобалізації потребують подальших досліджень.

Мета статті. Основною метою даної статті є розкриття особливостей інноваційного розвитку національної економіки в умовах глобалізації, вивчення і аналіз

переваг, недоліків та перспектив розвитку національної економіки з урахуванням науково-технологічної парадигми в глобальному вимірі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливості сучасного етапу інтернаціоналізації характеризується глобальними трансформаціями в структурі та динаміці світового господарства, розташуванні сил в геополітичному просторі і проявляється у становленні глобальної економічної моделі розвитку, яка базується на постіндустріальній парадигмі.

Світова економіка на сучасному етапі переживає процеси фундаментальної трансформації, зміст, природа та умови яких характеризується наступним: 1) зростанні усупільнення виробництва та обігу від національного рівня до регіонального та глобального; 2) інтернаціоналізація дедалі більше охоплює не тільки обмін, але й виробництво, 3) інституційною формою розвитку світової економіки виступають транснаціональні корпорації; 4) мають місце суттєві зрушення у структурі факторів виробництва, до яких сьогодні, окрім класичних, долучаються інформація, знання, інтелектуальний капітал, засоби зв'язку та інші [2].

Зростання відкритості національних економік, підвищення їх прозорості та значні зусилля міжнародних інститутів щодо лібералізації міжнародного порядку обумовили появу принципово нового явища – глобальної інтеграції фінансових ринків, які, на відміну від інших ринків, характеризуються прогресуючим зростанням, самодостатністю, здатністю впливати на економічну ситуацію окремих країн та регіонів світу. Глобалізація фінансової сфери підкріплюється розширенням засобів фінансової та ділової інформації на основі сучасних досягнень науково-технічного прогресу. В постіндустріальному суспільстві, яке сьогодні будують розвинені країни світу, інноваційний розвиток є постійною складовою економічного зростання, який підтримується також через міжнародну кооперацію між ними. Тому процеси глобалізації розгортаються переважно між країнами цивілізаційного центру, ці ж причини обумовлюють переважання в міжнародній торгівлі товарообороту між ними, з превалюванням високотехнологічних товарів та послуг.

У сучасних умовах глобалізації економічного життя розвинуті країни, де наука виконує роль головного економіко-відтворювального фактора, забезпечують свій розвиток за рахунок вдосконалення існуючих технологій, техніки та використання принципово нових наукових досягнень. Міжнародний технологічний та науковий обмін, трансфер інтелектуального потенціалу – одна з ознак нашого часу.

Економічна глобалізація та її сучасний бурхливий розвиток стали причиною перегляду сутності інтернаціоналізації на нинішньому етапі та стратегії економічної інтеграції. Інтернаціоналізація за своєю суттю – це структурований процес. Саме з причин техноеволуції, яка стимулюється економічною організацією життя, економіка постає не просто як працююча, але і як постійно еволюціонуюча система.

Разом з тим, глобальні трансформації мають дуалістичну природу, яка проявляється у їх наслідках для

країн світу: з одного боку, у зростанні позитивних можливостей (зменшення торгових бар'єрів, каталізація темпів економічного розвитку, глобальний розвиток телекомунікаційних технологій, зміцнення інституційного середовища світового ринку), з іншого – у зростанні певних загроз (антидемократичність, поглиблення технологічної поляризації та маржиналізації значної частини світу, посилення розриву між багатими та бідними країнами). Шляхами подолання негативного впливу глобалізації на сьогодні виступає: по-перше, регіональна інтеграція на чолі з розвиненими країнами світу; по-друге, нарощування нових факторів виробництва – інформаційних, технологічних, інтелектуальних ресурсів; по-третє, створення дієвого внутрішнього інституційного середовища.

Ключовою тенденцією сучасної інтернаціоналізації є транснаціоналізація, яка кількісно виявляється у зростанні чисельності міжнародних фірм і розширенні масштабів їх діяльності, а якісно – у формуванні внутрішньокорпоративних міжнародних ринків, які охоплюють переважну частину світових потоків товарів, послуг, капіталу і робочої сили. Саме це дає можливість розглядати транснаціоналізацію як другу детермінанту світового економічного розвитку.

Капітал, національний за належністю, перетворюється у міжнародний за сферою своїх інтересів і характером застосування. Окрім цього, транснаціоналізація поряд з промисловим охопила і банківський капітал, що веде до утворення потужних транснаціональних банків. Великий вплив на процес інтернаціоналізації потоків капіталу мають глобальні потреби людства, фінансова глобалізація, розвиток електронних спеціальних мереж, інтернет-платежів, віртуальних магазинів і врешті-решт віртуальної економіки. Інтернаціоналізація потоків капіталу являє собою зростання взаємозв'язку та взаємозалежності, взаємопроникнення і зрощення національних і міжнародних потоків капіталу, що проявляються як у створенні окремими компаніями господарських об'єктів в інших країнах, так і в розвитку міжнародних форм зв'язків і контактів між капіталами різних країн. Світові фінансові центри всюди вихоплюють з процесу відтворення найбільш однорідний і мобільний елемент – гроші та, вільно маніпулюючи ними, зосереджують у своїх руках величезну економічну силу. Інтеграція ж створила сприятливі умови для стрімкого поширення віртуальних грошей і кредитних зобов'язань, відірваних від реалій господарського життя, але які неминуче досить сильно впливають на господарські процеси.

Глобалізація супроводжується регіоналізацією економічної діяльності, яку вважають глобалізацією в обмежених масштабах, яка охоплює групу країн, що утворюють об'єднання, в яких відбувається більша чи менша лібералізація торгівлі, руху капіталу і людей в рамках відповідного інтеграційного угруповання. Регіональна інтеграція визріла як якісно нова, вища форма інтернаціоналізації господарського життя. Своєрідною моделлю, в якій яскраво проявляються векторно спрямовані переплетення глобалізації та інтеграції, є економічне середовище країн Європи та Європейського Союзу.

Нині глобалізація сприяє створенню нових регіональних інтеграційних утворень і еволюції у бік вищої інтеграційної цілісності старих. Світ поступово трансформується у простір глобальної взаємодії усіх його складових. Інтеграція є раціональною основою, яка прямує до узгодженості не шляхом диктату, а домовленостей, економічно-політичного діалогу і прагматичного спрямування загальних інтересів даного угруповання, регіону. Міжнародна інтеграція виступає як комплексне явище, що охоплює розвиток продуктивних сил і виробничих відносин. У цьому контексті основним є не лише

простий пошук джерел капіталу чи фінансових ресурсів, а розробка широкомасштабної взаємозв'язаної системної моделі. Основним завданням такої моделі є сприяння ефективній віддачі залучених коштів від моменту вибору, визначення пріоритетних напрямів вкладання капіталу, до механізмів забезпечення їх ефективності через прибутковість, підвищення продуктивності праці, значущості кожного господарюючого суб'єкта, а в подальшому – оздоровлення фінансового та соціально-економічного середовища в цілому.

У сучасних умовах економічної глобалізації питання вибору стратегії інтеграції є чи не найважливішим і найвідповідальнішим, і не лише для країн, що розвиваються, країн перехідної економіки, але й для високорозвинених. Такий висновок можна зробити із сучасних подій і трансформацій у світовому фінансовому середовищі: низка банківських злиттів, поглинань, укрупнень і на фоні цього інтеграція у зміцнені конгломеративні структури та переділ всередині таких структур, поглиблення спеціалізації, сфер впливу, ринків, тактики та стратегії ведення операцій – ЄС, АТЕС, НАФТА; біржових угруповань Europext¹ й інтеграції NYSE². Наміри про співпрацю в рамках інтегрованого ринку капіталів Europext та NYSE є першим кроком зламу стереотипів виключної регіональності сучасної інтеграції. Оскільки саме капітал, володіючи унікальними можливостями неприв'язаності до територіального поділу, робить можливим таку форму інтеграції як інтеррегіональну [4].

В результаті інтернаціоналізації економіка набуває якісно нового змісту, досягаючи таких масштабів, коли ми говоримо про формування глобально інтегрованої економіки. Більш інтегрована глобальна система вимагає підвищення ступеню цілісності політики, що проводиться, та заповнення серйозних прогалин, а існуюча міжнародна фінансова архітектура у свою чергу, потребує комплексного реформування та трансформовування з урахуванням геофінансових та гео економічних вимог.

Асинхронність та диспропорційність освоєння різними країнами новітніх технологій призводить до переміщення геополітичної ваги на терези лідерів світового високотехнологічного виробництва. Саме вони є носіями нової глобальної моделі, яка характеризується такими рисами як: інтелектуалізація, інноваційний характер, соціалізація та екологізація виробництва і середовища життєдіяльності. В рамках цієї моделі на основі нових критеріїв (рівень розвитку інтелектуального, соціального, фізичного, природного капіталу, рівень інтегрованості, демократичності, структура суспільства) виділяються три підсистеми. До першої відносяться країни, що будують постіндустріальне суспільство, до другої – країни, де переважає індустріальний тип розвитку і які включаються в систему нової світової моделі через регіональні інтеграційні угруповання, третя об'єднує країни доіндустріального рівня розвитку, які сьогодні знаходяться поза загальносвітовими процесами глобальної трансформації. Оцінка стану економічного, науково-технічного потенціалу підсистем дає підстави зробити такий прогноз щодо їх диспозиції у світовій економічній структурі на найближчі роки: країни, здатні до швидкого опанування та генерації інновацій, становитимуть відносно замкнений, самодостатній постіндустріальний центр (країни Тріади). Решта країн світу, які знаходяться на індустріальній (напівпериферія) та доіндустріальній (периферія) стадіях розвитку, буде стратифікована відповідно зі ступенем їх технологічної залежності, буде характеризуватися диференційованим доступом до технологій [3].

¹ Europext – об'єднання французької, голландської та бельгійської фондів бірж.

² NYSE – New-York Stock Exchange – Нью-йоркська фондова біржа.

У даній класифікації країни з перехідною економікою посідають особливе місце тому, що вони повністю не вписуються в жодну з названих підсистем, фактично вони примикають до другої підсистеми країн з індустріальним типом розвитку, водночас маючи окремі риси першої – постіндустріальної. По-перше, спільні риси перехідних економік визначає транзитивна основа їх політичного, економічного, соціального та інституційного середовищ з орієнтацією в перспективі на постіндустріальну парадигму розвитку в контексті провідної зовнішньої тенденції – глобалізації. По-друге, участь цих країн у світовому ринку технологій обмежується на сьогодні технологічним послідовництвом, в той же час у них наявні передумови для виходу у групу лідерів інноваційних процесів. По-третє, трансформації, що переживають на сучасному етапі перехідні економіки країн Центральної і Східної Європи та СНД, в повній мірі вписуються в загальносвітові трансформаційні процеси, хоча це відбувається після тривалої автаркії та десяти років економічних реформ. Більше того, залишення соціалізмом історичної арени певною мірою загальмувало настання кризових процесів у світовій економіці, обумовлених циклічністю її розвитку.

Перспективи розвитку перехідних економік пов'язуються з такою дилемою: ті з них, які будуть здатні швидко засвоїти принципи постіндустріальної моделі розвитку, у найближчому майбутньому опиняться серед користувачів переваг глобалізації, увійдуть до привілейованого центру світового цивілізаційного розвитку; доля тих, які відстануть, буде зведена до обслуговування потреб сильніших.

Економічний зміст сучасного етапу розвитку світової економіки можна охарактеризувати наступними рисами, які певним чином впливають на перебіг інноваційних процесів:

1. Досягнення такого рівня інтенсифікації суспільного виробництва, коли можлива економія всіх видів ресурсів одночасно: широка інтернаціоналізація виробництва дозволяє орієнтуватися на найдешевші ресурси при збереженні високого рівня якості продукту.

2. Зниження витрат суспільної праці за рахунок економії на різноманітності, оскільки виробництво орієнтується на конкретного споживача з його специфічними вимогами при збереженні високого рівня рентабельності, характерного для масового виробництва.

3. Принципова переоцінка ролі "людського фактору". Сучасне економічне зростання пов'язане з масовим новаторством на всіх репродуктивних стадіях, коли носієм новаторських ідей виступає людина, тобто розкриття творчих здібностей, інтелект, знання та досвід стають в сучасних умовах основним "товаром" робочої сили.

4. Структурні зміни світового масштабу, що характеризуються руйнуванням старих галузей і їх заміщенням новими, кризою перевиробництва, зростанням безробіття.

5. Глобальний характер багатьох науково-технічних, соціальних, екологічних проблем людства, який вимагає об'єднаних інноваційних і фінансових зусиль різних країн, спільних проектів для їх вирішення.

6. Інтернаціоналізація інноваційної сфери, і особливо сфери науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт; розширення і поглиблення міжнародної кооперації через створення специфічних умов – вільних економічних зон, спеціалізованих митних зон, спільних підприємств тощо.

7. Загострення конкуренції на світових ринках наукомісткої, інноваційної продукції в зв'язку із вступом в суперництво нових конкурентів – індустріально розвинених країн і країн, що розвиваються, в Азії (Гонконг,

Тайвань, Сінгапур, Південна Корея, Нова Зеландія, Китай і т.і.), Європі (Ізраїль, Греція, Турція, країни Східної Європи), Америці (Бразилія, Мексика).

8. Виникнення в світовій економіці нових ринків збуту інноваційної продукції внаслідок розпаду СРСР і блоку соціалістичної співдружності.

9. Принципова переоцінка екологічного фактора в життєдіяльності людей, і в тому числі, в інтелектуальній творчості.

10. Створення єдиного світового ринку науково-технічних знань і новітніх технологій (завдяки ІНТЕРНЕТу, іншим інформаційно-комунікаційним мережам) як нового економічного ресурсу.

11. Зміни в організаційних структурах інноваційного підприємництва (виникнення бізнес-інкубаторів, технопарків, технополісів, венчурного підприємництва) та створення його інфраструктури – фінансових (лізинг), юридично-консалтингових, інженерингових та аудиторських фірм.

12. Міжнародний трансфер технологій.

13. Надзвичайне зростання ролі держави в макроекономічному регулюванні ринкової економіки.

14. Об'єктивні зміни в суспільному економічному розвитку призвели до нової моделі розвитку економіки, для якої характерні принципово нові риси та пріоритети. Важливу роль в житті суспільства стали відігравати галузі, що базуються на так званих "високих технологіях", а також галузі, що безпосередньо задовольняють потреби людей. Виробництво стає більш зорієнтованим на специфічні потреби окремих індивідів, тобто на невеликі за місткістю ринки. Швидкі темпи модернізації життя людей призводять до зростання вимог щодо якості товарів та послуг, їх різноманітності. Відповідно, суспільство стає більш відкритим та сприйнятливим до інновацій як засобу досягнення необхідного різноманіття. Проходить переоцінка людського фактору в економіці: зростає роль творчих кадрів – людей, що володіють знаннями і є носіями нововведень в сфері організаційної, науково-технічної та екологічної культури.

Аналіз сьогодиншнього економічного стану галузей говорить про те, що вірогідним є поступове піднесення технологічного розвитку машинобудування, металургії та хімічної промисловості, де рівень рентабельності майже сталий, як і рівень прибутку. До того ж, у цих галузях промисловості найбільша кількість підприємств впроваджує нові технологічні процеси та засвоює нові види продукції, що також пов'язано з удосконаленням технологій. Також з відносно сталою рентабельністю працюють хіміко-фармацевтична, деревообробна та целюлозно-паперова промисловості.

І все ж таки, питання впровадження науково-технологічних розробок у виробництво в Україні ще залишаються невирішеними. Сьогодні понад 90 % продукції, яка виробляється в країні, не має сучасного науково-технічного забезпечення, що позначається на конкурентоспроможності і рентабельності більшості вітчизняних товарів. Фінансовий стан більшості виробництв не дозволяє їм впроваджувати нові технології, утримувати висококваліфікованих фахівців. За експертними оцінками через недовикористання сучасних досягнень науки і технологій у виробництві Україна втрачає щорічно 10 млрд. доларів США.

Досвід роботи технопарків, малих науково-впроваджувальних фірм, інших інноваційних підприємств свідчить про значні можливості нових інноваційних структур у вирішенні проблем впровадження.

Таким чином, є чітко окреслені орієнтири, є досвід роботи у сучасних умовах, розроблені підходи до реалізації інноваційної моделі розвитку економіки, але ми бачимо і недоліки.

Найбільш вагомими досягненнями у трансформаційному процесі вітчизняної економіки на сьогодні є: роздержавлення власності, поява недержавного сектору економіки (70 %) і прошарку приватних підприємств (55 % у ВВП), підвищення рівня економічної свободи, зародження національних ринків товарів, праці, капіталів, валюти, розширення зовнішньоекономічних зв'язків. Серед основних причин деформацій та повільних темпів ринкових реформ в Україні упродовж 90-х років визначено такі: відсутність національної концепції системних перетворень; недостатня глибина та обґрунтованість реформаційних заходів, їх непослідовне втілення в практику господарювання; первинна орієнтація на індустріальні та навіть доіндустріальні моделі економічного розвитку; недооцінка ролі держави в перехідний період; корумпованість влади; низький рівень менеджменту у державному та приватному секторах; нехтування стратегією на користь вирішення тактичних (кон'юнктурних) завдань тощо.

Вказані причини обумовили наявність негативних явищ у економічному та соціальному житті країни, що надало кризі перманентного характеру, як-то: низький рівень ринкової інфраструктури; формування у громадськості негативного образу реформ та високий ступінь суспільної недовіри; неефективна структура економіки індустріального типу з переважанням виробництва сировинних товарів та неринкових послуг; низька продуктивність праці; висока енергоємність та екологічна небезпечність виробництва з високим ступенем зносу; низький рівень інвестування в людський капітал; низький рівень платіжної дисципліни; збільшення боргового навантаження на економіку; висока диференціація населення за рівнем доходів; катастрофічні втрати конкурентних переваг у галузі високих технологій через ігнорування необхідності спрямування масованих зусиль на підтримку фундаментальної науки; неефективна структура зовнішньої торгівлі; вплив умов та капіталів з України; незначний ступінь інтернаціоналізації економічних, політичних, технологічних, наукових, соціальних та культурних процесів.

Україна володіє великими науково-технічними можливостями, щоб активно підключитися до світової трансформації, однак, вона не зуміла досягти високих темпів зростання. Зрозуміло, що Україна стане процвітаючою державою тільки тоді, коли вона зможе комплексно і ефективно освоїти в своїх інтересах території та ресурси, якими володіє. Але зробити це надзвичайно важко у ролі аутсайдера світогосподарських зв'язків, і тому надзвичайно актуальним стає питання тісної економічної і технологічної співпраці з розвинутими країнами, її входження до міжнародних науково-технічних потоків, що вимагає від України модернізації вітчизняного виробництва, забезпечення конкурентоспроможності основних галузей промисловості. Значною мірою це обумовлено необхідністю формування ефективного механізму реалізації інноваційного потенціалу. Зниження обсягів державного фінансування науково-дослідних робіт в роки розбудови незалежної держави призвело до ослаблення традиційних підприємств інноваційного сектору економіки – науково-дослідних та проектно-технологічних інститутів, конструкторських бюро та лабораторій вищих навчальних закладів. Новостворені альтернативні інноваційні структури (невеликі науково-технічні, науково-виробничі, проектні фірми, інженерні центри тощо) в умовах скорочення платоспроможного попиту на інноваційну продукцію і низької інвестиційної активності мають фінансові та організаційні труднощі, що гальмують їх діяльність. Венчурне підприємництво, яке в повоєнний період в США та країнах Західної Європи було одним з головних факторів бурхливого роз-

витку галузей високих технологій, в Україні знаходиться на стадії становлення. Для виходу з кризи необхідно змінити технологічну парадигму і надати економічному розвитку інноваційного характеру.

Нова модель економічного зростання, що ґрунтується на інноваційному типі розвитку, передбачає зміну самого поняття науково-технічного прогресу і науково-технічного розвитку. З'являються нові пріоритети: добробут, інтелектуалізація виробничої діяльності, використання високих і інформаційних технологій, екологічність. Ця модель потребує нової фінансово-кредитної політики, ефективного стимулювання інновацій, розвитку наукоємних та скорочення природоексплуатуючих галузей – на макрорівні; зміни типу підприємницької діяльності, активного залучення до виробництва дрібного та середнього приватного бізнесу – на мікрорівні. Характерною ознакою нової моделі економічного зростання є широкий розвиток венчурного підприємництва, залучення ризикового капіталу до фінансування інноваційного бізнесу.

Основним завданням розвитку економіки України в цих умовах є трансформація моделі економічного зростання – перехід до інноваційного типу розвитку з метою завершення структурної перебудови економіки і прискорення темпів економічного зростання, досягнення високої конкурентоспроможності на світовому ринку шляхом забезпечення відновлення продукції і технологій, збільшення експорту високотехнологічної продукції в його загальній структурі, поступового забезпечення необхідних темпів імпортозаміщення, розумного використання всіх необхідних ресурсів.

Висновки і перспективи подальших розробок. Важливим напрямом при формуванні та впровадженні моделі інноваційного розвитку в умовах глобалізації є концентрація наукового потенціалу на вирішення найбільш актуальних науково-технічних проблем, а також застосування тих технологій, що найбільшою мірою підготовлені до використання у виробництві. А тому, стратегічною метою економічних перетворень в Україні має стати інноваційний розвиток, який може бути реалізований тільки на основі структурної перебудови економічних галузей, технологічного оновлення промисловості та аграрного сектора при широкому використанні перспективних технологій.

Інноваційний розвиток передбачає перенесення акценту з традиційних науково-технічних рішень на використання принципово нових прогресивних технологій, а також перехід до випуску високотехнологічної продукції, здійснення нових організаційних форм діяльності, таких як: технопарки, бізнес-інкубатори, проведення політики ресурсо- та енергозбереження.

Успішність реалізації завдань, що стоять перед країною сьогодні, потребують посилення державного регулювання зовнішньоекономічних відносин, що, як показало дослідження проблем глобалізації, не суперечить тенденції лібералізації цих відносин, які відбуваються скоріше в чітко регламентованому полі правил та процедур. Незважаючи на вкрай обмежені на глобальному рівні геостратегічні можливості України, внаслідок ослаблення її економічного, політичного, ядерно-військового значення, глобальні трансформації передбачають новий тип конкурентоспроможності, а саме, на технологічній основі. Тому пріоритетними напрямками вітчизняної зовнішньоекономічної політики слід вважати розвиток високотехнологічного експорту, цілеспрямовану раціоналізацію імпорту, оптимізацію фінансово-інвестиційних потоків та інтенсифікацію інтеграційних програм в руслі європейського вибору України.

– № 12. – [Електронний ресурс: www.nbuv.gov.ua]. 2. *Долішній М., Козоріз М.* Національна економіка в умовах глобалізації // Вісник НАН України. – 2002. – № 3. – [Електронний ресурс: www.nbuv.gov.ua]. 3. *Кутюков А.М.* Глобалізація світових фінансових ринків та її вплив на фінансові стратегії транснаціональних корпорацій // Стратегія економічного розвитку України : Наук. збір. – К.: КНЕУ, 2001. – Вип. 4. 4. *Луцишин З.О.* Формування новітньої архітектури світопорядку (на прикладі світової валютно-фінансової системи) // Матеріали міжнародної конференції "Університет – міжнародні відносини – Юнеско" (5–6 грудня 2002 р.). – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Інститут міжнародних відносин. – 2002. – Вип. 37 (Ч.І). 5. *Луцишин З.О.* Трансфор-

мація світової фінансової системи в умовах глобалізації. – К.: Видавництво "ДРУК", 2002. 6. *Мяких О.В.* Теорії глобалізації: зміст і основні напрями еволюції // Матеріали міжнародної науково-методичної конференції "Еволюція економічного розвитку та економічних теорій" (проблеми дослідження та викладання) (26–27 квітня 2000). – К.: КНЕУ, 2000. 7. *Одотюк І.В.* Основні фактори прискорення інноваційного розвитку економіки України // Проблеми науки. – 2000. – № 4. 8. *Пахомов Ю.* Україна і виклики глобалізації // День. – № 139, вівторок 7 серпня 2001 р. 9. *Чухно А.* Цивілізаційні засади економічної політики в Україні // Вісник НАН України. – 2001. – №3. – [Електронний ресурс: www.nbuv.gov.ua].

Надійшла до редколегії 03.02.2008

О. Жилінська, канд. екон. наук, доц.,
Д. Коломоєць, асп.

ІНСТИТУЦІЙНИЙ ПІДХІД У ДОСЛІДЖЕННІ ПРОБЛЕМ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Обґрунтовано можливості застосування методичного інструментарію нової інституціональної економічної теорії щодо проблем інноваційного розвитку та здійснено аналіз якісних характеристик головного суб'єкта інноваційного процесу – споживачів інновацій.

The article deals with the problem of using methodical instruments of new institutional economic theory to the problems of innovation development. The authors analyse quality characteristics of innovations' customers.

Постановка проблеми. Актуальність досліджень проблем інноваційного розвитку набуває особливої ваги за умов переходу до якісно нового етапу розвитку економіки України. В умовах вичерпності екстенсивних факторів економічного зростання, інноваційний розвиток національної економіки є безальтернативним, тільки на його основі в умовах жорсткої конкуренції можливе формування конкурентних переваг, забезпечення високого рівня конкурентоспроможності національної економіки загалом та вітчизняних суб'єктів господарювання зокрема. Зростання значення інноваційного вибору України обумовлюється тією обставиною, що участь нашої країни в євроінтеграційних процесах буде ефективною тоді, коли базуватиметься на втіленні інноваційної моделі національної економіки. Серед проблем, які потребують першочергового вирішення на макроекономічному рівні, особливо нагальною постає проблема адекватного інституційного забезпечення розвитку національної економіки на інноваційній основі. Адекватне інституційне забезпечення здатне не лише створити, але й ефективно використати та постійно відтворювати інноваційний потенціал національної економіки задля досягнення високих рівнів соціально-економічного зростання і добробуту населення. Разом з тим дослідження проблем інституційного забезпечення інноваційного розвитку перебуває поки що в постановочній, а не в практичній площині.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання, пов'язані із дослідженням різних аспектів інноваційного розвитку, неодноразово ставилися в економічній літературі. Серед вітчизняних науковців означена проблематика розглядається у роботах В. Гейця, Б. Кваснюка, В. Семиноженка (роботи [2], [17]), О. Єгорова [7], В. Осецького [15] й ін. Дослідження проблем інноваційного розвитку відбувається здебільшого із застосуванням системного та економіко-статистичного підходів ([16], [17]), окремі роботи базуються на положеннях еволюційної теорії ([7]). При цьому у вітчизняній літературі бракує робіт з проблем інноваційного розвитку, де було б застосовано аналітико-дослідницький потенціал інституціоналізму (наведемо приклади лише окремих досліджень [6]). Хоча, як зазначає провідний дослідник проблем інституціоналізму у вітчизняній економічній науці Т. Гайдай, "інституційний підхід, на противагу "ринковому фундаменталізму", дозволяє повніше враховувати у стратегії трансформаційних зрушень взаємозв'язок економічних, соціальних, політичних, правових та інших складових системних перетворень, а також їх вплив на суспільну та індивідуальну свідомість, психологію, етику та мораль" [1; с. 66]. Інструментарій інституціоналізму у розробці проблем науки та іннова-

цій здебільшого застосовують російські дослідники (див. роботи [9], [12], [13], [14], [18], [20]), значну увагу інститутам у розробці проблем сталого розвитку приділяють і міжнародні організації, зокрема Світовий банк ([4], [5]), Всесвітній економічний форум (WEF) тощо.

Невирішені раніше частини загальної проблеми.

Обґрунтування необхідності інноваційного розвитку національної економіки здійснено у численних роботах вітчизняних економістів, проведено значну кількість наукових та науково-практичних конференцій, парламентських слухань, ухвалено певні нормативно-правові основи розвитку національної економіки на інноваційних засадах. Разом з тим з року в рік спостерігається зменшення питомої ваги інноваційно активних підприємств: якщо у 2000 р. серед промислових підприємств інноваційно активним було кожне п'яте вітчизняне підприємство, у 2003 р. – кожне шосте, то у 2006 р. – лише кожне дев'яте, при цьому частка підприємств, що мали витрати за такими напрямками як дослідження і розробки (ДіР) скоротилася за цей період у понад півтори рази: від 4,6 % до 2,9 % [11, с. 193]. У той же час обстеження Всесвітнього економічного форуму переконливо доводять, що головні складові інноваційного розвитку, що забезпечують високі темпи економічного зростання у середньостроковій перспективі, – це інституційні та макроекономічні умови сприяння або гальмування інноваційної діяльності. Україна посідає одне із заключних 20 місць у рейтингу, особливо низьким є рейтинг вітчизняних державних інститутів. Отже, поглибленого аналізу потребують не лише виявлення причин зниження інноваційної активності вітчизняних підприємств, але й теоретичні засади, методичний інструментарій дослідження проблем інноваційного розвитку з урахуванням дослідницько-аналітичного потенціалу нової інституціональної економічної теорії.

Мета статті. Автори статті поставили за мету обґрунтувати можливості застосування методичного інструментарію нової інституціональної економічної теорії щодо проблем інноваційного розвитку та здійснити із його застосуванням аналіз якісних характеристик головного суб'єкта інноваційного процесу – споживачів інновацій.

Виклад основного матеріалу. У межах неінституційного напрямку дослідники оперують такими концепціями як обмежена раціональність, інститути, організації, права власності, трансакції та трансакційні витрати, опортуністична поведінка, механізми управління угодами, специфічність активів, неповні угоди, фундаментальна трансформація, приватний порядок залягодження конфліктів, договірні обов'язки, широкого використання набули такі категорії, як угоди, права власності та їх специфікація, зовнішні ефекти, асиметрична інформація тощо.

Серед головних модифікацій теоретичних принципів дослідження традиційного інституціоналізму та ортодоксальної неокласики у межах становлення неoinституціоналізму як міждисциплінарного синтезу цих наукових напрямів дослідники виділяють наступні [1, с. 64]:

- ✓ доведення існування особливих витрат обміну, а саме трансакційних витрат, під якими розуміються витрати на здійснення ринкових трансакцій – угод, контрактів чи актів обміну між суб'єктами господарювання;
- ✓ визнання неповноти і доступності інформації на наявності витрат на її здобуття;
- ✓ формування теорії прав власності і доведення множинності і розгалуженої структурованості прав власності;
- ✓ розробка припущень щодо обмеженої раціональності та опортуністичної поведінки ринкових суб'єктів.

Відповідно до головних положень неoinституціоналізму інститути мають велике значення з т. з. як ефективності розміщення ресурсів, економічного розвитку, так і розподілу обмежених ресурсів (багатства) між економічними агентами, що приймають рішення. Під інститутами розуміється сукупність формальних і/або неформальних правил, що створюються людьми, а також механізмів, які забезпечують дотримання цих правил. Система інститутів має багаторівневий характер, де розрізняються інституційне середовище й інституційні погодження [20, с. 27]. За визначенням Світового банку інститути – це правила й організації, у т.ч. неформальні норми, що координують поведінку людини. Головні функції інституційного середовища визначаються як сприйняття сигналів про потреби і проблеми (генерування інформації, надання громадянам можливостей для вираження інтересів, стимулювання пізнання), узгодження інтересів шляхом обговорення змін, досягнення згоди та запобігання конфліктам, реалізація рішень відповідно до угод. Інститути при стабільності їх функціонування мають реагувати на широкий спектр довгострокових змін (на майбутні 50 років), серед яких: урбанізація, технологічний прогрес, нові суспільні цінності, нові умови доступності екологічних і природних ресурсів, більш тісні міжнародні зв'язки [4, с. 37].

Чи може бути використано аналітико-дослідницький потенціал інституційного підходу до вивчення проблем інноваційного розвитку? Питання у цій площині уже ставилося у літературі, йдеться про те, як трансакційні витрати пов'язані із нововведеннями [20, с. 34]. За Й. Шумпетером це "нові комбінації" – ключовий засіб економічного розвитку [21]. Як правило, при розгляді проблем інноваційного розвитку об'єктом дослідження виступають організації, які створюють і комерціалізують нововведення, а не споживачі – ті економічні агенти, для яких вони створюються і які привласнюють певні вигоди від їх споживання. Обставини, що дозволяють обрати методичний інструментарій неoinституціоналізму для дослідження проблем інноваційного розвитку з позицій розгляду головного суб'єкта інноваційного процесу – споживача, на наш погляд, полягають у наступному:

1. Теза щодо обмеженої раціональності справедлива при розгляді споживача інновацій з огляду на обмеження внутрішніми і зовнішніми факторами намагань індивіда до максимального задоволення його потреб. Внутрішнім фактором виступає здатність індивіда до пізнання та самопізнання, оскільки окрім п'яти головних потреб людини: "фізіологічні потреби", "потреби у безпеці", "потреби у соціальному спілкуванні та любові", "потреби у самоповазі", "самоактуалізація, або потреби у здійсненні", що відомі як піраміда потреб Маслоу, існують і такі ключові потреби людини як потреба в інформації (пізнанні) і потреба у самопізнанні. Потреба людини в інформації реалізується через діяльність по її збору, практично

будь-який вид діяльності може вважатися процесом формування і розвитку самостійної інформаційної системи. З таких позицій потреба в інформації виступає ключовою, всі ж інші потреби є засобом задоволення цієї головної потреби. Потреба у самопізнанні (самопоясненні) витікає із того, що людина, будучи частиною всесвіту, не володіє всією повнотою інформації, а, значить, і знання [8, с. 36]. За образним висловлюванням Людвіга фон Мізеса, "людина позбавлена всезнання" [9, с. 11]. Йдеться про перетворення "*homo economicus*" на "*homo informaticus*", що передбачає два взаємообумовлені процеси: опанування людиною знаннями про всесвіт і про саму себе, які розпочинаються з нуля від моменту народження і тривають упродовж її життя. Людина як споживач різноманітних благ виступає окремою інформаційною системою, яку складають особисті дані.

2. Інформація про особисті дані (приватна інформація) має велику цінність для підприємств, але споживачі не зацікавлені в її розголошенні. Приватна інформація про кожну людину як споживача, хоча й має певні спільні ознаки, все ж може бути визначена як унікальна. Це об'єктивно зумовлює ситуацію, відому як асиметричність в розподілі інформації, коли частина учасників ринку володіє інформацією, якою не володіють інші заінтересовані особи [3, с. 86]. Отже, людина не володіє повнотою інформації не лише щодо всесвіту, але й щодо самої себе. Інформація, якою людина володіє про себе і яку вона здобуває у процесі самопізнання, стає в подальшому основою для задоволення потреб, які ми вважатимемо усвідомленими. Проте певні особисті дані на різних етапах самопізнання є невідомими для особистості, їх наявність у людини також формує потреби, які ми вважаємо неусвідомленими. Нові товари і послуги, в яких уречевлені наукові і технічні знання, актуалізують потреби як пізнання, так і самопізнання людини, у результаті споживання цих благ людина розвивається як інформаційна система. Такий розвиток споживача як інформаційної системи дозволяє скорочувати у подальшому трансакційні витрати вибору благ і послуг, які можуть задовольнити ті потреби споживачів, що переходять із категорії неусвідомлених до категорії усвідомлених. Наявний у певний період часу рівень інноваційності товарів і послуг, обумовлений можливостями певного технологічного базису в країні щодо уречевлення нових наукових і технічних знань, виступає зовнішнім фактором намагань індивіда до максимального задоволення його потреб.

3. Діяльність людини як споживача спрямована на задоволення потреб, які за нормальних умов є необмеженими, і не існує артефактів, які би повністю задовольнили будь-які індивідуальні чи суспільні потреби, так само як не існує довершених артефактів [8; с. 72]. Задоволення потреб відбувається через придбання широкого переліку товарів і послуг, які продукуються чи надаються різними суб'єктами господарювання, що провадять різні види економічної діяльності, або через власну самодіяльність споживачів (наприклад, задоволення рекреаційних потреб можливе через використання послуг туристичного оператора, а можливе через самоорганізацію відпочинку т.зв. "дикий" відпочинок). У такому контексті цінність будь-яких знань, в т.ч. наукових і технічних, полягає в тому, що вони дозволяють розкрити неусвідомлені потреби людини, зокрема і як споживача, та шляхи їх задоволення через придбання і споживання нових товарів і послуг, які пропонуються на ринку суб'єктами господарювання, що, в свою чергу, виступають результатами їх інноваційної діяльності. Уперше в науковій літературі на цей аспект звернув увагу Й. Шумпетер: "новації в економіці, як правило, проваджуються не після того, як спочатку у споживачів стихійно виникнуть нові потреби і під їх тиском відбудеться переорієнтація виробничого апарату <...>, а тільки тоді, коли

саме виробництво прищепить споживачеві нові потреби" [21, с. 132]. Цінність знань, втілених у нових товарах і послугах, полягає, на нашу думку, у зменшенні інформаційної асиметрії для самого споживача, коли неусвідомлені потреби не лише переходять до розряду усвідомлених, але пропонуються шляхи їх задоволення – через вибір серед усіх товарів і послуг на ринку інноваційної продукції та її споживання. У такий спосіб людина розвивається як інформаційна система. Варто зауважити, що нові товари і послуги завжди виступають формою уречевлення нових знань, проте лише частина з них виступає уречевленням власне наукових і технічних знань, вони характеризуються як наукомісткі товари і послуги, це такі блага, де втілено передусім результати ДіР.

Розвиток людини як інформаційної системи, таким чином, можна охарактеризувати інтелектуалізацією її потреб як на рівні індивідуального споживача, що має високий освітній рівень та очікує нових продуктів і послуг із високими наукомісткими характеристиками, підприємства – організації, що сьогодні все більше розглядається як фабрика знань, потребуючи наукомістких технологій і нових знань, так і всього суспільства.

4. Значний вплив на споживача, окрім освітнього рівня, мають культурні цінності, оскільки вони являють собою ті правила поведінки, що є набутими, на відміну від спадкових, таких, які передаються генетично. Згідно з класифікацією правил поведінки В. Ванберга набуті правила поведінки передаються саме через культуру. Такі правила поведінки, в свою чергу, поділяються на особисті та соціальні – неформальні, що закріплені звичаями, традиціями й т.д., і формальні, закріплені у правових нормах [13, с. 9]. Цей аспект в актуалізації потреб людей у самопізнанні підкреслює С. Ханнінгтон у роботі "Зіткнення цивілізації і перетворення світового порядку" (1996) – при становленні багатополосного світу після закінчення "холодної війни", коли головні відмінності між людьми та народами мають не ідеологічний, не політичний, не економічний, а культурний характер, люди і нації намагаються відповісти на найголовніше питання: хто ми такі? [19, с. 532].

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, автори дійшли висновку про адекватність застосування методичного інструментарію нової інституціональної економічної теорії у дослідженні проблем інноваційного розвитку, передусім у випадку, коли об'єктом дослідження виступають споживачі інновацій. У результаті проведеного аналізу з'ясовано, що для споживачів також притаманна характеристика обмеженої раціональності в їх діяльності як економічних агентів під впливом обмежень внутрішніх та зовнішніх факторів. Дія внутрішніх факторів обмежень обумовлена тим, що людина є інформаційною системою, розвиток якої відбувається унаслідок задоволення таких потреб як потреби у пізнанні і потреби у самопізнанні. Чим нижчим є рівень розвитку інформаційної системи, тим вищими трансакційні витрати вибору товарів і послуг для задоволення всіх категорій потреб, які таким чином розглядаємо як неусвідомлені. Чим вищим є рівень

розвитку інформаційної системи індивіда як споживача, рівень самоусвідомлення його потреб, тим більше актуалізуються його неусвідомлені потреби, що переходять до категорії усвідомлених, такий перехід автори розглядають як прояв зменшення інформаційної асиметрії між двома категоріями економічних агентів: споживачами та підприємствами. Це, в свою чергу, дозволяє зменшувати трансакційні витрати вибору споживчих товарів і послуг. Інноваційні товари і послуги, що надаються і пропонуються на ринку іншими економічними агентами – інноваційно активними організаціями, створюють умови для підвищення рівня розвитку споживача як інформаційної системи, що можна охарактеризувати як всезростаючу інтелектуалізацію потреб. Така теза дозволяє розглядати дві моделі інноваційного процесу "market pull" та "technological push" як взаємодоповнюючі, а не альтернативні. Зовнішні фактори обмежень раціональної поведінки споживачів мають в своїй основі базуються на досягнутому рівні технологічного розвитку інноваційно активних організацій у певній країні, що долається через активізацію зовнішньоторговельних зв'язків, та відмінностями у культурних цінностях, які також можуть бути нівельовані у процесі формування культури глобального суспільства.

1. Гайдай Т. Неоінституціоналізм та його аналітично-дослідницький потенціал // Економіка України. – 2003. – № 9.
2. Гець В.М., Семиноженко В.П. Інноваційні перспективи України. – Х.: Константа, 2006.
3. Довбенко М. Нобелівська нагорода за розробку теорії асиметричної інформації // Економіка України. – 2003. – № 10.
4. Доклад о мировом развитии 2003 года. Устойчивое развитие в меняющемся мире. Преобразование институтов, рост и качество жизни: Пер. с англ. – М.: Изд-во "Весь мир", 2003.
5. Доклад о мировом развитии 2006. Справедливость и развитие: Пер. с англ. – М.: Изд-во "Весь мир", 2006.
6. Институційні основи інноваційного розвитку економіки: Навч. пос. / За заг. ред. В.Є. Новицького. – К.: КНТ, 2008.
7. Егоров И.Ю. Наука и инновации в процессах социально-экономического развития. – К.: ИВЦ Госкомстата Украины, 2006.
8. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития / Под ред. В.М. Аньишина, А.А. Дагаева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2006.
9. Менеджмент технологических инноваций / Под ред. С.В. Валдайцева, Н.Н. Молчанова. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2003.
10. Мизес Л. фон. Человеческая деятельность: трактат по экономической теории: Пер. с 3-го испр. англ. изд. – Челябинск: Социум, 2005.
11. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: Стат. зб. / Держкомстат. – К., 2007.
12. Олейник А.Н. Институциональные аспекты социально-экономических трансформаций. – М.: Эк-й ф-т МГУ, ТЕИС, 2000.
13. Олейник А.Н. Институциональная экономика: Уч. пос. – М.: ИНФРА-М, 2002.
14. Ольсевич Ю., Мазарчук В. О специфике экономических институтов социальной сферы // Вопросы экономики. – 2004. – № 5.
15. Осещкий В.Л. Инвестиции та інновації: проблеми теорії та практики: Монографія. – К.: ІАЕ УААН, 2003.
16. Соловьев В.П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике (Синергетические эффекты инноваций). – К.: Феникс, 2004.
17. Стратегічні виклики ХХІ століття суспільству та економіці України: В 3 т. Т. 2: Інноваційно-технологічний розвиток економіки / За ред. акад. НАНУ В.М. Гейця, акад. НАНУ В.П. Семиноженка, чл.-кор. НАНУ Б.Є. Кваснюка. – К.: Фенікс, 2007.
18. Тамбовцев В.Л., Елисеев А.Н., Макарова Н.Н. Институциональный анализ науки. – М.: Эк-й ф-т МГУ, ТЕИС, 1997.
19. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций и преобразование мирового порядка // Новая постиндустриальная волна на Западе / Под ред. В.Л. Инноземцева. – М.: Academia, 1999.
20. Шаститко А. Предметно-методологические особенности новой институциональной экономической теории // Вопросы экономики. – 2003. – № 1.
21. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Эксмо, 2007.

Надійшла до редколегії 13.02.2008

В. Кравченко, канд. екон. наук, доц.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ РИЗИКАМИ: СУТНІСТЬ ТА СУЧАСНА МЕТОДИКА

В статті досліджені проблеми управління підприємницькими ризиками. Показано, що низька інноваційна активність підприємств у значительній мірі об'являється відсутністю сучасної методики управління підприємницькими ризиками. Раскрыта сущность предпринимательских рисков и управления ними. Изложена схема разработки Программы управления рисками.

Problems of the enterprise risk management are investigated in the article. To a great extent low innovative activity of the Ukrainian enterprises is explained by the absence of the modern risk management methods. The essence of enterprise risk management is shown. The framework of the development of the risk management program is shown.

Постановка проблеми. Одне із головних завдань сучасного етапу соціально-економічного розвитку Украї-

ни полягає у побудові інноваційно-інвестиційної моделі розвитку її економіки [1, с. 801 – 868]. Ця мета є однією

із небагатьох, стосовно якої дійшли згоди як різні гілки влади, – Президент, Уряд та Верховна Рада, так і головні політичні сили країни. Вагомий внесок в розбудову інноваційно-інвестиційної моделі має внести малий та середній бізнес, адже саме він, як свідчить світова практика, є легкодоступним та невичерпним фактором інноваційного розвитку суспільства. Зокрема, в Європейській хартії малих підприємств зазначено, що "мали підприємства є становим хребтом європейської економіки. Вони є ключовим фактором створення робочих місць та сприятливою основою для розвитку бізнесу ... Малий бізнес має розглядатися в якості головного фактору інновацій та зайнятості, а також соціальної інтеграції в Європі" [2, р.1].

На жаль, інноваційна активність вітчизняних підприємств взагалі, та київських зокрема, знаходиться на надзвичайно низькому рівні. Так, згідно з даними Головного управління з питань регуляторної політики та підприємництва КМДА технологічні інновації в 2005 році здійснювалися тільки на 366 підприємствах із більш, ніж 52 тис. малих підприємств, зареєстрованих в м. Києві [3, с.16]. Опитування підприємств, проведене в 2005 році, засвідчило, що саме невміння застосовувати сучасні, науково обґрунтовані підходи до управління інноваційними ризиками слугує однією із головних причин небажання підприємств займатися інноваціями. Аналіз показує, що проблеми в сфері управління підприємницькими ризиками, перш за все викликані відсутністю практичної методики управління ними, адаптованої під реалії сучасної української економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Певні теоретичні аспекти управління підприємницькими ризиками знайшли своє відображення в працях вітчизняних та закордонних вчених-економістів. Вони досліджують сутність управління ризиками, показують її складові як певної системи, визначають методи управління ризиками та пропонують окремі конкретні елементи управління підприємницькими ризиками [4].

Найбільш повно методичні питання управління підприємницькими ризиками викладені в наступних документах: Австралійсько-новозеландському стандарті з ризик-менеджменту AS/NZS 4360:2004 [5], Стандарті з ризик-менеджменту Федерації європейських асоціацій з ризик-менеджменту [6] та в Комплексних основах ризик-менеджменту в рамках всієї компанії, розроблених американським Комітетом організацій-засновників Національної комісії із вивчення шахрайства в області фінансової звітності [7]. В цих документах, які підготовлені фахівцями авторитетних національних і міжнародних організацій, докладно прописані певні правила та норми стосовно управління ризиками в рамках підприємств та організацій.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Проте, ефективному використанню цих нормативних документів для управління ризиками на українських підприємствах заважає те, що вони призначені для використання в основному в великих компаніях, досвідчені фахівці яких володіють всім арсеналом сучасних методів ризик-менеджменту. Вітчизняні підприємства потребують певної адаптації цих документів.

Мета статті. Цілі статті полягають у викладені сутності підприємницького ризику, управління підприємницькими ризиками та сучасної методики управління підприємницькими ризиками, яка дозволяє суттєво підвищити ефективність підприємницької діяльності на українських малих та середніх підприємствах.

Виклад основного матеріалу. Перш за все зазначимо, що *підприємницький ризик*, – це комбінація 1) події, пов'язаної з діяльністю підприємства і яка впливає на нього, 2) імовірності цієї події та 3) її наслідків, що уне-

можливають досягнення запланованих цілей і в остаточному підсумку позначаються на доходах підприємства.

Практичним, як показує досвід консалтингової діяльності, є використання наступної формули підприємницького ризику: ризик невиконання конкретного завдання того або іншого підрозділу підприємства внаслідок можливої події.

Управління підприємницькими ризиками (ризик-менеджмент) – це управління підприємством в цілому або окремими його підрозділами з урахуванням факторів ризику (тобто випадкових подій, що впливають на підприємство) на основі особливої процедури їх виявлення й оцінки, а також вибору і використання ефективних методів нейтралізації наслідків цих подій, обміну інформацією про ризики і контролю результатів застосування цих методів.

Основу методики управління підприємницькими ризиками складає розробка та реалізація наступних документів: Декларації з управління ризиками та Програми управління ризиками.

Декларація з ризик-менеджменту виражає філософію компанії стосовно управління ризиком. У ній слід окреслити розмежування повноважень між різними структурними одиницями, зазначити, хто відповідає за певні аспекти управління ризиком тощо.

Наявність чіткої Декларації надає компанії наступні переваги. По-перше, її розробка фокусує увагу керівництва на питаннях управління ризиками, тому що топ-менеджмент вимушений неоднозначно заявити свою позицію стосовно ризиків, з якими зіштовхується компанія та донести її до всіх інших співробітників. По-друге, Декларація допомагає в підготовці планів, потребуючи внесення в них відомостей про те яким саме чином (операційно та організаційно) компанія буде реалізовувати поставлені завдання в сфері ризик-менеджменту. По-третє, Декларація покладає обов'язки по управлінню ризиками на цілком конкретні посади, що дозволяє уникнути безвідповідальності робітників компанії та налагодити дисципліну. По-четверте, Декларація сприяє обговоренню питань управління ризиками в усіх підрозділах компанії в ході контактів ризик-менеджера з їх співробітниками.

Найважливішим документом в сфері ризик-менеджменту є Програма управління ризиками (ПУР). Вона складається з наступних основних елементів: резюме для вищого керівництва; опис бізнесу компанії; стратегічні і тактичні цілі компанії; фактори ризику компанії; оцінка ризику: наслідки та ймовірність; карта ризиків; методи впливу на ризики; економічна ефективність управління ризиками; додатки.

Для того, щоб скласти ПУР необхідно послідовно пройти кілька етапів: визначити контекст ризиків; виявити і проаналізувати фактори ризиків; оцінити ймовірність і наслідки від дії факторів ризику; виробити заходи впливу на ризики; оцінити економічну ефективність управління ризиками (рис. 1).

Установлення контексту ризику – на цьому етапі визначають стратегічні і тактичні цілі компанії, з'ясовують величину збитків в попередньому році.

Аналіз ризику – етап, мета якого одержати потрібну інформацію про структуру, властивості об'єкта і наявні ризики. Зібраної інформації має бути достатньо для того, щоб приймати адекватні рішення на наступних стадіях. Аналіз передбачає з *виявлення* ризиків (іноді кажуть – факторів ризиків, тобто певних подій та обставин) і їх *оцінку*. Виявляючи ризики (якісна складова), визначають усі ризики, властиві досліджуваній системі. Головне тут – не пропустити важливих обставин і докладно описати всі істотні ризики.

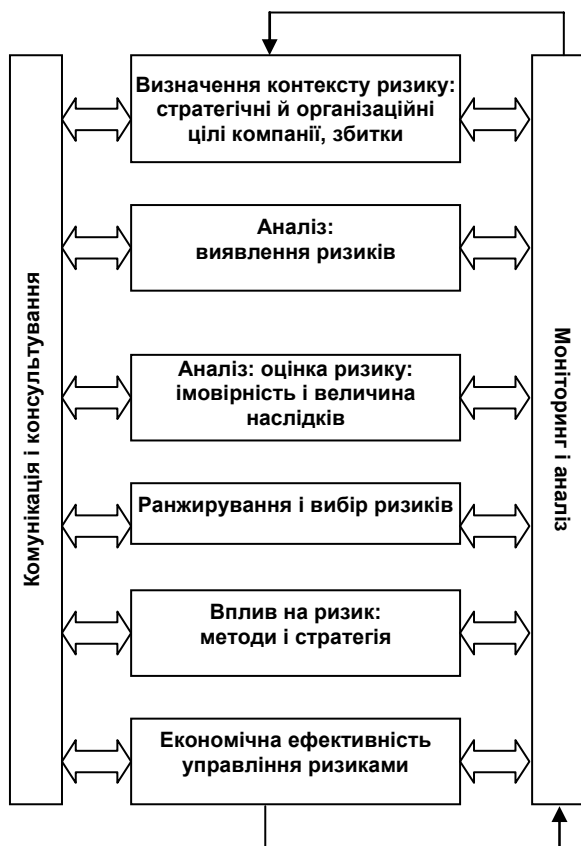


Рис. 1. Процес ризик-менеджменту

Оцінка – це кількісний опис виявлених ризиків, у процесі якого визначають такі їх характеристики, як імовірність і розмір можливих наслідків. Водночас формують набір сценаріїв розвитку несприятливих ситуацій. Для різних ризиків можна побудувати функції розподілу ймовірності настання наслідків залежно від їх розміру.

Виявлення й оцінка тісно пов'язані між собою, і не завжди можна розділити їх на самостійні частини загального процесу. Більш того, часто аналіз іде у двох протилежних напрямках – від оцінки до виявлення і навпаки. У першому випадку вже зафіксовано збитки і слід виявити їх причини. У другому випадку на основі аналізу системи виявляють ризики і можливі наслідки.

Ранжирування і відбір ризиків – визначення ступеня важливості ризиків для компанії і порядку, у якому ними

займатиметься компанія. Критерієм може бути порівняння наслідків з прибутком, доходом та активами компанії.

Вплив на ризик – застосування конкретних способів впливу на ризики компанії для нейтралізації їх наслідків.

Оцінка економічної ефективності управління ризиками – визначення витрат та вигод від застосування запропонованих методів управління ризиками.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження проблем управління підприємницькими ризиками дозволяє зробити наступні висновки. По-перше, низька інноваційна активність вітчизняних підприємств значною мірою пояснюється відсутністю сучасної методики управління підприємницькими ризиками. По-друге, практичні підходи до управління підприємницькими ризиками, які містяться в низці документів, розроблених міжнародними асоціаціями з ризик-менеджменту, можуть бути використані, після певної адаптації, до управління ризиками українських підприємств. По-третє, основною методикою управління підприємницькими ризиками є Програма управління ризиками, яка складається з наступних основних елементів: резюме для вищого керівництва; опис бізнесу компанії; стратегічні і тактичні цілі компанії; фактори ризику компанії; оцінка ризику: наслідки та ймовірність; карта ризиків; методи впливу на ризики; економічна ефективність управління ризиками; додатки.

Подальше дослідження управління підприємницькими ризиками має бути спрямоване на вивчення проблем, пов'язаних із її практичним впровадженням в практику управління вітчизняними підприємствами.

1. Звіт економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка про науково-дослідну роботу "Теорія і практика соціально-економічного розвитку України в умовах ринкових перетворень" (2001 – 2006 рр., заключний звіт), №01БФ040-01. Науковий керівник д.е.н. Базилевич В.Д., 1837 с. – 2006 р. – [Електронний ресурс: www.nauka.univ.kiev.ua].
2. European Charter for Small Enterprises. – [Електронний ресурс: http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/charter/index_en.htm].
3. Київська міська програма підтримки малого та середнього підприємництва на 2007 – 2008 роки. – [Електронний ресурс: www.bizportal.kiev.ua].
4. Риск-менеджмент: Учебник / В.Н. Вяткин, И.В. Вяткин, В.А. Гамза, Ю.Ю. Екатеринославский, Дж.Дж. Хэмптон; Под. ред. И. Юргенса. – М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и Ко", 2003.
5. Хохлов Н. В. Управление риском. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999.
6. Чернова Г. В. Практика управления рисками на уровне предприятия. – СПб.: Ин-т страхования, 2000.
7. Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: Учеб. пособие. – М.: Изд-во "Дело и сервис", 1999.
8. Тэлман Л.Н. Риски в экономике: Учебное пособие для студ. вузов / Под ред. В.А. Швандара. – М.: ЮНИТИ, 2002.
9. AS/NZS Risk Management Standard 4360:2004. – [Електронний ресурс: <http://www.riskmanagement.com.au>].
10. Publications Risk Management Standard <http://www.airmic.com/publications.asp>.
11. Enterprise Risk Management – Integrated Framework [Електронний ресурс: <http://www.coso.org/publications.htm>].

Надійшла до редколегії 26.11.2007

Т. Литвиненко, канд. екон. наук, доц.

БАЗОВІ СКЛАДОВІ ПОНЯТТЯ "КОНКУРЕНЦІЯ"

На основі врахування еволюції поглядів на конкуренцію розкрито сутність конкуренції як системи відносин суперництва між суб'єктами ринку, які мають мотив досягти переваг в умовах певної ринкової структури.

The article deals with the competitiveness as the system of competitive relationships between the market subjects.

Постановка проблеми. Проблеми економічної конкуренції і конкурентоспроможності займають чільне місце у світовій та вітчизняній економічній літературі. В умовах існування значної кількості різних наукових підходів особливого значення набуває не лише виділення і порівняльний аналіз існуючих теорій і концепцій, а дослідження еволюції поглядів на конкуренцію, оскільки саме таким шляхом можна систематизувати значну кількість поглядів на це важливе економічне явище і на цій основі розробляти практичні рекомендації для підвищення рівня конкурентоспроможності національного виробництва.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У 90-х роках ХХ ст. М. Портер, працюючи в складі Комісії з конкурентоспроможності в промисловості при президентів США Р. Рейгані зазначав, що у світі ще не склалися загальноприйняте визначення власне поняття "конкурентоспроможність". "Для фірм конкурентоспроможність означала можливість конкурувати на світовому ринку за наявності глобальної стратегії. Для багатьох конгресменів конкурентоспроможність означала позитивний зовнішньоторговий баланс. Для деяких економістів конкурентоспроможність означала низькі виро-

бничі витрати на одиницю продукції, що приведені у відповідності до обмінного курсу... Чисельні суперечки про те, чи існує в США взагалі така проблема, були частково зумовлені неоднозначним розумінням терміна. Доповідь комісії не дала відчутних результатів і не сприяла виробленню загального підходу." [1]. Висновок, зробленим Майклом Портером в той час про те, що відсутня загальноновизнана теорія, яка пояснює конкурентоспроможність, справедливий і сьогодні. Причина тут криється не в тому, що недостатня увага приділяється цим проблемам, і не тому, що саме поняття національної конкурентоспроможності є багатоаспектним.

Невирішені раніше частини загальної проблеми.

Проблема в тому, що до цього часу в економічній літературі точаться дискусії про сутність конкуренції, чітко не розрізняються поняття "конкуренція" та "конкурентоспроможність" [2]. Все це, зокрема, свідчить про те, що назріла потреба створити та виокремити зазначену проблематику в окрему систему знань – теорію конкуренції.

Мета статті полягає в спробі на методологічному рівні розкрити особливості понять "конкуренція" та "конкурентоспроможність".

Виклад основного матеріалу. Поняття конкуренції є фундаментальним в теорії світової економіки. Конкуренція пронизує всі рівні і ланки економічної системи – від мікрорівня (підприємство, фірма) до макrorівня (економіка країни, світова економічна система), є необхідною умовою їх ефективного функціонування. Ефективність господарювання суб'єктів економіки будь-якого ієрархічного рівня і управління такими суб'єктами визначальним чином залежить від розуміння природи конкуренції, форм її прояву, методів конкурентної боротьби і чинників, що визначають готовність суб'єктів економіки до такої боротьби.

Конкуренція веде до кращого використання ресурсів та всіх інших можливостей економічної системи. Більша частина всіх досягнутих людством благ отримана завдяки конкуренції. Конкуренція вимагає раціональної поведінки як умови існування на ринку. Конкуренція стимулює раціональність. Без цього поняття не обходиться жодна модель механізму функціонування ринку. Теорія ринкової конкуренції, на відміну від інших понять економічної науки, знаходить своє широке практичне застосування, постійно еволюціонує. Різні теоретичні уявлення про конкуренцію склались не відразу, вони формувались протягом тривалого часу.

Відходячи від західної традиції, зазначимо, що початковим періодом дослідження конкуренції можна вважати меркантилізм. Погляди меркантилістів знаходили своє відображення в політиці, яка була спрямована на обмеження ввезення зарубіжних товарів та забезпечення пільг на ті чи інші форми торгівлі. Іншими словами, політика меркантилістів мала за мету обмежити конкуренцію. Один з провідних представників меркантилізму Т. Мен головною турботою держави вважав забезпечення дії правила: продавати іноземцям щорічно на більшу суму, ніж купувати у них. Лише за допомогою активної зовнішньої торгівлі, на його думку, можна залучити в країну гроші, які її збагачують. Політика обмеження конкуренції існує і сьогодні. Таким чином, внесок меркантилістів в теорію конкуренції можна вважати досить значним.

Західні історики економічних вчень не враховують внесок меркантилістів в економічну теорію, віддаючи першість фізіократам. За фізіократами закріпилась ідея про те, що конкуренція – природна форма ринкових відносин. Фізіократи виступали як прихильники невтручання держави в економічне життя країни, вони були противниками різного роду монополій, захисниками свободи здійснення підприємницької діяльності. [3]

Адам Сміт вперше довів, що конкуренція, вирівнюючи норму прибутку, приводить до оптимального розподілу праці та капіталу. Вона, узгоджуючи приватні інтереси та економічну ефективність, як "невидима рука" втілювала в собі механізм функціонування ринку. Якщо врахувати, яку роль надавав цьому механізму в своїй праці "Дослідження про природу та причину багатства народів" А. Сміт, стає зрозуміло, що в його теорії провідне значення відводилось конкуренції як чиннику узгодження приватних та суспільних інтересів. Модель ринку, про яку писав А. Сміт, повністю виключає будь-який свідомий контроль над ринковими процесами. Вільний ринок у А. Сміта – це шлях, який веде до процвітання нації. Конкуренція розглядається як невід'ємний атрибут ринкового механізму. Конкуренція трактувалась як поведінкова категорія, коли "індивідуальні продавці та покупці змагаються на ринку за більш вигідні умови продажу та придбання відповідно" [4]. Конкуренція і є тією самою "невидимою рукою" ринку, яка координує дії його учасників.

В "Принципах політичної економії та оподаткування" Д. Рікардо побудував практично довершену теоретичну модель досконалої конкуренції. Для того, щоб її описати, автор зосередив свою увагу на тому, як буде функціонувати дана система в довгостроковій перспективі. Такий підхід дозволив відійти від деталей, пов'язаних з державним регулюванням, монополією владою, географічними особливостями ринку, які в довгостроковій перспективі не мають вирішального значення. Для умов, які розглядав Д. Рікардо, принциповим є те, що ціни формуються лише під впливом ринкової конкурентної боротьби. Узагальненням елементом дослідження став "закон ринків", за яким встановлюється ринкова рівновага за умов повної зайнятості. Таким чином, Д. Рікардо значно доповнив та поглибив існуючу на той час ідею про досконалу конкуренцію.

Модель досконалої конкуренції була суттєво доповнена Карлом Марксом в "Капіталі" з позиції дії закону вартості. Конкуренція регулює розподіл капіталу між галузями, сприяє розвитку тенденції норми прибутку до зниження, утворенню середньої норми прибутку. К. Маркс зазначав, що рівність прибутку у всіх галузях промисловості та всього господарства передбачає повну свободу конкуренції, свободу переливу капіталу з одної галузі в іншу. А приватна власність на землю створює монополію, заваду цьому вільному переливу. Через цю монополію, наприклад, продукція сільського господарства, де нижча органічна будова капіталу і вища норма прибутку, не йде в цілком вільний процес вирівнювання норми прибутку; власник землі, як монополіст, отримує можливість утримати ціну вище середнього рівня, а ця монополія на ціна породжує абсолютну ренту [5]. Значення ідей К. Маркса полягає в тому, що від вперше розглянув конкуренцію з позиції теорії вартості, а також показав, що конкуренція стосується не лише окремих сегментів ринку, а цілих галузей.

Неокласична школа ще повніше виявила вплив досконалої конкуренції на цінову систему. Розвиваючи основні теоретичні положення попередників, А. Маршалл послідовно та повно обґрунтував механізм автоматичного встановлення рівноваги на ринку за допомогою досконалої конкуренції та дії законів граничної корисності та граничної продуктивності. Крім цього А. Маршалл вперше піддав критичному аналізу умовності моделі чистої конкуренції і створив основи теорії нової моделі конкуренції – монополістичної. Це стало можливим завдяки розробці теорії аналізу часткової та довгострокової рівноваги на ринку, а також завдяки врахуванню процесу розвитку технології та споживачьких переваг при визначенні відносних цін.

В цілому кінець XIX та початок XX століття стали періодом, який змінив багато поглядів на конкуренцію, її роль в економіці. Невдоволення існуючою моделлю досконалої конкуренції було зумовлене надмірною увагою лише одному аспекту конкуренції – врахуванню лише цінових методів її ведення. Така однобічність не дозволяла розкрити сутність конкурентної діяльності суб'єктів ринку. Праці Дж. Робінсона та Е. Чемберліна підвели підсумки дискусії про характер ціноутворення в умовах монополії і про виникнення нецінових методів конкуренції. Основний недолік в описуванні монополії класичною та неокласичною школами полягав у тому, що в дослідженнях приділялась велика увага координаційній ролі ціни в довгостроковій рівновазі. Розвиток теорії конкуренції в моделі олігополії та монополії було здійснено в працях Ф.І. Еджуорта (математичне описування), А.П. Лернера (монополярна влада та її оцінка), К. Вікселя (конкуренція і цінова дискримінація) та ін.

Таким чином, у XX столітті сформувались загальні уявлення про сутність конкуренції та про її основні руйнівні сили в формі постулатів про моделі досконалої (чистої) конкуренції, монополістичної, олігополістичної конкуренції та чистої монополії.

Крім цього, враховуючи важливу роль конкуренції в розвитку економіки, її дослідження доповнились виявленням функцій конкуренції, які не зводяться лише до регулювання цін на ринку. Й. Шумпетер стверджував, що з точки зору економічного зростання, конкуренція являє собою суперництво старого з новим. Іншими словами, конкуренція здійснює вплив на життєздатність фірми та її основу. [6]. Нобелівський лауреат з економіки, австрійський вчений Фридрих А. фон Хайек зазначив, що конкуренція – це процес, завдяки якому люди отримують та передають знання. На його думку, на ринку лише завдяки конкуренції приховане стає явним [7].

В сучасних умовах продовжується вивчення конкуренції, оскільки це складне суспільно – економічне явище. В науковій літературі зустрічається значне число визначень, кожне з яких заслуговує на увагу. Але велика кількість визначень свідчить не лише про багатоплановість певного явища, і конкуренції в тому числі. Це є свідченням також і недостатнього рівня дослідження явища. Дослідники конкуренції для виявлення стартових позицій наукового пошуку класифікують різноманітні підходи до вивчення конкуренції, а не лише їх перераховують, настільки велика кількість визначень конкуренції сьогодні існує. Так, наприклад, відомий російський вчений А.Ю. Юданов [8] в своїй роботі спирається на класифікацію підходів до розуміння конкуренції, яка включає: поведінковий підхід, представником якого є Адам Сміт. Адам Сміт пов'язував конкуренцію з чесним суперництвом між продавцями (або покупцями), за найбільш вигідні умови продажу або купівлі на ринку. Неокласики свій варіант трактування конкуренції пов'язували її з боротьбою за рідкісні економічні блага і за гроші споживачів, на які ці блага можна придбати; структурний підхід, джерела якого йдуть від робіт Ф. Еджуорта, А. Курно, Дж. Робінсона, Е. Чемберліна. При структурному підході акцент робиться на аналізі структури ринку, тих умов, які панують на ньому; функціональний підхід, який описує роль, яку конкуренція відіграє в економіці. Й.Шумпетер, як представник функціонального підходу, в межах свого підходу визначав конкуренцію як суперництво старого з новим. Ця класифікація важлива в тому плані, що вона допомагає краще реалізувати мету кожного конкретного дослідження, оскільки різні підходи акцентують увагу на певних аспектах багатопланового явища конкуренції. Якщо потрібно обґрунтувати застосування, або розробити систему певних ме-

тодів конкуренції, принципи вибору стратегії поведінки фірми на ринку – слід в основу покласти роботи, написані в межах поведінкового підходу. Аналізувати конкуренцію в межах структурного підходу доречно тоді, коли потрібно виявляти ступінь монополізації ринку. Якщо ж дослідження ставить за мету визначити роль конкуренції в економічному розвитку – потрібно вирішувати це питання з позицій функціональної інтерпретації конкуренції.

Проте такий висновок щодо оцінки різного роду підходів до визначення конкуренції недостатній. Сьогодні слід вести мову про більш всебічне уявлення про конкуренцію як про певну самостійну галузь наукового знання із своїм об'єктом та предметом аналізу. На цей аспект дослідження конкуренції останнім часом все більше свою увагу спрямовують науковці [9].

Поняття "конкуренція" – багатозначне, і потребує поглибленого наукового дослідження. Це і спосіб ведення господарства, це і спосіб існування капіталу, коли один капітал змагається з іншим. Конкуренція виступає в ролі об'єктивного регулятора суспільного виробництва, є необхідною умовою нормального функціонування ринкової економіки. І тоді, коли в країнах постсоціалістичного світу в другій половині XX століття гостро виникла потреба підвищення ефективності господарювання, почались економічні реформи ліберального типу, які ставили за мету запустити ринковий механізм як механізм, що забезпечує ефективне використання ресурсів і підвищення добробуту. Проте, як виявилось, швидкого очікуваного результату досягти не вдалося. Зокрема не достатньою мірою врахували те, що, як і інше явище, конкуренція має як переваги, так і недоліки, не повністю врахували те, що конкуренція потребує подальшого вивчення як явище, яке розвивається в певних умовах, що змінюються. Потреба у формуванні такого виокремлення конкуренції як самостійної теоретичної системи знань зумовлена тим, що, зокрема, в цій системі знань є дуже багато понять, які слід використовувати більш однозначно і не підміняти їх значення. Наприклад, досить часто використовуються практично як синоніми поняття "конкуренція" та "конкурентоспроможність", тоді як між ними існує досить суттєва різниця. Конкуренція є сутнісною ознакою розвитку ринку, є системою відносин, а конкурентоспроможність – це форма прояву наявності цих конкурентних відносин. Конкуренцію можна визначити як систему відносин, яка характеризується боротьбою, суперництвом між різними ринковими суб'єктами з приводу розподілу обмежених благ та ресурсів, які забезпечують перевагу окремим суб'єктам в разі їх перемоги в певних ринкових умовах (досконалої монополістичної та олігополістичної структури ринку). Можна зазначити, що ця боротьба наділена рисами природного відбору, як це відбувається в природі. Конкуренція – змагання на ринку в умовах відсутності монополії; відносини суперництва між двома або кількома економічними суб'єктами господарської діяльності, що проявляється у вигляді прагнення кожного обійти інших в досягненні єдиної мети, отримати більш швидкий результат; особливий вид за задумом чесної економічної боротьби, в якій за наявності рівних шансів у кожній з сторін перемогу отримує більш підприємлива сторона; суперництво між учасниками ринку за кращі умови виробництва та реалізації продукції. Таким чином, суттєва, базова складова сутності конкуренції – змагальність, або суперництво. Але цього недостатньо для розкриття сутності конкуренції.

Іншою базовою складовою поняття конкуренції є зацікавленість учасників суперництва. В межах класичної економічної теорії конкуренція розглядається як невід'ємний елемент ринкового механізму. А. Сміт трактував

конкуренцію як поведінкову категорію, коли індивідуальні продавці і покупці змагаються на ринку за більш вигідні умови продаж та придбання товарів. Адже конкуренція – це та сама "невидима рука" ринку, яка в ринкових умовах координує діяльність його учасників. Мета конкуренції боротьба за отримання якомога більшого прибутку.

Таким чином, іншою стороною конкуренції, її рушійною силою для кожного учасника є особистий мотив, зацікавленість в досягненні позитивного для себе результату. Протидія суперникам не може і не повинна бути самоціллю конкуренції. Це є другорядний наслідок зусиль по досягненню вигідних для себе результатів.

Таким чином, для розкриття сутності конкуренції важливі три моменти: наявність власного мотиву до діяльності, очікування позитивних для себе результатів; наявність необхідних умов у вигляді певної структури ринку; суперництво, можливість і здатність протистояти суперникам. Таке визначення конкуренції дозволяє виокремити поняття "конкурентоспроможність", під яким слід розуміти такий його стан, який характеризується реальною або потенційною можливістю виконання своїх функціональних зобов'язань в умовах можливої протидії суперників. Дане визначення є найбільш загальною характеристикою, яку можна застосувати до будь-якого об'єкта. Практичними проблемами конкурентоспроможності займаються різноманітні суб'єкти ринку, які можуть бути конкурентами: виробники, інвестори, представники оптової та роздрібної торгівлі тощо. Кожен суб'єкт ринку, яку б мету не ставив перед собою, бажає знати, який з об'єктів (товар, послуга, підприємство в цілому) якою мірою є конкурентоспроможним. Виникає проблема кількісної оцінки конкурентоспроможності. В цьому плані мова йде про порівняльну оцінку, яка в

науковій літературі отримала назву "рівень конкурентоспроможності". Слід відзначити, що в багатьох випадках при використанні терміна "конкурентоспроможність" автори мають на увазі саме міру порівняння та визначення переваг одного об'єкта над іншим, тобто мають на увазі саме рівень конкурентоспроможності.

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином на основі аналізу еволюційного розвитку теоретичних уявлень про конкуренцію обґрунтовано необхідність виокремлення теорії конкуренції як самостійної системи знань, яка дозволяє сформулювати та розкрити сутність понять "конкуренція", "конкурентоспроможність" та "рівень конкурентоспроможності". Звичайно, наші пропозиції не претендують на істину останньої інстанції. Ми б вважали свою мету досягнутою, якщо ці роздуми сприяли подальшому дослідженню теорії конкуренції та розробленню практичних рекомендацій для обґрунтування шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств та національної економіки в цілому.

1. *Портер М.* Международная конкуренция: Пер. с англ. / Под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993.
2. *Шнипко О.С.* Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізм реалізації. – К.: Наукова думка, 2003.
3. *Кенз Ф.* Избранные экономические произведения. – М.: Изд-во Соцэкгиз, 1960.
4. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: 1997.
5. *Маркс К., Энгельс Ф.* Сочинения. – 2 изд. – Т. 23.
6. *Шумпетер И.* Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1992.
7. *Хайек Ф.А.* Познание, конкуренция и свобода. – СПб.: Пневма, 1999.
8. *Юданов А.Ю.* Конкуренция: теория и практика : Учебно-практическое пособие. – М.: Ассоциация авторов и издателей "Тандем", издательство "ГНОМ-ПРЕСС" – 1998.
9. *Піддубний І., Піддубна Л.* Теорія конкурентоспроможності: сучасний стан і предметно-методологічні аспекти розвитку // Економіка України. – 2007. – №8. – С. 52-53.

Надійшла до редакції 06.02.2008

Г. Махінч, асп.

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті здійснено аналіз фармацевтичного ринку України та розкрито особливості державного регулювання інноваційної діяльності фармацевтичних підприємств в сучасних умовах.

On article the pharmaceutical market in Ukraine is analyzed and peculiarities of state innovation regulation of pharmaceutical enterprises in contemporary conditions are showed.

Постановка проблеми. Участь України у світових економічних процесах передбачає узгодження механізмів вироблення національного законодавства про охорону здоров'я відповідно до стандартів країн з розвинутою ринковою економікою, невід'ємною та першочерговою частиною якого є розробка ефективних та дієвих методів державного регулювання інноваційного розвитку підприємств фармацевтичної галузі України. Адже саме держава сприяє розвитку наукових досліджень у галузі охорони здоров'я і впровадженню їх результатів у діяльність підприємств фармацевтичної галузі, що призводить до підвищення рівня якості та конкурентоспроможності вітчизняних лікарських засобів, що в свою чергу відображається на підвищенні рівня охорони та оздоровлення населення України.

У зв'язку з цим актуальним є розгляд особливостей державного регулювання інноваційного розвитку підприємств фармацевтичної галузі України в сучасних умовах, що призведе до більшого усвідомлення необхідності реформування політики державної підтримки галузі охорони здоров'я України, яка має сприяти реалізації довгострокових цілей розвитку та зростанню нації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, пов'язані з аналізом фармацевтичного ринку України, висвітлені у спеціалізованих періодичних виданнях

системи охорони здоров'я, а саме: тижневиках "Аптека" та "Провізор", інформаційно-аналітичних журналах "Вісник фармакології та фармації" й "Вісник фармації". Основу законодавства України про охорону здоров'я, в якому декларуються позиції щодо інноваційної діяльності фармацевтичної галузі, становлять: Закон України "Про лікарські засоби" від 04. 04. 96 р. № 22, Постанова Кабінету Міністрів України "Деякі питання підвищення якості лікарських засобів" від 26.09.02 р. № 1419, Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Програми боротьби з виробництвом та розповсюдженням ФЛЗ на 2003-2008 роки" від 17.07.03 р. № 1075, Указ Президента України "Про заходи для поліпшення забезпечення населення лікарськими засобами і виробами медичного призначення, а також підвищенню ефективності державного керування в цій сфері" від 07.02.03 р. № 91. тощо [1; 3; 4; 7]. У зазначених вище періодичних та інших джерелах висвітлюються основні питання, пов'язані з розвитком фармацевтичної галузі України, проте багато питань в цій сфері залишаються невирішеними. Ґрунтовний аналіз існуючої законодавчої бази щодо регулювання національної політики в сфері інновацій у галузі охорони здоров'я вказує на зростаючий інтерес держави до проблематики розробки ефективних та дієвих методів регулювання інноваційної діяльності фармацевтичних підприємств в Україні.

Мета статті полягає в дослідженні стану фармацевтичної галузі України з ціллю визначення особливостей державного регулювання її інноваційної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Розвиток галузі охорони здоров'я України та фармацевтичних підприємств зокрема характеризується необхідністю постійного підвищення рівня продуктивності медичних послуг, якості та конкурентоспроможності вітчизняних лікарських засобів на основі всебічного та безперервного використання нововведень. Аналіз наукової літератури та періодичних видань фармацевтичної галузі дає можливість окреслити основні сучасні тенденції розвитку фармацевтичного ринку в Україні:

- ✓ фармаринок України, як і раніше, демонструє високі темпи росту, швидкість росту ринку в грошах дещо сповільнюється, в упаковках – збільшується, а це, на нашу думку, свідчить про ознаки стабілізації ринку;

- ✓ спостерігається підвищення рівня витрат на душу населення України на придбання лікарських засобів, що є позитивною тенденцією та свідчить про збільшення споживання лікарських засобів населенням; поряд з цим прослідковується тенденція підвищення рівня цін на ліки вітчизняного виробництва;

- ✓ відбувається активізація інноваційної діяльності на підприємствах фармацевтичної галузі України [9; 77].

Враховуючи вище зазначене, передусім необхідно з'ясувати зміст діяльності, що вважається інноваційною саме для фармацевтичних підприємств. Розкриваючи сутність поняття інноваційної діяльності, більшість дослідників у фармацевтичній галузі, наприклад, Д.В. Кармишева та А.С. Демченко, перш за все окреслюють сутність поняття "*інноваційні проекти*", які, на їх думку, можуть бути: промисловими – спрямованими на випуск та продаж нових продуктів, удосконалення технологій, розширення присутності на ринку тощо; проектами дослідження і розвитку – зосередженими на науково-дослідній діяльності, розробленні програмних засобів опрацювання інформації, удосконаленні існуючих методів діагностики та лікування; організаційними проектами – спрямованими на реформування системи управління охороною здоров'я шляхом створення нових моделей функціонування галузі та нових структурних підрозділів, запровадження нових форм організації та проведення медичних науково-практичних конференцій і семінарів з метою оптимізації впровадження наукових розробок та доведення їх до споживача [8; 87].

Господарським кодексом України, а саме статтею 327 визначені напрями інноваційної діяльності, а саме: проведення наукових досліджень і розробок, спрямованих на створення об'єктів інтелектуальної власності, науково-технічної продукції; розробка, освоєння, випуск і розповсюдження принципово нових видів техніки і технологій; розробка і впровадження нових ресурсозберігаючих технологій, призначених для поліпшення соціального й екологічного становища; технічне переозброєння, реконструкція, розширення, будівництво нових підприємств, що здійснюються вперше як промислове освоєння виробництва нової продукції або впровадження нової технології.

Зауважимо той факт, що серед перелічених напрямів інноваційної діяльності не в повному обсязі представлені напрями інноваційної діяльності, особливо в організаційній сфері фармацевтичної галузі та галузі охорони здоров'я. Такий стан зумовлює відсутність відповідного захисту досліджень та розробок напрямку інноваційної діяльності на вітчизняних фармацевтичних підприємствах.

Виходячи з наведеного, у правовому аспекті *інноваційну діяльність на підприємствах фармацевтичної*

галузі України умовно можна розмежувати на діяльність, по-перше, пов'язану із *організаційною сферою*, а саме: синтезування нових ідей, розроблення нових теорій і моделей, включаючи проекти, концепції та програми – зосереджені на науково-дослідній діяльності, розробленні програмних засобів опрацювання інформації, удосконалення існуючих методів діагностики та лікування й у фармацевтичному секторі безпосередньо – модернізації технологічних процесів, освоєння нового обладнання, впровадження нових технологій, а також організаційними проектами – спрямованими на реформування системи управління охороною здоров'я шляхом створення нових моделей функціонування галузі. По-друге, пов'язану з *науково-виробничою сферою*, що спрямована на створення об'єктів інтелектуальної власності у вигляді оригінальних лікарських засобів та нового медичного обладнання шляхом перетворення їх на інноваційні об'єкти.

Також слід звернути увагу на найбільш поширені комплексні заходи з боку держави, які теж можна вважати інноваційними, що спрямовані на впровадження в систему охорони здоров'я сімейної медицини відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України "Про комплексні заходи щодо впровадження сімейної медицини в систему охорони здоров'я" від 20.06.2000 р. №989 [2]. Існують й інші інноваційні проекти, які спрямовані на якісні зміни щодо діагностики та лікування небезпечних хвороб.

Слід зазначити, що в фармацевтичному секторі галузі охорони здоров'я також впроваджуються інноваційні проекти, що мають організаційно-технічне значення внаслідок відображення міжнародних інтеграційних процесів в галузі розробки та обігу лікарських засобів. Так, наприклад, Постановою КМУ "Деякі заходи щодо забезпечення якості лікарських засобів" від 28.10.2004 р. № 1419 на МОЗ України покладено обов'язок забезпечити, починаючи з 01.01.2009 р., обіг лікарських засобів відповідно до вимог належної виробничої, дистриб'юторської, лабораторної та клінічної практики, гармонізації згідно з директивами ЄС і ВООЗ, спрямованих на переоснащення фармацевтичних підприємств сучасним високопродуктивним обладнанням [5].

Ситуація з високотехнологічним медичним обладнанням також потребує державної підтримки. Бюджетне фінансування закупівель медичного обладнання обмежене. Фінансування на розвиток цього сектору охорони здоров'я не очікується. Тому Україна залишається споживачем іноземних технологій без чіткого підходу до розвитку цього напрямку. Як наслідок, на нашому ринку реалізується морально застаріле обладнання за ціною найсучаснішого.

Таке становище не сприяє й розвитку ринку медичних послуг недержавної форми власності, представники якого вимушені закуповувати медичне обладнання на вторинному ринку – з діючих лікарень Європи та США. Цьому також сприяє відсутність прозорості та обґрунтованої позиції компетентних державних органів при реєстрації медичної техніки та виробів медичного призначення відповідно до Постанови КМУ від 09.11.2004 р. №1497 "Про затвердження Порядку державної реєстрації медичної техніки та виробів медичного призначення" [6].

Із метою стимулювання інноваційної діяльності держава надає фінансову підтримку та пільги відповідним суб'єктам господарювання. Але в інноваційній діяльності галузі охорони здоров'я передбачені законодавством правові стимули не спрацьовують у зв'язку з податковим та митним пільговим обігом зареєстрованих в Україні лікарських засобів, медичної техніки і виробів медичного призначення, що свідчить про необхідність створення інших механізмів щодо стимулювання інноваційної діяльності в зазначеній сфері. Наприклад,

інструментами державної підтримки стимулювання реалізації інноваційного потенціалу підприємств є пряме бюджетне фінансування та державне замовлення на розробку та виробництво інноваційних продуктів, технологій та послуг.

Отже, в правовому аспекті інноваційну діяльність та розвиток у фармацевтичній галузі можна умовно розмежувати на соціально – інноваційну діяльність, пов'язану з організаційною сферою, та інноваційну діяльність, пов'язану з науково-виробничою сферою. Узагальнюючи вищевикладене, окреслимо *особливості державного регулювання інноваційної діяльності підприємств фармацевтичної галузі України в сучасних умовах*:

1. Особливість державного регулювання *соціально – інноваційної діяльності та розвитку* вітчизняних фармацевтичних підприємств, що пов'язана з організаційною сферою, характеризується відсутністю відповідних механізмів захисту авторського права, а також – відсутністю правової легалізації в Господарському кодексі України.

Організаційна сфера інноваційної діяльності характеризується декларативністю нормативне затверджених програм та концепцій, в частині впровадження медичних стандартів, багатоканального фінансування, в тому числі шляхом запровадження обов'язкового медичного страхування; відсутністю взаємозв'язку проектів, що впроваджуються з існуючим законодавством України.

2. *Науково-виробнича сфера інноваційного розвитку* в фармацевтичній галузі та галузі охорони здоров'я характеризується відсутністю відповідної державної підтримки наукових досліджень у частині фінансового та непрямого стимулювання, недосконалістю галузевих нормативно-правових актів у частині правової ідентичності застосування торгової назви лікарського засобу та торговельної марки, недосконалого захисту інтелектуальної власності, як наслідок – великою кількістю виробництва генеричних лікарських засобів, що втратили право патентного захисту та менш ефективні, ніж оригінальні препарати, відсутні критерії ввезення в Україну медичної техніки та виробів медичного призначення, що пов'язані зі стандартами лікування захворювань, новизни обладнання тощо.

Враховуючи вищевикладене, можна запропонувати наступні шляхи щодо реформування та вдосконалення механізмів *державного регулювання інноваційного розвитку підприємств фармацевтичної галузі України*, а саме:

По-перше, реалізація соціальних напрямів інноваційних перетворень в організаційній сфері фармацевтичної галузі та галузі охорони здоров'я, які стосуються модернізації матеріально-технічної бази, впровадження нових прогресивних засобів і методів лікування, встановлення гарантованого державного обсягу безоплатної медичної допомоги та на запровадження багатоканального фінансування, повинна також бути спрямована на вдосконалення нормативно-правової бази, а саме щодо захисту авторського права соціальних напрямів інноваційної діяльності організаційної сфери в фармацевтичній галузі та галузі охорони здоров'я, правової легалізації, шляхом внесення до ст. 327 Господарського Кодексу України доповнень такого змісту: синтезування нових ідей, розроблення нових теорій і моделей, включаючи проекти, концепції та програми – зосередженими на науково-дослідній діяльності, розробленні програмних засобів опрацювання інформації, удосконалення існуючих методів діагностики та лікування й модернізації технологічних процесів, освоєння нового обладнання, впровадження нових технологій, а також реформування системи управління охороною здоров'я шляхом створення нових моделей функціонування галузі і відповідної підготовки та перепідготовки кадрів.

По-друге, є доцільним у науково-виробничій сфері *інноваційного розвитку* в фармацевтичній галузі та галузі охорони здоров'я враховуючи велике соціальне навантаження, неефективність загальних принципів стимулювання інноваційної діяльності, створити спеціально для цієї галузі венчурні фонди за участю держави з метою постійного та кваліфікованого контролю за виконанням інноваційних проектів із метою фінансування національних програм зі створення нових інноваційних лікарських засобів, медичної техніки та виробів медичного призначення; також створити Національну лізингову компанію, якій надати повноваження пільгової закупівлі медичної техніки, обладнання та устаткування і право визначення науково-експертних центрів щодо експертизи виробів медичного призначення, що підлягають внесенню до Державного реєстру.

Впровадженню окреслених заходів щодо реформування та вдосконалення механізмів державного регулювання інноваційного розвитку підприємств фармацевтичної галузі України також буде сприяти:

1. *Взаємне визнання міжнародних законів та стандартів, їх гармонізація*. Очевидно, що додержання прийнятих в Україні принципів стандартів GMP (GMP-належна виробнича практика – це перелік вимог, які ставляться перед підприємством – виробником лікарських засобів щодо навчання і кваліфікації персоналу, відповідності приміщення й обладнання, якості інгредієнтів, зберігання і транспортування продукції), дозволить вітчизняним виробникам вийти на міжнародні ринки збуту, а також дозволить вітчизняній інспекції України вступити в PIS/S – до системи співпраці фармацевтичних інспекцій. Застосування національних стандартів з якості таких перспектив не відкривають.

2. *Сертифікація ЛЗ на відповідність стандартам GMP*, яка пов'язана передусім з підтвердженням відповідності якості, ефективності та безпеки нововведень, а також системи забезпечення та управління, тобто є комплексною процедурою. Але така сертифікація є лише частиною сертифікації й не може вирішити питання підтвердження відповідності й міжнародної торгівлі, розробленої МОЗ України. Крім дотримання виробниками правил стандартів GMP в державі необхідним є *створення та функціонування державної інспекції з регулярної перевірки* додержання стандартів GMP (1 – 2 рази на рік). Інспекція по GMP є підрозділом Державної служби лікарських засобів і виробів медичного призначення. Ця служба створена з Указом Президента України №91/2003 від 07.02.03 р. "Про заходи для поліпшення забезпечення населення лікарськими засобами і виробами медичного призначення, а також підвищення ефективності державного керування в цій сфері" [7]. Лише зі створенням Інспекції з'явилася можливість виконувати положення про модернізацію виробництва відповідно до вимог GMP, але сферу її діяльності необхідно розширити.

Висновки та перспективи подальших розробок. Таким чином, у статті було здійснено аналіз фармацевтичного ринку України, окреслено особливості *державного регулювання інноваційної діяльності фармацевтичної галузі України*, що дає змогу зробити наступні висновки: фармаринок України, як і раніше, демонструє високі темпи росту, його об'єм стає привабливим і достатньо великим для інвестицій як у сфері виробництва, так і в сфері дистрибуції; відбувається підвищення кількості розроблених та впроваджених інноваційних проектів на підприємствах фармацевтичної галузі України; сутність поняття інноваційної діяльності та розвитку у фармацевтичній галузі та галузі охорони здоров'я розкривається за допомогою тлумачення поняття інно-

ваційного проекту; особливості державного регулювання інноваційного розвитку вітчизняних фармацевтичних підприємств окреслено виходячи з умовного розмежування інноваційної діяльності галузі охорони здоров'я на соціально – інноваційну діяльність, пов'язану з організаційною сферою, та інноваційну діяльність, пов'язану з науково-виробничою сферою; основні шляхи щодо реформування та вдосконалення механізмів державного регулювання інноваційної діяльності фармацевтичної галузі України пов'язані, перш за все, з правовою легалізацією – внесення змін та доповнень до Господарського Кодексу України; запровадженням такої форми фінансування результатів наукових розробок як венчурний капітал, лізинг та ефективне його використання; взаємне визнання міжнародних законів та стандартів, їх гармонізація, сертифікація нових лікарських засобів на відповідність стандартам GMP, регулювання сфери сертифікації на відповідність стандартам GMP – напрями діяльності, які, на нашу думку, будуть сприяти реформуванню та вдосконалення механізмів державного регулювання інноваційного розвитку підприємств фармацевтичної галузі України.

Отже, дослідження та аналіз особливостей механізму державного регулювання інноваційної діяльності та

розвитку вітчизняних фармацевтичних підприємств сприятиме реалізації ефективної та дієвої національної політики в галузі охорони здоров'я, що дасть змогу створити умови для процвітання та добробуту нації.

1. Закон України "Про лікарські засоби" від 04. 04. 96 // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 22. 2. Постанова Кабінету Міністрів України "Про комплексні заходи щодо впровадження сімейної медицини в систему охорони здоров'я" від 20.06.2000 // Офіц. вісн. України. – 2000. – № 989. 3. Постанова Кабінету Міністрів України "Деякі питання підвищення якості лікарських засобів" від 26.09.02 // Офіц. вісн. України. – 2002. – № 1419. 4. Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Програми боротьби з виробництвом та розповсюдженням ФЛЗ на 2003-2008 роки" від 17.07.03 // Офіц. вісн. України. – 2003. – № 1075. 5. Постанова Кабінету Міністрів України "Деякі заходи щодо забезпечення якості лікарських засобів" від 28.10.2004 // Офіц. вісн. України. – 2004. – № 1419. 6. Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Порядку державної реєстрації медичної техніки та виробів медичного призначення" від 09.11.2004 // Офіц. вісн. України. – 2004. – № 1497. 7. Указ Президента України "Про заходи для поліпшення забезпечення населення лікарськими засобами і виробами медичного призначення, а також підвищення ефективності державного керування в цій сфері" від 07.02.03 // Офіц. вісн. України. – 2003. – № 91. 8. Карамішев Д.В., Демченко А.С. Реалізація та оцінка ефективності інноваційних проектів у системі охорони здоров'я // Економіка та держава. – № 2. 9. Махінч Г.О. Сучасні тенденції розвитку фармацевтичного ринку України // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. – 2007. – № 3.

Надійшла до редколегії 28.01.2008

I. Невінчаний, асп.

НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ ФІРМИ

В статті проведено аналіз існуючих підходів до змісту та класифікації нематеріальних активів. Розглянуто структуру та досліджено вплив нематеріальних активів на формування ринкової вартості фірми.

In clause the analysis of existing approaches to an essence and classifications of non-material actives is lead. In this publication a structure and probed influencing of intangible assets is considered on forming of market value of firm.

Постановка проблеми. Серед низки основних стратегічних пріоритетів сучасної компанії одним з найактуальніших є усвідомлення потреби формування нематеріальних активів та дослідження їх впливу на процес створення вартості підприємства. Нематеріальні активи стали важливим фактором формування цінностей в сучасній "економіці знань". Проте, досить часто вони являють собою товар, який сприяє створенню цінностей лише разом з іншими виробничими факторами. Таким чином, для того, щоб управляти підприємством, підвищуючи продуктивність і створюючи цінності, менеджерам та інвесторам слід краще розуміти роль нематеріальних активів в системі створення цінностей у організації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі дослідження управління ринковою вартістю фірми присвячені праці таких вітчизняних та закордонних вчених як Я. Соколова, Р. Брейлі, С. Майерса, І. Бланка, Б. Леонтьєва, І. Шер, Ф. Пікслей, Е. Шмаленбах, В. Ковальова, О. Соловйова, Д. Шульгіна, А. Козирева, В. Макарова, Е. Брукінг, П. Дойль, В. Базилевича, О. Бутнік-Сіверського та інших.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Проте деякі аспекти впливу нематеріальних активів на формування ринкової вартості фірми висвітлені недостатньо мірою та потребують подальших досліджень та вдосконалення. Також відсутність якісно нового, професійного підходу до оцінки факторів впливу на реальну вартість нематеріальних активів вітчизняних фірм з високим інтелектуальним потенціалом є показником негативної здатності до залучення необхідного обсягу інвестицій.

Метою статті є висвітлення основних підходів до змісту та класифікації нематеріальних активів та дослідження їх впливу на ринкову вартість фірми.

Виклад основного матеріалу. Ринкова вартість фірми – це динамічний показник, який може змінюватися

кожного дня, в цьому й криється його економічна сутність. Для управління не так важливо абсолютне значення вартості, як фактори, що впливають на неї. Оцінка власного капіталу підприємств на фондовому ринку часом значно відрізняється від його балансової вартості. Очевидно, що фондовий ринок готовий вище оцінювати вартість деяких підприємств, причому величини цих оцінок набагато перевищують показники, що відображають реальні результати їх діяльності. Різниця між ринковою і балансовою вартістю власного капіталу можна пояснити впливом тих ресурсів, які не враховуються у балансі, або враховуються, але не повною мірою. Такими ресурсами є нематеріальні активи підприємств.

Сучасні тенденції розвитку світової економіки, посилення ролі інтелектуальних і інформаційних ресурсів для виробництва конкурентоспроможної продукції привели до появи однієї з найбільш масштабних фінансових проблем. Її суть можна визначити таким чином: оскільки способи створення продукту змінилися і знання перетворилися на один з основних чинників створення нової вартості, необхідно відповідним чином перебудувати зміст звітності фірми перед власниками й іншими зацікавленими особами. Звітність повинна містити інформацію про основні фактори зміни вартості: про стратегію фірми, майбутні грошові потоки, не фінансові аспекти діяльності, а також невідчутні активи фірми, включаючи оцінку її ділової репутації.

Спочатку проблема оцінки невідчутних факторів виникла в інформаційно-насичених фірмах, у яких об'єм матеріальних активів незначний, а інтелектуальний потенціал достатньо високий. Інвестори не були схильні вкладати кошти в подібні фірми і перед менеджерами постало завдання розрахунку величини їх невідчутних активів та доведення цієї інформації до інвесторів для того, щоб створити адекватнішу картину оцінки діяльності фірми та її перспектив [1].

Візьмемо за основу наступне визначення невідчутного активу – це довгострокові права, що забезпечують їх власникам певний дохід або іншу користь, що мають вартість і не мають матеріально-речового змісту.

Сукупність нематеріальних активів часто називають гудвілом. Під цим терміном, зміст якого точно не перекладається на українську мову, кожен автор, в цілях власного дослідження, намагається дати свої визначення невідчутним активам, проте кожен з них вказує на тісний зв'язок з тими перевагами, які можна отримати від володіння активами даного порядку.

Згідно МСФЗ нематеріальний актив – це "ідентифікований не грошовий актив, що не має фізичної форми, використовується при виробництві або наданні товарів/послуг, для здачі в оренду або для управлінських цілей. Актив – це ресурс, що контролюється компанією в результаті минулих подій і від якого очікується надходження економічних зисків" [2]. У цьому визначенні підкреслюються як внутрішні властивості нематеріальних активів (бути не грошовим і не мати фізичної субстанції), що відрізняють їх від інших активів, так і ознаки, загальні для будь-якого активу: ідентифікованість, можливість контролю і отримання майбутніх економічних зисків. У цьому документі немає переліку нематеріальних активів,

але наводиться перелік тих активів, які не можуть бути визнані в балансі: внутрішньо створена ділова репутація, назви марок, публікацій, списки клієнтів та інші.

МСФЗ ст. 38 починається з переліку широкого кола невідчутних факторів (ресурсів), що впливають на результати діяльності фірми. Далі з цього списку виділяються ті, які задовольняють визначенню і критеріям визнання активів нематеріальними, решту активів відносять до особливого невідчутного активу, що не ідентифікується і не відокремлюється від фірми – ділову репутацію.

Серед виділених причин, через які активи пов'язані з факторами зростання вартості фірми, не відображаються в бухгалтерському обліку і звітності, можна навести: 1) недостатній рівень контролю над активами і економічними вигодами, які вони приносять; 2) неможливість точно оцінити актив за собівартістю.

Проблема, викладена вище, є основним предметом критики фінансового обліку з боку менеджерів. Жорсткі обмеження, що накладаються стандартами обліку на процес визнання активів, примушують списувати на витрати велику частину інвестицій в компетенцію, клієнтів, внутрішню організацію і аналогічні активи. При цьому стандарти обліку не заперечують, що ця різниця може виникати в результаті дії факторів, що впливають на вартість фірми.

Таблиця 1. Види нематеріальних активів за МСФЗ [3]

Активи, що визнаються об'єктом обліку	Номер МСФЗ	Активи, що не визнаються об'єктом обліку
Торгові марки, програмне забезпечення, ліцензії та франшизи	38	Витрати на освіту, рекламу, реорганізацію
Патенти, авторські права, права на промислову вартість		Витрати на дослідження, навички персоналу,
Рецепти, формули, моделі	22	ринкові та технічні знання,
Набутий гудвіл	19, 27, 28,	портфель клієнтів, назви марок, внутрішньо створена ділова репутація (гудвіл)
Інші нематеріальні активи, що регулюються різними стандартами	31, 32 та інші	

Останнім часом все більше фірм прагнуть показати об'єм накопичених знань в структурах підприємства. Тому слід зазначити, що §117 МСФЗ ст. 38 не розкриває аспект надання інформації про фактори вартості фірми. По-перше, тому що ця інформація не є обов'язковою, а лише бажаною. По-друге, довільна форма надання цієї інформації робить її непорівняльною не лише з іншими фірмами, але навіть усередині однієї фірми за різні звітні періоди. Таким чином, можна зробити висновок про те, що для розкриття інформації про нематеріальні активи, необхідно стандартизувати показники, що надаються різними фірмами. Більш того, потрібна оцінка і управління даними активами, що забезпечило появу відповідного виду аудиту [4].

Виходячи з нормативного підходу, можна сформулювати вимоги до невідчутних активів, виконання яких дозволить вести не лише їх облік, але і підвищить їх керованість:

- ✓ ідентифікованість;
- ✓ забезпечення надходжень майбутніх економічних зисків для фірми;
- ✓ забезпечення можливості контролю над активом і створюваними ним економічними вигодами;
- ✓ можливість первинної оцінки собівартості;
- ✓ визначення стандартизованих способів отримання інформації про вартість активу у будь-який момент часу, тобто наявність спільних для всіх способів оцінки активу
- ✓ стандартний зміст інформації про активи, що надається зовнішнім користувачам, тобто наявність єдиної форми звітності;
- ✓ забезпечення інформації про вартість елементів інтелектуального капіталу роздільно, а не однією сумою у формі гудвілу.

Гудвіл є одним зі складних і суперечило визначених нематеріальних активів; його часто називають найбільш нематеріальним зі всіх нематеріальних активів. Як відзначає Я. Соколов, історично гудвіл виник у комерційній практиці Англії в першій половині XV ст., але законодавство протягом більш ніж 200 років забороняло операції з гудвілом, вважаючи їх такими, що сприяють обмеженню конкуренції [5]. Тому термін "гудвіл", або добра воля, означав, що операція з переплатою відбувається з доброї волі сторін і без примусу.

Поняття "гудвіл" у вітчизняній і перекладній літературі використовується під різними назвами: ціна фірми, ділові активи, надвартість, ділова репутація, ринкова додана вартість. А неоднозначність тлумачення веде й до неоднозначного розуміння даного слова. Звідси виникає друга проблема – суть даної категорії. У одних випадках гудвіл розуміють як права або переваги, як "чудова команда менеджерів, ефективна реклама, хороші відносини, високі кредитні показники і інше". У інших випадках гудвіл представляється як результат бухгалтерських процедур, що виникають в результаті неспівпадання ринкової ціни фірми з чистою балансовою вартістю майна фірми.

Таким чином, можна констатувати, що існує дві групи поглядів на сутність гудвілу: 1) як сукупність невідчутних активів і можливості отримання додаткового доходу за рахунок їх використання; 2) як бухгалтерський інструмент, який показує, що ринкова вартість фірми вища, ніж вартість активів, що враховуються.

Економічний підхід полягає в тому, що гудвіл визнається особливим невідчутним активом фірми, що приносить дохід, але який не може бути показаний у бала-

нсі діючого підприємства. Причиною цього є комплексний характер цього активу, його неподільність на складові елементи і складність самостійного розрахунку його вартості (його вартість можна визначити тільки через розрахунок ринкової вартості фірми).

Отже, саме гудвіл сприяє збільшенню розриву між ринковою і балансовою вартістю фірми. У рамках цього, економічного, підходу гудвіл розуміється як синергетичний ефект від взаємодії всіх активів, а не просто як дохід від невідчутних активів. Бухгалтерський підхід, який відносить гудвіл до регулятора фінансового обліку, використовує його для врівноваження активів і капіталу при об'єднанні фірм. У межах цього підходу, гудвіл – це бухгалтерський залишок, що не має самостійного економічного змісту.

Підхід на основі введення в теорію і практику поняття гудвілу, з одного боку, відкриває можливості для подальшого дослідження невідчутних активів і їх впливу на вартість бізнесу, з іншого, початковий зміст категорії "гудвіл" створює неоднозначність в сучасному трактуванні даного поняття. Тому з метою подальшого дослідження ми використовуватимемо тільки економічний зміст поняття гудвіл, і назвемо

його "ділова репутація", що створюється фірмою за допомогою бізнес-комунікацій.

На думку вченого-економіста П. Дойля, сучасна теорія фірми, орієнтована на досягнення фінансових цілей, зіткнулася з тим, що за допомогою фінансових інструментів не можна створити довгостроковий грошовий потік, а також використовувати власний капітал на рівні і вище за середньогалузеву рентабельність капіталу. Тому він вводить поняття нематеріальних активів, що підвищують акціонерну вартість [6]. П. Дойль виділяє п'ять категорій нематеріальних ресурсів:

- ✓ технологічні активи. Власна технологія у формі патентів, авторських прав і виробничих секретів, спеціальних ноу-хау;
- ✓ стратегічні активи. Ліцензії, природні монополії і інші переважні права, що обмежують конкуренцію;
- ✓ репутаційні і людські ресурси. Назва компанії, її торгові марки (репутація її товарів, послуг і чесних відносин із споживачами, постачальниками, державою і суспільством);
- ✓ організація і культура. Цінності і прийняті у фірмі соціальні норми, що сприяють формуванню лояльності співробітників (рис. 1).



Рис. 1. Нематеріальні активи та ресурсна теорія фірми

Кожен актив бере участь у діяльності підприємства особливим чином і підпорядкований законам і принципам теорії фірми. Тому важливим є першочергове визначення привабливості ринку для того, щоб змістити профіль діяльності у бік тієї галузі, де генерується велика рентабельність власного капіталу.

Визначення привабливості ринку – це аналітична функція маркетингу, зсув профілю діяльності – це функція менеджменту, а визначення рентабельності вкладеного капіталу – це завдання фінансів, але саме правильна взаємодія всіх перерахованих функцій підприємства приводить до ефективної поведінки на ринку. Проте залежно від рівня розвитку ринку фірма може управляти привабливістю за допомогою формування конкурентних або відмітних переваг. Не всі ресурси підприємства в рівній мірі цінні для створення конкурентних переваг. Необхідною умовою є наявність певних властивостей: усвідомлювана вигода для покупців, унікальність по відношенню до конкурентів, важкість імітації, заміщення і стійкість до нападок контрагентів.

Виділення конкурентних переваг підпорядковане наступним правилам: фірма повинна зробити кращі пропозиції на ринку, що ґрунтуються на її перевагах в певних елементах цінності; підтримка порогових стандартів за рештою складових цінностей, щоб вони не опустилися нижче загальноприйнятого, інакше сформова-

на перевага знівелюється рештою недоліків фірми; побудова високоорганізованої операційної моделі, що забезпечує надання найвищої цінності [7].

Висновки і перспективи подальших розробок. Отже, якщо кожна категорія нематеріальних ресурсів, виділена вище, використовуватиметься для формування конкурентних переваг і стратегії розвитку компанії, то в цілому для всієї організації можна буде спостерігати зміни. Ці зміни можуть виражатися в стабілізації і збільшенні грошових потоків, прискоренні їх отримання, а також продовженні горизонту планування для отримання грошових потоків, які, знижуючи ризик, зменшують витрати на використання капіталу, що приводить до зростання вартості фірми.

1. Баприновский К.А., Бендигов М.А., Фролов И.Э., Хрусталева Е.Ю. Наукоемкий сектор экономики России: состояние и особенности развития. – М.: ЦЭМИ РАН, 2001.
2. Международные стандарты финансовой отчетности. – М.: Аскерн-АССА, 1999.
3. Просвирина И. Теория неосознанных активов в бизнесе. – Челябинск, 2004.
4. Козырев А.Н., Макаров В.Л. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности. – М.: РИЦ ГШ ВС РФ, 2003. – С. 197.
5. Соколов Я.В., Плятов М.Л. Гудвил: "новая" категория бухгалтерского учета // Бухгалтерский учет. – 1997. – № 2.
6. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001. – С. 11.
7. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ НА ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ

Розглянуті види витрат на впровадження і розвиток інформаційної системи управління, здійснено пошук шляхів їх оптимізації.

The variants of expenses on the inculcation and development of information system of management are analyzed and search of ways of its optimithation are done.

Постановка проблеми. В умовах постійного вдосконалення процесів інформатизації в світі важливим чинником функціонування і розвитку підприємств України є їх адаптація до цих динамічних змін. Ефективне використання інформаційних ресурсів – запорука підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств у ринковому середовищі, тому важливим є вирішення питань вдосконалення інформаційної складової системи управління. Теорія і практика управління підприємствами доводить, що високий рівень інформаційного забезпечення виступає однією із умов успішної реалізації інноваційних та інвестиційних проектів. Водночас, впровадження нових інформаційних технологій, зокрема, інформаційних систем управління, є теж інвестиційним проектом, успішна реалізація якого в значній мірі залежить від оцінки ефективності на початкових етапах. Накопичений іноземний та вітчизняний досвід впровадження корпоративних інформаційних систем у компаніях, свідчить про те, що воно вимагає значних витрат [1, 2], і, водночас, сприяє переходу на якісно новий рівень управління організацією, результатом якого є отримання нових конкурентних переваг через покращення низки кількісних та якісних показників діяльності підприємства: підвищення продуктивності праці управлінського персоналу, організаційне впорядкування виробничих процесів, поліпшення якості продукції і зниження собівартості її виробництва.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням інформаційного забезпечення управління підприємствами присвячено чимало фундаментальних праць відомих фахівців у цій галузі знань. До їх числа відносяться наукові праці таких вчених, як Винарика Л.С., Глушкова В.М., Калитича Г.І., Канигіна Ю.М., Ситника В.Ф. У дослідженнях, проведених Гордієнко І.В., Скрипкіним К.Г., Черноволенком І.Ф., обґрунтовані теоретичні положення та розглянуті деякі практичні аспекти оцінки ефективності інформаційних систем управління, розроблені економіко-математичні моделі фінансування таких проектів.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Слід зазначити, що останні дослідження фахівців у цій галузі присвячені переважно питанням правильної організації впровадження інформаційних систем управління, оскільки цим в значній мірі визначається можливість знайти ті статті витрат, по яких можна отримати економію. Однак, проблеми, що виникають в процесі складання ІТ-бюджету і правильного розподілу його витратної частини на різних етапах життєвого циклу програмного продукту, вимагають більш детального розгляду.

Метою статті є аналіз формування та використання витратної частини ІТ-бюджету на різних етапах життєвого циклу інформаційної системи управління.

Виклад основного матеріалу. Досить часто у фаховій літературі розглядається питання правильного визначення витрат на впровадження інформаційної системи. Так, на думку авторів робіт [3, 4], витрати на придбання комп'ютерної техніки та програмного забезпечення є лише початковими і не вважаються основними. До витрат включають налаштування техніки і про-

грамного забезпечення, ремонт ПК, модернізацію і т. ін. З боку користувача до основних витрат належать підтримка, сервіс та супровід програмного забезпечення, яким він користується. Оцінивши результати аналізу витрат наведених в роботі [3], можна зробити висновок, що найбільша питома вага в структурі витрат належить витратам на технічну підтримку і супровід системи (77 % ІТ-бюджету підприємства).

На наш погляд, на це впливають такі фактори :

1. Витрати на технічну підтримку і супровід мають місце протягом усього життєвого циклу інформаційної системи, а не лише на етапі її тестування і введення в експлуатацію.

2. Якщо до розробки та впровадження інформаційної системи застосовується галузевий підхід, тобто програмний продукт розробляється для підприємств певної галузі, з урахуванням специфіки їх діяльності, супровід такої системи здійснюють безпосередньо представники компанії-розробника. У цій ситуації розробник є в деякій мірі "монополістом" і може встановлювати високі ціни на послуги технічної підтримки і супроводу свого програмного рішення.

Дослідження економічної ефективності комп'ютеризації на 380 американських фірмах засвідчують, що комп'ютеризація забезпечує набагато більшу віддачу від капіталовкладень, ніж будь-які інші інвестиції, що здійснюються компаніями. Навіть з урахуванням того факту, що у зв'язку з високим моральним зносом, якому підлягають комп'ютери, вони потребують частішої модернізації, порівняно з обладнанням іншого типу, чистий прибуток від їх використання істотно перевищує той, який дають інші інвестиції [3, с. 85].

Аналіз цих даних свідчить про те, що на сучасному етапі розвитку, роль інформаційних систем управління в підвищенні ефективності діяльності компаній досить вагома. Звичайно, дані оцінки мають суб'єктивний характер, однак є свідченням позитивного ставлення представників компаній розвинених країн до впровадження і використання інформаційних систем на різних рівнях управління. Водночас, актуальним питанням є підрахунок реального економічного ефекту, який отримає компанія завдяки впровадженню інформаційних систем управління.

Для здійснення аналізу витрат на інформаційне забезпечення управління принципове значення має вибір методів та показників ефективності, що характеризують його стан та специфіку. Вибір методів оцінки ефективності впровадження інформаційних систем є вкрай важливим, оскільки за умови обмеженості ресурсів та значних витратах на інформаційні технології, необхідно забезпечити інформаційну оптимізацію процесів, що відбуваються на підприємстві. При цьому оцінка інформаційного забезпечення проводиться з позиції найбільш повного забезпечення керуючої системи та керованого об'єкта в інформації, що дає змогу розробити, прийняти та організувати виконання оптимальних рішень.

Зазначимо, що серед напрямів аналізу інформаційного забезпечення виділяють наступні [5, с. 105]:

1. Семантичний – передбачає оцінку повноти інформації, об'єктивності, достовірності, точності та надій-

ності, тобто ступеня відображення останніх досягнень науково-технічного прогресу та передового досвіду, відповідності та взаємозв'язку даних різного рівня та призначення.

2. Прагматичний – це аналіз корисності інформації. Такий вид аналізу проводиться стосовно конкретного об'єкту та періоду часу. Він включає оцінку забезпечення суб'єкта необхідною інформацією що використовується в процесі управління; достовірності та своєчасності надходження цієї інформації до суб'єкта та інтенсивності її використання в процесі прийняття рішень.

3. Структурний аналіз інформаційного забезпечення ґрунтується на виявленні закономірностей поступового агрегування інформації за різними напрямками, відповідності інформаційних блоків сутності та ступеня складності управлінських рішень, що приймаються, особливостей усереднення даних та формування документів.

4. Економічний аналіз базується на визначенні "економічності" побудови системи інформаційного забезпечення і передбачає її оцінку за наступними напрямками: комплексність інформаційного забезпечення, рівень витрат на інформаційне обслуговування, періодичність оновлення інформації, здатність взаємодіяти з іншими інформаційними системами.

Розглянувши сутність кожного виду аналізу, можна відзначити, що всі вони тісно пов'язані між собою і такий їх поділ можна вважати досить умовним. Це пояснюється тим, що в основу напрямів оцінки інформаційних потоків покладені техніко-економічні показники, значення яких залежить від специфіки діяльності підприємства, особливостей побудови організаційної структури управління, прийнятих способів реєстрації, обробки та передачі інформації та оперативності надання достовірних даних особі, що приймає рішення.

Висновки та перспективи подальших розробок. Таким чином, необхідно детально розглянути економічний аспект оцінки ефективності інформаційних систем управління. Слід зазначити, що принцип "економічності" є основоположним при побудові інформаційної системи управління. Проаналізувавши визначення терміну "економічність побудови системи управління", які наводять фахівці у галузі менеджменту у своїх наукових роботах [6, с.75], можна зробити висновок, що це ступінь використання системою необхідних ресурсів, що визначається відношенням обсягу ресурсів, запланованого для використання до фактично витраченого обсягу ресурсів. Якщо ж розглядати безпосередньо впровадження інформаційної системи управління, дане визначення потребує уточнення: в даному випадку принцип економічності передбачає, що витрати на її створення, впровадження та розвитку не повинні перевищувати ефекту, що очікується від її експлуатації.

Всі методи оцінки ефективності впровадження та використання інформаційних систем, що на сьогоднішній

день широко використовуються на практиці, реалізують даний принцип, оскільки базуються на твердженні, що ефективність визначається як відношення результату від експлуатації інформаційної системи управління до витрат на її придбання, впровадження і супровід протягом всього життєвого циклу, виражене в грошових одиницях.

На нашу думку, ефективного використання ресурсів інформаційної системи можна досягнути зменшивши, насамперед, витрати на її впровадження, експлуатацію і вдосконалення. Для підвищення точності підрахунку загальних витрат, що мають місце на етапах впровадження і розвитку інформаційної системи управління доцільно використовувати метод загальної вартості володіння (ТСО), згідно якого до прямих відносяться витрати, що пов'язані з придбанням, впровадженням інформаційної системи управління, та введенням її в промислову експлуатацію, а саме: витрати на обладнання і програмне забезпечення, на впровадження, супровід і розвиток інформаційної системи, управління відділом інформаційних технологій. Непрямі витрати можуть виникати непередбачено на різних етапах життєвого циклу інформаційної системи. До цієї групи витрат відносять витрати часу користувача на самостійну підготовку до роботи з новою системою, кількість годин простою на місяць у зв'язку із припиненням роботи інформаційної системи і т.п.

Якщо проаналізувати види витрат, що визначені згідно методу загальної вартості володіння системою, то можна зробити висновок, що значна їх частина тісно пов'язана зі зміною інформаційного обслуговування управлінських процесів. Це витрати на формування даних, а саме, вартість та трудомісткість організації запитів; вдосконалення форм відображення необхідної інформації, зокрема, документів; витрати на створення банків даних та забезпечення ефективних комунікацій як всередині підприємства, так і вихід в зовнішні мережі. Очевидно, що ці витрати досить важко калькулювати і тому вони вже включені у вартість програмного продукту та витрат на розвиток технічної бази.

Перспективним напрямком для подальших досліджень є встановлення взаємозв'язку між прямими та непрямыми витратами на впровадження та розвиток інформаційних систем і розробка економіко-математичної моделі інвестування коштів у ці проекти.

1. Козаченко В.Е. Управление общей стоимостью владения КИС // Корпоративные системы. – 2002. – № 2. 2. Frank Bannister, Patrick McCabe, Dan Remenyi. How Much Did We Really Pay for That? The Awkward Problem of Information Technology Costs? // Electronical journal of information systems evaluation. – Paper 1. – Issue 14. 3. Матвієнко О.В., Цуєв М.Н. Основи менеджменту інформаційних систем : Навч. пос. – К., 2005. 4. Применение технологии eRoom в компании Hewlett-Packard // IT-менеджер. – 2006. – № 1. 5. Мельник М.В. Анализ и оценка систем управления на предприятиях. – М.: Финансы и статистика, 1990. 6. Архипова Н.И., Кульба В.В., Косаченко С.А., Чанхивева Ф.Ю. Исследование систем управления : Учебное пособие для вузов. – М.: ПРИОР, 2002.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

Т. Овчаренко, канд. екон. наук

МЕТОДИКА КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Проаналізовано методична база інноваційно-інвестиційної діяльності промислових підприємств. Проведена оцінка інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства на основі рівнів виробництва (технічного, технологічного, організаційного). Запропоновано алгоритм методики комплексної оцінки інноваційно-інвестиційної діяльності промислових підприємств.

The methodical base of innovative investment activity of industrial enterprises is analysed. The estimation of innovative investment activity of enterprise is conducted on the basis of levels of production (technical, technological, organizational). The algorithm of method of complex estimation of innovative investment activity of industrial enterprises is offered.

Постановка проблеми. Збільшення витрат на інноваційно-інвестиційну діяльність у загальному обсязі

інвестиційних вкладень, що спрямовуються в національну економіку, визначає необхідність удосконалення

методичних аспектів і активізації наукових досліджень з питань оцінки економічної ефективності вкладень.

Проте багато питань, щодо розрахунків економічної ефективності капітальних вкладень, на сьогодні, все ще залишаються дискусійними і теоретично не розробленими, вимагає вдосконалення також і всебічна оцінка корисного ефекту від впровадження нової техніки, який отримують підприємства та економіка загалом.

Застосування на практиці різноманітних методик та інструкцій, які регламентують напрями й складові проведення техніко-економічних розрахунків виробничої діяльності підприємств, метою яких є виявлення заходів зростання ефективності виробництва, не дає можливості розв'язати всі методичні проблеми, вирішення яких дало б можливість пов'язати результати інноваційної діяльності підприємства із затратами інвестиційних ресурсів та кінцевими фінансовими результатами діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі визначення та оцінки технічного рівня виробництва присвячено багато робіт таких вітчизняних вчених, як: Л.С. Бляхмана, В.С. Бялковської, В.І. Ганштака, А.П. Градова, Б.М. Гринчеля Б.Ф. Зайцева, Д.М. Полтеровича [7, 11].

Потрібно відзначити, що література присвячена проблемам удосконалення аналізу технічного рівня основних структурних ланок досить нечисленна і деякою мірою відстає від досліджень, присвячених загальноекономічному аналізу за повнотою змісту і за рівнем методичних розробок.

Щодо методик оцінки економічної ефективності капітальних вкладень, які діяли у міністерствах і відомствах за радянських часів [8, 9, 10, 12] та були засновані на різних методологічних принципах і характеризувалися відсутністю цільової спрямованості і системності, а також не дозволяли ґрунтовно вибрати конкретні шляхи вдосконалення виробництва і визначити його економічні наслідки.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Однак, проблема оцінки економічної ефективності інвестиційних вкладень, має недоліки і потребує удосконалення методичних аспектів і активізації наукових досліджень з цього питання. Для цієї мети необхідна, в даний час, розробка методики комплексної оцінки інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств для прийняття управлінських рішень на довгострокову перспективу.

Мета статті. Метою даної статті є розробка методики комплексної оцінки інноваційно-інвестиційної діяльності промислових підприємств, яка дасть можливість підприємствам забезпечити постійну діагностику рівнів виробництва до сучасних умов господарювання та приймати оптимальні управлінські рішення.

У свою чергу це потребує вирішення таких завдань:

✓ дослідження сучасного стану інноваційно-інвестиційного розвитку промислових підприємств;

✓ проведення аналізу різноманітних методик та інструкцій, які регламентують напрями й складові проведення техніко-економічних розрахунків виробничої діяльності підприємств;

✓ визначення етапів оцінки інноваційно-інвестиційної діяльності промислових підприємств.

Виклад основного матеріалу. З проведеного аналізу існуючих публікацій, що пов'язані з методологією економічного обґрунтування управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємств, визначено, що необхідна розробка загальної призначеної методики комплексної оцінки інноваційно-інвестиційної діяльності промислових підприємств, яка дозволить приймати управлінські рішення на довгострокову перспективу. Розроблений нами алгоритм такої методики оцінки інно-

ваційно-інвестиційної діяльності промислових підприємств, наведений на рис. 1, в подальшому може використовуватись як на підприємствах, які характеризуються високим рівнем ефективності функціонування, так і на підприємствах, що знаходяться в кризовому стані, тому доцільно проводити оцінку інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства на основі рівнів виробництва (технічного, технологічного, організаційного), які можна охарактеризувати наступним чином [7, с.35]:

✓ технічний рівень виробництва (характеризує ступінь розвитку і якісного вдосконалення матеріально-речових елементів виробництва незалежно від форм відтворення: знарядь праці, предметів, які використовуються у процесі виробництва матеріальних благ і технології, що пов'язує матеріально-речовинні елементи в процесі виробництва);

✓ рівень технології виробництва (визначається сукупністю показників, що характеризують прогресивність і економічність прийнятих на заводах технологічних методів для здійснення виробничого процесу);

✓ рівень організації виробництва (визначається сукупністю показників, що характеризують систему регулювання процесів праці, форми його організації, що сприяють раціональному використанню матеріально-речових елементів виробництва, у тому числі організації матеріально-технічного постачання (табл. 1).

Першим етапом комплексної оцінки впливу підвищення якісного стану виробничої бази підприємства виділена оцінка рівнів підприємства, що проводиться, періодично (один раз на кілька років) за якісними показниками стану техніки, технології і організації виробництва.

Мета цього оцінювання дасть змогу забезпечити як методично правильним обчисленням відповідних показників, так і порівнянням їх динаміки на даному підприємстві за кілька років, а також порівнянням з досягнутим рівнем з іншими показниками (економічними) підприємства.

Застосування розповсюдженого методу побудови інтегральних показників [4, с.11-23] за допомогою спеціально розроблених формул окремі часткові показники техніко-технологічного, організаційного рівня слід звести в єдиний показник, і на основі визначених експертною комісією підприємства показників усіх рівнів виробництва, необхідно розраховувати інтегральні показники їх виробництва (табл. 1).

Наступним кроком першого етапу виступає визначення комплексного показника рівня виробництва

$$K_{\text{заг.}} = K_{\text{інт.техн.}} \cdot P_1 + K_{\text{інт.технол.}} \cdot P_2 + K_{\text{інт.орган.}} \cdot P_3, \quad (1)$$

де $K_{\text{заг.}}$ – комплексний показник рівнів виробництва;

$K_{\text{інт.техн.}}$ – загальний показник технічного рівня;

$K_{\text{інт.технол.}}$ – загальний показник технологічного рівня;

$K_{\text{інт.орган.}}$ – загальний показник організаційного рівня;

P_1, P_2, P_3 – ранги, що характеризують значущість підсистем (значення рангів приймаються відповідно за результатами експертної комісії).

Кінцевий результат проведення даного етапу аналізу дасть можливість підприємству порівнювати якісний стан виробничої бази підприємства з середньостатистичними показниками даної галузі та з кращими середньосвітовими аналогами і розробляти шляхи та напрями поетапного досягнення підприємством поставлених стратегічних цілей.

При проведенні аналізу сучасного стану інноваційно-інвестиційного розвитку промислових підприємств нами визначено, що однією з основних проблем промислових підприємств є проблема заміни застарілого парку устаткування сучасним.

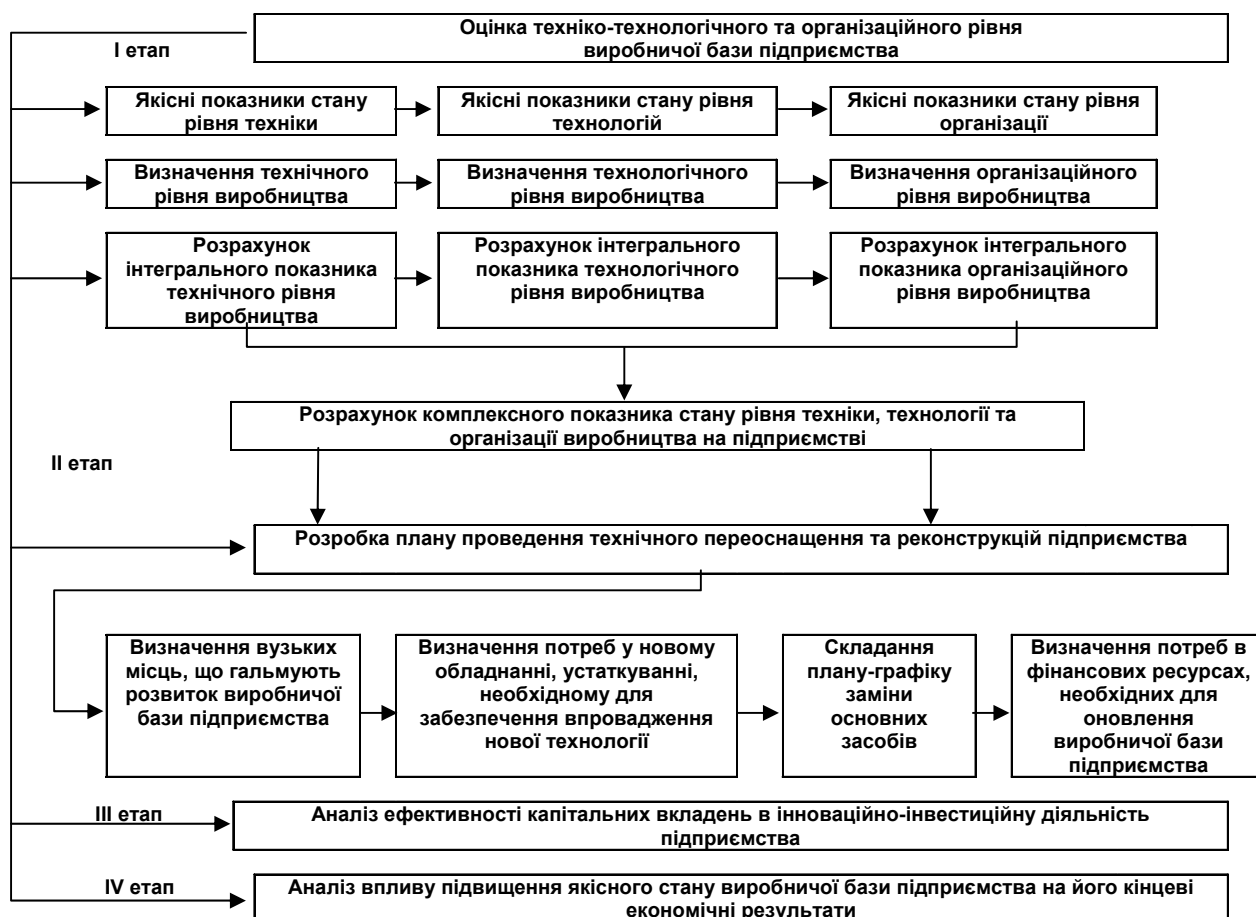


Рис 1. Алгоритм методики комплексної оцінки впливу підвищення якісного стану виробничої бази підприємства на економічні результати його діяльності

Таблиця 1. Інтегральні показники рівнів виробництва

№	Рівні виробництва	Інтегральні показники рівнів виробництва
1	Технічний	$K_{\text{інт.техн.}} = K_{\text{інтенс.обл.}} \cdot K_{\text{екс.обл.}}$
2	Технологічний	$K_{\text{інт.технол.}} = K_{\text{інт.обл.}} \cdot K_{\text{екс.обл.}}$
3	Організаційний	$K_{\text{інт.орган.}} = K_{\text{вук.д.}} \cdot K_{\text{вук.пер.}}$

Тому, на другому етапі методики комплексної оцінки доцільно розробляти план проведення технічного переоснащення та реконструкції підприємства. Слід відмітити, що багато промислових підприємств зберігають або замінюють устаткування за своєю інтуїцією, не застосовуючи при цьому існуючі математичні методи.

На першому кроці другого етапу, на основі проведеної оцінки техніко-технологічного, організаційного рівня виробництва, необхідно визначати "вузькі місця", що гальмують розвиток виробничої бази підприємства.

До "вузьких місць" виробництва можна віднести: різке падіння обсягів виробництва, систематичну нестачу обігових коштів, утримання соціальної сфери, моральне та фізичне старіння основних засобів виробництва, часткове зниження виробничих потужностей.

Другим кроком етапу визначено, що обладнання і устаткування є основою будь-якого виробництва, яке складається з багатьох конструктивних елементів, що у процесі експлуатації воно зазнає різних навантажень і тому нерівномірно зношується. Виникає потреба у відновленні та заміні зношених частин устаткування, постійному технічному обслуговуванні для забезпечення необхідного рівня якості й потужності виробничих процесів, машин, механізмів, обладнання в цілому.

Тому третім кроком другого етапу є складання плану-графіку заміни основних засобів. Вибір підприємством політики заміни устаткування та обладнання дає змогу підприємству більш ефективно використовувати капітальні вкладення в підвищення якісного стану виробничої бази підприємств.

На цьому кроці, доцільним було б застосовувати метод динамічного програмування Р.Белмана [1, с.4], що дозволяє найбільш чітко максимізувати прибуток або мінімізувати витрати підприємства.

Останнім кроком другого етапу, на основі результатів, отриманих після оцінки техніко-технологічного, організаційного рівня виробничої бази, виявлення "слабких місць", необхідно визначити потребу в фінансових ресурсах, необхідних для оновлення виробничої бази підприємства.

Дуже часто, на підприємствах затрати на виконання всіх розроблених заходів значно перевищують фінансові ресурси, якими володіє підприємство на ці цілі. Тому виникає необхідність вибору найбільш ефективного з них для кінцевого включення в оцінку інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств, що забезпечить прийняття оптимальних управлінських рішень.

Доцільно визначити не тільки сукупність найбільш результативних заходів, що дозволять отримати максимальний прибуток, але і встановити найбільш вигідні умови для підприємства з метою їх впровадження. Рішення цієї задачі, важлива роль якої полягає у можливості її використання для визначення оптимальної сукупності найбільш ефективних заходів, пропонується здійснити на основі використання методів математичного програмування.

Потім визначаються заходи (оптимальна сукупність), які дадуть найбільшу віддачу в результаті проведених затрат в межах власних ресурсів. Після цього,

залишається група заходів менш ефективних, які не підлягають включенню в інноваційний план через недостатність власних засобів. Сучасний стан зовнішніх та внутрішніх факторів підприємств спричиняє погіршення результативних показників діяльності підприємства.

Третім етапом методики є аналіз ефективності капітальних вкладень в інноваційно-інвестиційну діяльність підприємства.

На даному етапі підприємству потрібно визначити основний загальний показник ефективності результатів інноваційної діяльності, а саме показник економічного ефекту, який на всіх етапах реалізації результатів визначається як підвищення вартісної оцінки результатів над їх вартісною оцінкою сукупних затрат за весь термін здійснення результатів інноваційної діяльності.

Результатом впровадження інноваційної діяльності можуть бути будь-які наслідки його реалізації (підвищення технічного, технологічного і організаційного рівня).

Наступним, останнім, етапом методики є проведення аналізу підвищення впливу якісного стану виробничої бази підприємства на його кінцеві економічні результати.

Метою запропонованого етапу є встановлення приросту економічних показників виробництва, який визначається стабільністю узагальнених показників техніко-технологічного та організаційного рівнів підприємства, що розраховується на основі порівняння з результатами минулих років, плановими показниками, свідчить про відповідність інноваційно-інвестиційної діяльності сучасним вимогам. Відповідно, погіршення показників свідчить про необхідність проведення більш глибокого аналізу механізму функціонування підприємства на рівні складових підприємства.

Наступним кроком доцільно порівняти інтегральні показники техніко-технологічного, організаційного рівня з економічними.

Базою для цього можуть виступати експертні значення приватних показників, значення попередніх періодів, аналогічні показники передових підприємств галузі.

Експертний метод передбачає облік та врахування думок експертів про рівні виробництва на першому етапі. Кожен експерт оцінює ступінь важливості показників рівнів виробництва шляхом присвоєння їм різних рангів. Найважливішому показнику присвоюється ранг 1, наступному, менш важливому, – ранг 2 і т.д. Якщо експерт вважає деякі показники рівноцінними, він присвоює їм однаковий ранг, наприклад, 3,5 – за рівності значень третього й четвертого рангів.

Після цього проводиться математична обробка результатів ранжування з урахуванням думок експертів та їх поглядів на той чи інший показник. При цьому інколи доводиться або збільшувати кількість експертів і повторювати експертизу показників, або запрошувати інших.

Для порівняльної оцінки базових і перспективних показників рівня виробництва (технічного, технологічного та організаційного) з економічними показниками підприємства, доцільно скористатися диференційованим методом, який полягає в попарному порівнянні показників, як для базового

варіанту так і для перспективного, визначаючи тим самим індекси для всіх оцінюючих показників виробництва:

$$\begin{aligned} I_{\text{техн.}} &= \frac{K_{\text{інт.техн.перспек.}}}{K_{\text{інт.техн.баз.}}}; \\ I_{\text{технол.}} &= \frac{K_{\text{інт.технол.персп.}}}{K_{\text{інт.технол.баз.}}}; \\ I_{\text{орган.}} &= \frac{K_{\text{інт.орган.перспек.}}}{K_{\text{інт.орган.баз.}}}, \end{aligned} \quad (2)$$

Результати проведення даного етапу аналізу в динаміці свідчать про відповідність зростання економічних показників діяльності підприємства, зростанню якісних показників стану виробничої бази і являються базою для подальшого поглиблення розробленої методики, що потребує урахування усіх інших (крім техніко-технологічних та організаційних) факторів впливу на кінцеві результати діяльності підприємства.

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, застосування методики дасть можливість підприємствам: аналізувати технічний, технологічний, організаційний рівень виробництва і визначати напрямки удосконалення виробничої бази; давати загальну оцінку ефективності використання інвестиційних вкладень на технічне удосконалення виробничої бази; кількісно оцінювати вплив інноваційного розвитку на основі економічних показників діяльності структурних ланок; визначати найбільш ефективні напрями для вкладення засобів, а також взаємозв'язок показників інноваційного розвитку, відображених у статистичній звітності; визначати й аналізувати потребу в засобах на самофінансування; вибирати з розроблених заходів оптимальне співвідношення найбільше результативних, що дають максимальне збільшення доходу при обмежених джерелах власних і позичкових фінансових засобів.

1. Белман Р., Дрейфус. Прикладные задачи динамического программирования. – М.: Наука, 1965.
2. Войнаренко М.П., Радецька Л.П., Філіпчук В.Р. Проблеми реформування економіки України. – К.: Логос, 1999.
3. Гончарова Н. Оцінка ефективності діяльності підприємств // Економіка України. – 1998. – № 12.
4. Герасимчук М. Джерела і структура капіталовкладень // Економіка України. – 1998. – № 12.
5. Гойко А.Ф. Методи оцінки ефективності інвестицій та пріоритетні напрями їх реалізації. – К.: ВІРА-Р, 1999. – 320 с.
6. Одетюк І.В. Державні пріоритети технологічного розвитку, їх роль та проблеми економічної оцінки в Україні // Проблеми науки. Міжгалузевий науково-технічний журнал. – 2001. – № 2.
7. Зайцев Б.Ф. Сущность и показатели оценки технико-экономического уровня производства // Плановое хозяйство. – 1977. – № 7. – С. 50-71.
8. Методика определения эффективности капитальных вложений / Под ред. Хачатурова Т.С. – М.: Экономика, 1990.
9. Методические рекомендации по комплексной оценке эффективности мероприятий, направленных на ускорение научно-технического прогресса // Бюллетень нормативных актов министерств и ведомств СССР. – 1988. – № 7.
10. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов (вторая редакция). Официальное издание. Утверждено: Министерство экономики РФ от 21.06.1999 г. – М.: Экономика, 2000.
11. Палтерович Д.М. Планирование технического перевооружения производства. – М.: Экономика, 1978.
12. Типовая методика определения экономической эффективности капитальных вложений // Эффективность капитальных вложений: Сб. утвержденных методик. – М., 1983.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

В. Осецький, д-р екон. наук, проф.,
В. Марченко, канд. екон. наук, доц.

КОНЦЕНТРАЦІЯ В ГАЛУЗЯХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇЇ ЗМІНИ В РЕЗУЛЬТАТІ СВІТОВИХ ПРОЦЕСІВ КОНСОЛІДАЦІЇ

Досліджено рівень концентрації в галузях харчової промисловості та розроблено пропозиції щодо удосконаленню регулювання з метою недопущення монополізації та антиконкурентних дій на продовольчих ринках країни.

The article deals with the problem of concentration in the branch of food industry. The authors work out the propositions of regulation improving in order to inadmissible the monopolization of food markets.

Постановка проблеми. Становлення приватної власності в Україні призвело до розвитку всіх сфер сус-

пільної діяльності. Однак, в умовах поступового економічного зростання та включення України в систему сві-

тогосподарських відносин спостерігається поступове накопичення негативних ознак, які є характерними для сучасного етапу як національних економік так і світової економіки в цілому. Такими ознаками є асиметрія між-галузевого та територіального розвитку, нерациональна структура промислового виробництва, непропорційність розвитку виробництва, незбалансованість системи економічних інтересів, тощо. В даних умовах зростає роль та вага контролю за процесами розвитку з метою розробки системи підтримуючих або обмежуючих заходів, направлених на формування збалансованої, пропорційної системи економічних відносин. Реалізація даної політики можлива лише в умовах постійного моніторингу стану розвитку виробництва та прогнозування можливих його змін. Найпоширенішим індикатором стану розвитку галузей виробництва є концентрація, яка дає можливість оцінити рівень конкуренції в галузі, привабливість галузі та можливість використання антиконкурентних дій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання концентрації відносяться до базових питань економічної теорії, тому популярність їх розгляду в наукових дослідженнях є невисокою. Найчастіше концентрацію розглядають в розрізі базових питань антимонопольної політики [1, 4], при дослідженні стану конкуренції на ринку [5, 6] або як наслідок процесів злиття та поглинання.

Найпоширенішим приводом звернення до практичних питань концентрації виробництва в розрізі окремих товарних груп є загроза застосування норм антимонопольного законодавства до окремих підприємств України [6].

Невирішені раніше частини загальної проблеми. В науковій літературі практично залишилися не розкритими питання дослідження концентрації в розрізі галузей промисловості як передумови майбутніх процесів перерозподілу власності.

Недостатньо уваги приділено прогнозу майбутніх змін стану концентрації як наслідку внутрішніх трансформацій і як результату зовнішнього впливу.

Мета статті. Дослідити рівень концентрації в галузях харчової промисловості з огляду на можливість прогнозування тенденцій злиття та поглинання та розробити пропозиції по удосконаленню регулювання даних процесів з метою недопущення монополізації та антиконкурентних дій на продовольчих ринках країни.

Виклад основного матеріалу. Ринкові перетворення в економіці України неминуче призвели до змін в усіх сферах діяльності та суспільного життя. Спостерігаються зміни як якісного так і кількісного характеру. Змінюється товарний асортимент, географія діяльності, соціальна значимість продукції, що випускається, з одночасними змінами кількості виробників продукції, купівельної спроможності населення, тощо.

В умовах даних тенденцій, які мають як позитивні так і негативні прояви, дослідження стану ринку та тенденцій його розвитку має неабияку вагу, оскільки визначає основи політики регулювання ринків відповідних товарів та формує контур стратегії промислового розвитку країни.

В рамках представленої статті буде зроблено спробу дослідити стан концентрації ринку галузей харчової промисловості. Дослідження проведено без врахування географічних меж ринку відповідного продукту, ідентифікації компаній виробників та умов входження на ринок. Тому представлене дослідження в поданому вигляді не може бути використане як підстава для постановки питання про монополізацію чи створення конкурентних умов на відповідних ринках. Хоч, слід враховувати, що основний асортимент підприємств відповідних галузей харчової промисловості є взаємозамінним, індекс концентрації на відповідному географічному ринку набуватиме значення індикатора його стану.

Для дослідження стану концентрації в харчовій промисловості України були використані показники: коефіцієнт концентрації (CR) трьох найбільших виробників в галузі, який у відповідності з Законом України "Про захист економічної конкуренції" [3] є індикатором монополізації на ринку та коефіцієнт Герфіндала-Гіршмана (HHI), який з 1992 року використовується антимонопольним відділом Міністерства юстиції та Федеральним торговельно-комісією США як регулятор операцій злиття.

Коефіцієнт HHI призначений для вимірювання концентрації в галузі на основі сукупності часток всіх товаровиробників даної продукції. На жаль, відсутність повного масиву інформації за всіма галузями промисловості не дає змоги провести завершений аналіз стану концентрації за показником Герфіндала-Гіршмана, тому його розрахунок, здійснений на основі суми квадратів часток трьох найкрупніших товаровиробників з метою підтвердження відповідності між закономірностями показників CR 3 і HHI 3. Як засвідчили розрахунки даних показників, числові значення CR 3 і HHI 3 виявляють одні і ті ж самі закономірності концентрації в галузі. Зростання CR3 відповідає зростанню HHI 3 (табл. 1).

Таблиця 1. Концентрація галузей харчової промисловості

Галузі	CR 3	HHI 3
Цукрова	27,5	287,93
Сироробна	29	293
Молочна	37	557
Олієжирова	38,0	510
Макаронна	40,8	631,19
Лікерогорілчана	47,4	828,39
Кондитерська	53,24	1356,49
Тютюнова	70,0	1659,7
Пивобезалкогольна	81,1	2255,0

Аналіз динаміки коефіцієнтів концентрації, розрахованого на основі долі трьох найкрупніших товаровиробників в галузі, та динаміки його зміни засвідчує різну структурованість та концентрованість ринків. Найбільш концентрованими є ринки: тютюнових виробів (частка трьох найкрупніших виробників складає близько 70 %), виробництво пива (частка трьох найкрупніших корпорацій складає близько 80 %). До низько концентрованих відносяться цукрова, сироробна галузі промисловості. За даними індексу HHI, розрахованого на основі частки трьох найбільших товаровиробників галузі, злиття суб'єктів господарювання або приєднання одного суб'єкта господарювання до іншого; набуття безпосередньо або через інших осіб контролю одним або кількома суб'єктами господарювання над одним або кількома суб'єктами господарювання чи частинами суб'єктів господарювання, не призведе до зміни стану концентрації на ринку.

Низьке значення коефіцієнта концентрації в цукровій промисловості обумовлене значною кількістю виробників даного продукту та низькою ефективністю їх діяльності, викликану чинниками зовнішнього характеру та особливостями внутрішньої організації виробництва. 119 реально працюючих підприємств цукрової галузі переробляють в два рази менше сировини порівняно з періодом до 1991 року [7, с. 6]. На ринку молочної продукції пропозиція формується близько 250 виробниками. Кількість підприємств на ринку олієжирової промисловості складає 16 підприємств. Виробництво кондитерської продукції здійснюють 25 підприємств асоціації "Укркондитер". Пропозицію тютюнових виробів формують 16 тютюнових фабрик. Виробництво пива в Україні здійснюють 46 великих та середніх підприємств, лікero-горілчаної продукції – 125 виробників. Дана статистика є підтвердженням загальновідомих закономірностей між коефіцієнтом кон-

центрації та кількістю виробників продукції. Чим більша кількість підприємств виробників продукції, тим вищою буде конкуренція на відповідному ринку, і нижчим є коефіцієнт концентрації та рівень консолідації.

На основі даних, представлених в таблиці 1, та використовуючи метод групування, розподілимо галузі харчової промисловості за рівнем значення коефіцієнта концентрації.

Групування галузей харчової промисловості за значеннями коефіцієнта концентрації для трьох найкрупні-

ших виробників та значеннями індексу ННІ для тих же представників галузі дає змогу засвідчити факт низької концентрації на основних продовольчих ринках України, а враховуючи залежність між концентрацією та конкуренцією на ринку і високу їх конкуренцію.

В порядку розташування галузей в таблиці 2 зверху вниз зменшується і рівень рентабельності виробництва в галузі, від збитку в цукровій промисловості до рентабельності в 40 % в пивобезалкогольній. Бар'єри входження в галузь змінюються пропорційно тій же вертикалі.

Таблиця 2. Групування галузей харчової промисловості за рівнем концентрації

	Значення коефіцієнта концентрації, CR 3, %	Значення ННІ 3			Галузь промисловості	Ступінь конкуренції
		До 1000	1000-1800	Понад 1800		
Висококонцентровані	76 – 100			+	пивобезалкогольна	низький
З середнім рівнем концентрації	51– 75		+	+	тютюнова кондитерська	помірний низький
З помірною концентрацією	36– 50		+		олієжирова, лікєро-горілчана, макаронна, молочна	високий помірний
Малококонцентровані	до 35	+			сироробна, цукрова	високий

Як свідчать емпіричні дані висококонкурентних ринків, високий індекс концентрації для галузі може бути сигналом великої маржі між ціною та витратами. Для відповіді на запитання, чи вплине концентрація на ринку на можливість використання антиконкурентних дій зі сторони продавців, можна використати два підходи, які в своєму погляді на концентрацію є дещо спільними, і в результаті пояснюють одні і ті ж закономірності. Перший підхід до концентрації заснований на гіпотезі про змову. Згідно з ним, чим вищою є концентрація в галузі, тим менше фірм схильні конкурувати одна з одною і тим більшою буде маржа між ціною і витратами. Основоположником даної гіпотези вважається Огюстен Курно, який іще в 1838 році в праці "Наукові дослідження математичних принципів теорії багатства" при розробці моделі олігополії виявив дану позитивну залежність. Згідно з даною гіпотезою зменшення кількості підприємств може стати причиною організації і підтримання змови. Використання гіпотези Курно, як основи антимонопольної політики, вимагає постійного контролю за станом концентрації в галузі та використання жорстких заходів демонополізації щодо учасників ринку, таких як поділ підприємств, роздрібнення висококонцентрованих галузей.

В основі іншого, більш ліберальнішого підходу до економічного аналізу концентрації, лежить гіпотеза про диференціацію ефективності, запропонована Гарольдом Демсецом. У відповідності з даною гіпотезою зростання маржі між ціною і витратами є причиною зростання концентрації. Зростання маржі можливе за рахунок нижчих витрат або вищої якості продукції. Саме ці фактори забезпечують деяким із підприємств галузі домінуюче положення. Заборона на концентрацію за даною гіпотезою розглядається як позбавлення передумов для зниження ціни на товари більш високої якості [4, с.205].

Обидві гіпотези пояснюють існуючі погляди антимонопольної політики на зростання концентрації в галузі. За першою із гіпотез антимонопольна політика повинна забороняти будь-яке зростання концентрації в галузі. За іншою – не втручатись в процес зростання концентрації, окрім випадків, коли така концентрація призведе до застосування антиконкурентних дій зі сторони підприємств-учасників концентрації.

Щодо малококонцентрованих ринків, то слід відмітити, що низька концентрація деяких галузей промисловості України є причиною низької ефективності виробництва продовольчих товарів. Значення коефіцієнту викорис-

тання виробничих потужностей, фондів, витрат на одну гривню обсягу виробництва, рентабельності активів зменшується при переході від високо- до низькоконцентрованих галузей харчової промисловості.

Отже зростання концентрації в низькоконцентрованих галузях може розглядатися як шлях їх ефективного розвитку. Одним із факторів зростання такої ефективності є економія на масштабі, яка визначається як частка ринкового обсягу виробництва, необхідного для того, щоб підприємство досягло мінімальних довготривалих середніх витрат. Важливим джерелом економії на масштабі є спеціалізація робочої сили та обладнання, яка забезпечується завдяки збільшенню масштабів підприємства. Що ж до негативних наслідків економії на масштабі, то на сьогодні є лише один, який полягає в тому, що із збільшенням масштабів підприємства вищому керівництву стає дедалі важче контролювати всю організацію.

Економія на масштабі виникає як результат зменшення долі умовно постійних витрат на одиницю продукції в результаті зростання обсягів її виробництва. На підприємствах харчової промисловості доля умовно постійних витрат в повних витратах складає: на підприємствах спиртової та лікєро-горілчаної галузі – 20-30 %, хлібопекарної – 15-20 %, кондитерської – 50-60 %, безалкогольної – 30 %, оліє жирової 15-25 %, молочної – 10-30 %. Дослідження залежності між зростанням обсягів виробництва та ефектом масштабу, проведене на підставі емпіричних даних підприємств молочної промисловості, дало можливість виявити наступну залежність: зростання обсягу виробництва на 10 % призводить до зниження повних витрат на 0,1 %, при зростанні виробництва на 20 % витрати зменшуються на 1,5 %, відповідно при 30 % на 2,2 %. Чим більшою є доля умовно-постійних витрат в структурі загальних витрат підприємства, тим більша економія буде отримана при зростанні обсягів виробництва і збільшення ступеню спеціалізації виробництва.

З таблиці концентрації трьох найкрупніших корпорацій можна зробити ряд висновків, які є логічною констатацією стану проблем в галузях харчової промисловості, характеризують різну інвестиційну привабливість галузей промисловості та прогнозують майбутні процеси консолідації в галузі:

✓ чим вища ступінь диверсифікації виробництва в галузі, тим вищим є рівень галузевої концентрації;

✓ чим менша кількість підприємств, виробників релевантного товару, тим вищою є рівень концентрації в галузі;

✓ незважаючи на підходи до виміру коефіцієнта концентрації (за коефіцієнтом концентрації трьох найкрупніших виробників чи то індексом Герфіндала-Гіршмана) галузеві закономірності залишаються однаковими;

✓ найбільш концентрованими є ринки тих товарів, які не входять до числа життєво необхідних, а за своїм функціональним призначенням забезпечують групові (або індивідуальні) потреби громадян;

✓ найбільш концентрованими є ринки тих товарів, які є продуктом кінцевого споживання;

✓ для галузей, які забезпечують потреби громадян середнього та високодохідного сегменту населення рівень концентрації є вищим;

✓ чим вищою є фондомісткість виробництва, тим вищим є коефіцієнт його концентрації;

✓ в галузях, де виробництво можливе лише в умовах високої організації крупномасштабної промислової переробки сировини, концентрація вища, аніж в тих із них, де можливе виробництво на базі малих підприємств;

✓ найвищий коефіцієнт концентрації притаманний підприємствам, які інтегровані до складу ПФГ;

✓ в галузях з високим коефіцієнтом концентрації процеси структурних змін відбуваються повільніше, ринки вважаються структурованими, а власність закріпленою.

Розвиток системи економічних відносин неминуче призводить і до зміни структури ринку та його концентрації. Концентрація виступає як результат реалізації приватних інтересів власників, інвесторів та регулюю-

чого впливу держави. Приватновласницькі інтереси визначаються привабливістю галузі як об'єкту інвестування. Власник зацікавлений в підтриманні рівня простого або розширеного відтворення предмету своєї власності, як джерела отримання доходу, інвестор – в набутті права власності на весь або частку майна підприємства з метою майбутнього отримання доходу. В період співпадання інтересів власника щодо залучення додаткового капіталу та інвестора щодо придбання привабливих активів, відбувається зміна стану концентрації на загальнонаціональному ринку або перерозподіл власності на відповідних галузевих ринках.

Стан концентрації ринків в період транснаціоналізації виробництва є результатом інвестиційної активності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Дослідження останніх років виявило залежність процесів концентрації виробництва окремо взятої країни від стадій консолідації як національних корпорацій, так і корпорацій інших країн. Американськими вченими Г. Дінзом, Ф. Крюгером, С. Зайзелем [2] була вперше введена в науковий обіг концепція кривої консолідації, у відповідності з якою в різних галузях процес консолідації відбувається з різною швидкістю і з різним ступенем, що характеризується різною часткою концентрації трьох найкрупніших компаній галузі. Згідно кривої, процес консолідації галузей проходить чотири стадії: початкову; зростання; спеціалізації; рівноваги і альянсів (табл. 3).

Таблиця 3. Стан світової галузевої концентрації*

Стадії консолідації	Коефіцієнт концентрації трьох найбільших товаровиробників CR 3	Галузі	Тривалість стадії
Початкова	До 30 %	текстильна промисловість, будівництво, послуги, страхування,	До 5 років
Зростання	До 35 %	хімічна промисловість, банки, пивоварні заводи, продаж автозапчастин виробництво, паперу, ресторани, фармацевтика,	До 7 років
Спеціалізація	35-75 %	виробництво вугілля, молочних продуктів, двигунів, роздрібна торгівля, металургія, автомобілебудування, шинна промисловість, літакобудування, суднобудування,	До 5 років
Рівноваги і альянсів	75 %	виробництво алюмінію, цементу, добування і переробка залізної руди, переробка нафти, виробництво взуття, виробництво безалкогольних напоїв, тютюнова промисловість	До 5 років

*Складено за даними [1, с.23].

Револьюційне відкриття кривої консолідації дало можливість пояснити стан нинішнього етапу перерозподільчих процесів в Україні та спрогнозувати майбутні їх галузеві тенденції.

Таблиця концентрації розкриває потенційні стратегії розвитку провідних світових виробників відповідної продукції і можливу участь України в їх реалізації. Найбільшу активність в процесах глобалізації своєї діяльності проявляють корпорації, які знаходяться на стадії спеціалізації. Як свідчать дані таблиці 3, на сьогодні, на стадії спеціалізації знаходяться виробники молочної продукції, роздрібна торгівля, металургія та інші, що і зумовлює практику перерозподільчих процесів в молочній та металургійній промисловостях України.

Прихід в Україну провідних роздрібних і оптових торговців зі світовим ім'ям підтверджують закономірності поведінки корпорацій третьої стадії консолідації.

Відповідність закономірностям світового розвитку підтвердили більшість галузей України. Галузі, лідируючі позиції в яких займають корпорації, власність на які належить іноземному капіталу переносять в Україну стратегічні імперативи та правила поведінки, прита-

манні стадіям розвитку їх материнських корпорацій. Підтвердженням для таких висновків є факти зростаючої консолідації іноземного капіталу на уже консолідованих національних ринках.

Створення альянсів в економічній науці розглядається як найвищий етап співробітництва між корпораціями. Альянси являють собою об'єднання з метою виконання договірних зобов'язань. Альянси створюються з метою спільного захисту своїх інтересів на ринку, координації своєї діяльності, тощо. В харчовій промисловості України є галузі з досить сильними позиціями договірних об'єднань виробників аналогічної продукції. Зокрема, спільна політика в тютюновій та лікєро-горілчаній галузях розробляється в СОВАТ, спиртової в "Укрспирт", хлібопекарної в "Хліб України". Об'єднання характерні і для регіональних рівні домовленості та домовленості між декількома корпораціями. Так, в 2004 році було створено ЗАТ "Житомирмолкопродукт", ТД "ЕталонМолкопродукт", які призначені розробляти спільне управління та здійснювати централізований продаж продукції підприємств-учасників.

Беручи до уваги закономірності щодо просування галузей по кривій консолідації, зміст яких полягає в переході від нижніх стадій консолідації до верхніх, можна прогнозувати майбутнє зростання концентрації через активізацію операцій злиття та поглинання в галузях, які на сьогодні перебувають на стадії зростання. Поступова глобалізація виробництва даних галузей та транснаціоналізація діяльності галузевих корпорацій зорієнтовані їх бізнесові інтереси на український ринок. Після плинину п'ятирічного періоду часу нова хвиля перерозподільчих процесів за участю світових транснаціональних виробників очікує фармацевтичну та хімічну промисловість, банківський та страховий сектор, ресторанний та готельний бізнес тощо. На сьогодні ці галузі перебувають в стадії своєї структуризації та становлення світових лідерів виробництва, які перейшовши на стадію спеціалізації зіштовхнуться з потребою розширення зовнішнього зростання за рахунок глобалізації виробництва, що і змусить шукати об'єкти для поглинання з яскраво вираженим ефектом синергії.

За другою хвилею поглинання відповідно до кривої консолідації має активізуватися третя із таких хвиль. Об'єктами майбутніх поглинань можуть стати підприємства легкої промисловості, комунальні підприємства, заклади відпочинку та розваг, будівництво, оренда і лізинг, нерухомість.

Використавши закономірності руху по стадіях консолідації корпорацій всіх видів економічної діяльності та оцінивши практику консолідації на галузевих ринках України, були прогнозовані можливі наслідки світової консолідації для національного ринку та зроблено висновки про незворотній характер майбутніх злиттів та поглинань в Україні. Рух по кривій консолідації світових провідних виробників, який супроводжуватиметься зростанням концентрації на ринках країн їх географічного розташування, неминує призведе до перерозподілу власності в Україні на користь таких світових лідерів. Тенденції останніх придбань в повній мірі підтверджують означені закономірності.

Відкриття кривої консолідації дало можливість зробити ряд основоположних для розуміння тенденцій світового розвитку закономірностей:

✓ всі корпорації, які мають на меті реалізувати наміри економічного зростання, повинні консолідуватися, що призведе до зміни стану концентрації на відповідних ринках;

✓ всі галузі в своєму еволюційному розвитку проходять чотири стадії консолідації: початкову, зростання, спеціалізації, рівноваги і альянсів. Найбільший вплив на стан концентрації в галузі мають стадії зростання та спеціалізації. На стадії рівноваги і альянсів концентрація є наслідком транснаціоналізації виробництва;

✓ часові терміни, на протязі яких корпорація переходить від однієї стадії консолідації до іншої складають в середньому 5 років. Це засвідчує зміну стану концентрації на ринку в п'ятирічний період;

✓ перехід від однієї стадії консолідації до іншої супроводжується перерозподілом власності та зміною стану концентрації не лише на ринках країн розташування корпорацій, але й на ринках інших країн світу (в зв'язку з реалізацією намірів глобалізації виробництва).

Висновки і перспективи подальших розробок. Дослідження стану концентрації на ринку продукції харчової промисловості дало можливість підтвердити різний стан конкуренції на ринку, викликаний різним рівнем привабливості її галузей. Коефіцієнт концентрації, як індикатор стану концентрації в галузі, має стати не лише показником стану розвитку конкуренції в галузях промисловості, а й приводом до застосування інструментів та засобів підтримки їх розвитку.

1. Антимонопольна діяльність : Підручник / В.Д. Лагутін, Л.С. Голово, Ю.І. Кругул та ін.; За ред. проф. В.Д. Лагутіна. – К.: КНТЕУ, 2005.
2. Динз Г., Крюгер Ф., Зайзель С. К победе через слияние. – М.: Алипи на бизнес букс. – 2004. 3. Закон України "Про захист економічної конкуренції" від 11 січня 2001 року № 2210-III. 4. Кіп В. Віскозі, Джон М. Верном, Джозеф Е. Гарингтон. Економічна теорія регулювання та антимонопольна політика. – К.: ОСНОВИ, 2004. 5. Конкуренція в Україні. Аналітична доповідь щодо стану, тенденцій і проблем розвитку економічної конкуренції в Україні у 2000-2005 роках. – К.: Антимонопольний комітет України, Центр комплексних досліджень з питань антимонопольної політики, Державна установа Інститут економіки та прогнозування Національної академії наук України, 2006. 6. Костусев А.А. Конкурентная политика в Украине : Монография – К.: КНЭУ, 2004. 7. Україна цього року буде зі своїм цукром // Вісник цукровиків України. – 2006. – № 4.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

В. Приймак, канд. екон. наук., доц.

РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ: ПРОЦЕСНИЙ ПІДХІД

У статті розглянуто аспекти реалізації управлінського рішення як одного з ключових елементів системи управління організацією. Визначено структуру, логічну послідовність і учасників процесу реалізації управлінського рішення, а також форми документального фіксування ходу та результатів прийняття управлінського рішення.

The aspect of realization of the administrative decision as one of the key elements of the organization's control system is considered in this article. The structure, logic sequence and all the participants of a process of realization of the administrative decision as well as the form of documentary fixation of a course and results of acceptance of the administrative decision are defined.

Постановка проблеми. Досить часто найбільш слабкою ланкою процесу ухвалення рішень виявляється етап їх реалізації. Вважається, оскільки наказ (розпорядження, вказівка тощо) підписаний, то відповідальність за результат справи автоматично перекладається на виконавців і що він буде виконаний.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Жодна організація неможлива без методики (програм, проектів, планів) реалізації рішень (може бути зафіксована у формі регламентів, положень, інструкцій тощо), необхідних для координації дій її структурних підрозділів чи ОПР (окремих посадових осіб). Більш того, без кваліфікованої методики реалізації рішень неможлива ефективна система управління взагалі (оскільки результатом будь-якої управлінської діяльності є управлінські рішення). При цьому процеси роботи з рішення-

ми за низкою проблем мають реалізовуватися у взаємному зв'язку і з урахуванням складових, що виходять далеко за рамки окремих формалізованих (зокрема математизованих) структур.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Критичний аналіз наукових праць з окресленої проблематики засвідчив, що питання прийняття управлінських рішень все частіше стають предметом як сучасних наукових досліджень так і практикуючих управлінців. Зокрема, базові знання про процеси прийняття управлінських рішень та ефективне управління організаціями на їх основі висвітлюються у працях Василенка В., Дерлоу Дес., Євтушевського В., Лафта Дж., Литвака Б., Смірнова Е., Фатхутдінова Р., Черваньова Д., Шегди А.

Метою статті є окреслення загальнотеоретичної концепції процесу реалізації управлінського рішення та

формування практичних рекомендацій щодо процедурних підходів та інструментів втілення в життя результатів управлінської діяльності.

Виклад основного матеріалу. Успішна реалізація управлінського рішення базується на чіткому плані дій, в якому жорстко прописані зміст робіт, послідовність їх виконання, необхідний час і ресурси, вимоги до якості, виконавців, загальні і проміжні результати рішення тощо. Як свідчить практика, етап реалізації управлінських рішень на підприємствах є найбільш слабкою ланкою процесу прийняття управлінських рішень, що зумовлено: недооцінкою значущості організаційного забезпечення процесу реалі-

зації рішення; відсутність у особу, що приймає рішення (ОПР) досвіду і бази знань реалізації рішень; нерозуміння і невміння використовувати в своїй діяльності методи і способи роботи з рішеннями; тенденція культивування "успішними власниками і практиками" зневажливого ставлення до теорії і порад науковців; невисокий рівень відповідальності за якість власних рішень, зумовлений відсутністю зворотних зв'язків і реальною безкарністю у разі несприятливих наслідків рішення [1].

Реалізація рішення полягає в організуванні виконання рішення, аналізі і контролю процесу виконання, здійсненні зворотного зв'язку (рис. 1) [2].

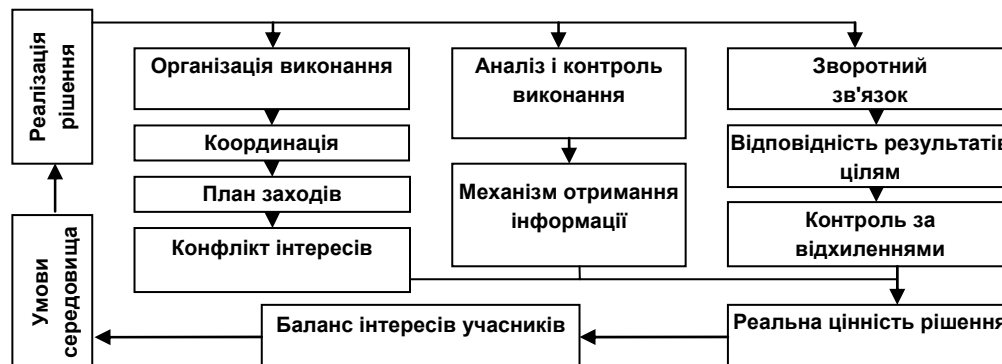


Рис. 1. Алгоритм реалізації управлінського рішення

Виконання рішення передбачає координацію зусиль багатьох людей. Тому даний етап має складатися як правило з декількох кроків: план заходів; розподіл повноважень і обов'язків серед учасників, що реалізують

рішення, тощо. Крім того, процес реалізації рішення має містити механізм одержання інформації про хід виконання і, у разі потреби, – корегування виконання рішення (табл. 1) [3].

Таблиця 1. Реалізація управлінського рішення

Процес	Характер реакції
Ухвалення рішення	ОПР – оптимальне поєднання досвіду, знань, креативності; використання спеціальних методів відкритого обговорення; додатковий обмін інформацією; узгодження протилежних поглядів; пошук компромісу
Розробка плану дій	розробка чіткого складу, послідовності дій; термінів виконання; види і обсяг задіяних ресурсів, відповідальних осіб
Контроль реалізації плану	моніторинг реалізації запланованих заходів; використання автоматизованих засобів контролю; корегування планів відповідно до виявлених відхилень
Аналіз і оцінка результатів управлінського рішення	виявлення сильних і слабких сторін процесу прийняття управлінського рішення; фіксування досвіду вирішення аналогічних проблем (ситуацій)

За такої системи моніторингу і управління проблеми поява відхилень у процесі реалізації рішення може бути спрогнозована і попереджена.

Успішне здійснення кожного із елементів процесу реалізації управлінських рішень (рис. 2) передбачає наявність у особи відповідальної за реалізацію рішення (ОВР) спеціальних знань, умінь і навиків.

Особа відповідальна за реалізацію рішення – це особа або група осіб чи організація (керівник або група керівників підприємства), яким доручена реалізація прийнятого ОПР рішення [5].

Констатація цілей – це процес формулювання, обговорення, формалізації і документального фіксування цілей рішення. Неякісна констатація цілей призводить до того, що виконавці/підлеглі: не знають, що від них чекають; за що конкретно вони несуть відповідальність; не можуть зосередитися на своїй роботі; виражають незадоволеність тим, що не беруть участі у прийнятті рішень і втрачають мотивацію до більш напруженої діяльності.

Управлінський вплив може бути виражений у формі: заборони – усна або письмова заборона, що припускає певні санкції у разі його порушення. Встановлюючи за-

борони, не можна забувати про те, що іноді "запретний плод особливо сладок"; наказ/розпорядження/вказівка – зобов'язує виконавця/підлеглого виконувати конкретні дії [4]. Виконання розпоряджень суттєво залежить від точності і зрозумілості його формулювань. Іноді відсутність розпорядження зумовлює істотні відхилення від бажаного результату або помилки; обмеження – визначають межі дій, повноважень чи діяльності; орієнтирів і рекомендацій – вказівок, чого слід уникати і/або прагнути.

Реалізація управлінських рішень на підприємстві може організовуватись індивідуально і колективно.

Індивідуальне виконання рішень (Porter and Lawler): рольове виконання – функції визначені посадовими інструкціями, а винагорода здійснюється в рамках формальної організаційної системи оплати праці; виконання, що виходить за межі ролі, – функції, що не входять в посадові обов'язки і не передбачають гарантованої винагороди.

Колективне виконання рішень передбачає формування групи виконання рішення, до складу якої включаються найбільш кваліфіковані фахівці з даної проблеми. Колективна співпраця ОПР, фахівців і експертів поліпшує процес прийняття рішень за допомогою інтег-

рації знань, досвіду і різних тлумачень перспектив. Колективні зусилля дають змогу групі прийняття управлінського рішення краще зрозуміти зміст проблеми, створювати мікроклімат для творчого пошуку, своєчасно визначати помилки в процесі прийняття рішень. Оскільки до процесу прийняття рішень залучено колектив фахівців, саме вони зумовлюють жорсткіші зобов'язання щодо колективних рішень, і, тому, очікується менший опір у процесі їх реалізації. Отже, має місце низка явних чинників підсилення прийняття рішень, створюваних колективним органом, а не індивідом. Проте колективне прийняття рішень має низку недоліків: часто колективні рішення приймаються довше, ніж індивідуальні; існує

тенденція витратити багато непродуктивного часу на очікування, організацію або повторення відомих фактів; колектив може неадекватно впливати на процес прийняття рішень, якщо є розбіжності в психофізичних і владних параметрах фахівців; неузгодженість зусиль колективного ОПР при реалізації рішення або перекладання своїх завдань та обов'язок на інших. Колективне виконання рішення передбачає видання розпорядчого документа про формування групи, в якому призначається керівник групи і чітко прописуються повноваження і відповідальність кожного члена групи; визначається система винагороди і форми контролю і звітності.



Рис. 2. Взаємозв'язок елементів реалізації управлінського рішення

Наскільки добре або погано буде виконано конкретне завдання, залежить від таких чинників: рівень виконання визначається здібностями, бажанням працівників, координацією, узгодженням дій в групі, можливістю організації; оцінка, відбір, навчання персоналу дозволяють врахувати індивідуальні якості працівників виконувати завдання; мотивація персоналу, система просування, планування кар'єри, організаційна культура визначають бажання працівників займати активну позицію в процесі виконання завдань; важливу роль відіграють структура і особливості взаємодії в робочій групі; ситуаційні обмеження впливають на рівень виконання рішення. До таких обмежень відносять: відсутність часу, нечіткі інструкції, недостатність влади, повноважень, розподіл функцій, відсутність необхідного обслуговування, негнучкість процедур тощо.

Важливу складову реалізації управлінських рішень є делегування повноважень. Розв'язання проблеми: визначення сфери, змісту функцій делегування є досить складним завданням і більшою мірою залежить від особистісних характеристик керівника, а також середовища реалізації управлінських рішень. Перевагами делегування повноважень при реалізації управлінських рішень є: економія часу; використання спеціальних знань підлеглих; створення підлеглим додаткової мотивації; отримання додаткових ідей з боку підлеглих; наочний характер критичних зауважень і сумнівів з боку підлеглих; посилення ефекту реалізації поставлених завдань

через більшу самостійність підлеглих; можливість кращого вивчення підлеглих; часткове розвантаження керівника і звільнення від частини відповідальності.

Одним з основних елементів реалізації управлінських рішень є контроль. Контроль може бути: епізодичний і систематичний; детальний і загальний; попереджувачий (попередження можливих помилок), констатуючий (пошук і покарання винних), аналітичний (виявлення причин зроблених помилок). Якщо у керівника існує установка, що працівників необхідно примушувати працювати, то він віддає перевагу частому, детальному і констатуючому контролю. Установка на те, що працівникам треба створювати сприятливі умови для успішної діяльності, припускає систематичний, загальний контроль, поєднання попереджувачого і аналітичного рівнів.

Контроль не обмежується інцидентами. Елемент несподіванки і випадковості носить нервозність. У підлеглих може виникнути відчуття, що роки безпомилкової роботи менш важливі, ніж дефекти, виявлені під час одноразової випадкової перевірки. Тотальний контроль породжує недбалість. У такому разі у підлеглих формується упевненість у тому, що самі вони можуть не звертати увагу на контрольні події. Прихований контроль викликає прикрий, дратує. Необхідно повідомляти підлеглих про результати контролю. Тим самим встановлюється зворотний зв'язок, і працівник може своєчасно скоректувати неправильні дії, не припускати повторних помилок.

Оцінка виконання управлінського рішення враховує: індивідуальні особливості, фізичний, емоційний стан працівника, його актуальні потреби; послідовність оцінок відповідно до поведінки працівника; відповідність оцінок і досягнень, зусиль; особливості ситуації.

Похвала, особливо з боку керівників або колег, сприяє зростанню самоповаги, що є одним з найбільш дієвих мотивуючих чинників, що забезпечують високий рівень виконання. Проте, якщо певних вимог не дотримуються, дієвість цього стимулу зменшується. Такими вимогами є: похвала, яка має бути не абстрактною (наприклад: "Ви добрий працівник"), а конкретною (саме які дії і чому заслуговують заохочення); похвала має бути своєчасною; не обов'язково хвалити на кожному етапі рішення задачі, досить зробити це в кінці, щоб не знецінювати стимул; похвала має відповідати особистому внеску кожного; хвалити слід з урахуванням індивідуально-психологічних особливостей працівника; не можна перетворювати похвалу

на засіб маніпулювання людьми і забувати про можливу появу відчуття заздрості у оточуючих.

Водночас, система мотивування і стимулювання обов'язково має передбачати покарання за невиконання працівником певних посадових обов'язків. Вона може бути зафіксована в явній або неявній формі. В практиці управління існують методики явного декларування покарання (відшкодування витрат чи збитків, оголошення догани чи недовіри тощо). Серед позитивних аспектів системи покарання можна виділити такі, як: посилення акцентів працівника на роботі, яку він виконує; активізація зусиль та відповідальності щодо виконання своїх обов'язків; підвищення вимог до якості результатів праці; усвідомлення важливості для організації поставлених перед працівником завдань. Однак менеджери, які розробляють систему мотивації, мають дуже виважено і обережно підходити до формування системи покарань, оскільки її впливом можна завдати непоправної шкоди організації (рис. 3).

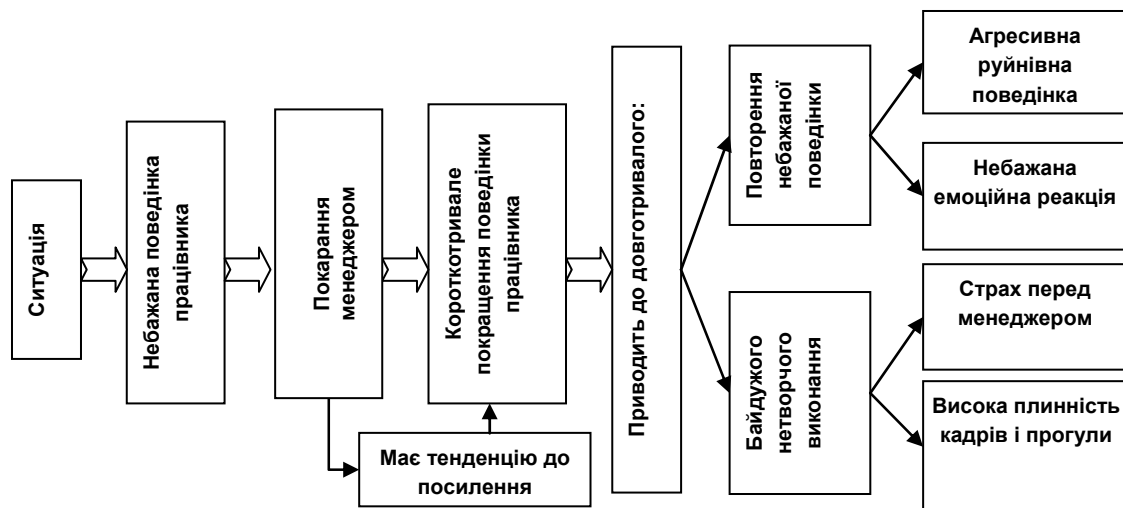


Рис. 3. Ефект системи покарання

Так серед негативних аспектів системи покарання можна виділити: повторення небажаної поведінки; байдуже нетворче виконання завдань; агресивна руйнівна поведінка працівника; небажана емоційна реакція; страх перед менеджером; висока плинність кадрів і прогули.

Ефективність покарання: воно буде ефективнішим, якщо буде достатньо мотивованим і своєчасним; є наслідком конкретних дій, а не за поведінку в цілому; має враховувати час і індивідуальні особливості; має нести інформаційне навантаження; є ефективнішим у контексті виховної дії.

Оскільки управлінські рішення приймаються ОПР в межах його посадових повноважень і стосуються розподілу ресурсів підприємства, вони мають бути задокументовані відповідно до норм, стандартів і правил з діловодства, які відповідають рівню рішення (організаційне, міжорганізаційне, галузеве, державного чи міжнародного рівня). Крім належного оформлення, управлінське рішення має пройти офіційну процедуру погодження/засвідчення. Структура документального забезпечення процесу прийняття управлінських рішень має чітко відповідати загально-методичній структурі самого процесу, організаційним (корпоративним) нормам і стандартам конкретної організації і державним вимогам діловодства (рис. 4) [5].

Висновки і перспективи подальших розробок.

Очевидно, що кожна організація має право обирати методологію і процедури реалізації управлінських рішень відповідно до специфіки своєї діяльності і органі-

заційної структури, корпоративної культури і рівня професіоналізму управлінського персоналу. Проте за всіх обставин всі вони рівною мірою прагнуть до забезпечення виконання прийнятих рішень найбільш адекватними для кожного з них методами (своєчасно, в повному обсязі і з можливо меншими витратами).

Зокрема, методика реалізації рішення має передбачати: нагадування виконавцям про загальну мету колективу і конкретні цілі окремих підрозділів; рекомендації, а, за необхідності, і прескриптивні методи (методи, що передбачають конкретні чітко визначені дії) досягнення мети; склад виконавців рішення; розподіл обов'язків між конкретними виконавцями, визначення бюджету і встановлення графіка їхніх дій; доведення завдань до конкретних виконавців; визначення термінів проведення всієї роботи і конкретного часу виконання її етапів (за допомогою сіткового графіка); відповідне і безумовне ресурсне забезпечення відповідно до плану виконання робіт; засоби контролю за виконанням, рішення і з досягнутими результатами; можливість внесення, у разі потреби, змін у рішення у ході його виконання; ретельно має бути відпрацьована і налагоджена система контролю.

Для успішної реалізації рішень необхідно додержуватися деяких загальних правил: відбирати працівників, найбільш підготовлених для вирішення проблемних ситуацій даного типу, і доводити рішення до конкретних виконавців; стежити за тим, щоб комунікаційні мережі виконували належні функції своєчасно і в повному обсязі, уникаючи фільтрації або спотворення інформації в

процесі передачі; спостерігати та оперативно контролювати в режимі реального часу хід виконання рішення, запобігати можливим помилкам і надавати своєчасну

допомогу у формі додаткового інструктажу для виконання тих або інших процедур тощо.

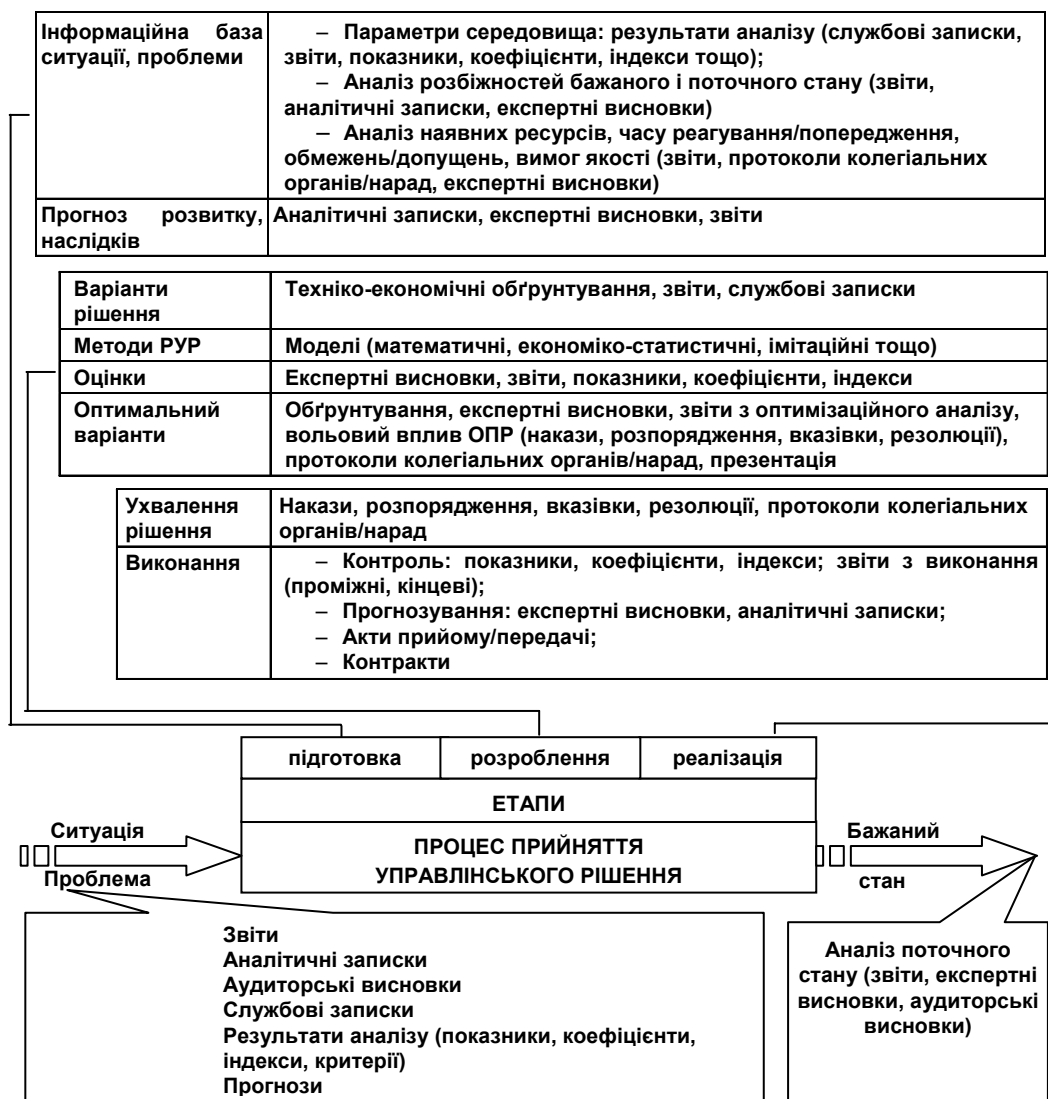


Рис. 4. Документування процесу прийняття управлінського рішення

Безумовно, розглянуті аспекти реалізації управлінських рішень не вичерпують усіх проблем прийняття управлінських рішень в сучасних умовах господарювання. Однак, це ще одна спроба окреслити перспективи підвищення рівня керованості сучасного бізнесу.

1. Дерлоу Дес. Ключові управлінські рішення. Технологія прийняття рішень: Пер. з англ. Р.А. Семків, Р.Л. Ткачук. – К.: Всеуито; Наук. думка, 2001. 2. Лафта Дж. К. Управленческие решения : Уч. пособ. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2004. 3. Литвак Б.Г. Разработка управленческого решения. – М.: Дело, 2004. 4. Ломакин А.Л. Управленческие решения. – М.: Форум, 2005. 5. Приймак В.М. Прийняття управлінських рішень : Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Атіка, 2007.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

О. Терещенко, асп.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГУ ВЗАЄМОВІДНОСИН НА РИНКУ СТРАХУВАННЯ

В статті висвітлено теоретичні засади формування маркетингу взаємовідносин та визначення основних напрямків його застосування на ринку страхування.

The article presents the theoretical principles of forming of relationship marketing and determination of basic directions of his application at the insurance market.

Постановка проблеми. Однією з сучасних тенденцій сучасного економічного простору є перенасичення ринку широким асортиментом близьких, майже однакових за набором якісних характеристик товарів чи послуг. Це призводить до того, що розгляд процесу трансакції з по-

гляду маркетингу як одиничного явища, процес комунікації в якому завершується при виконанні всіх фінансових і юридичних вимог, є недостатнім. Фактором успіху компанії значною мірою виступає наявність налагоджених, тісних стосунків з клієнтом, партнером, ефективно

побудована система маркетингу взаємовідносин. Стрімкий розвиток теорії страхового маркетингу, який зумовили значні якісні зміни в практиці страхового бізнесу, що відбулися за останні роки породжує потребу розгляду питань побудови і управління взаємовідносинами компанії з клієнтами як нової маркетингової стратегії розвитку українських страхових компаній та обґрунтовує своєчасність поглибленого вивчення економічної ефективності маркетингу на страховому ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемі побудови маркетингу взаємовідносин в компаніях значну увагу приділено в дослідженнях таких вчених як Ф. Котлер (праці з маркетинг-менеджменту та стратегічного менеджменту); Н. Чухрай (); Є. Крикавський (праці з промислового маркетингу); Г. Черчилль (праці присвячені питанням маркетингових комунікацій); Х. Войнаровська (праці, присвячені питанням лояльності клієнтів); Я. Отто, К. Моллер, А. Халлінен (праці цих авторів присвячені питанням теорії маркетингу взаємовідносин) та інші. Вивченню тенденцій формування та функціонування ринку страхових послуг присвячені праці В. Базилевича, Р. Пікус (праці присвячені різним аспектам та питанням ринку страхування), А. Зубця (праці присвячені маркетинговим дослідженням страхового ринку).

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Проте деякі особливості формування системи маркетингу взаємовідносин на ринку страхових послуг лишаються невисвітленими та потребують подальших досліджень. Так, саме брак теоретичних досліджень маркетингу вза-

ємовідносин на ринку страхування пояснює актуальність та обґрунтовує визначення цілей даної статті.

Метою статті є визначення теоретичних засад формування маркетингу взаємовідносин та визначення основних напрямків його застосування на ринку страхування з детальним розглядом учасників – суб'єктів страхового ринку та їх ролей в системі маркетингу взаємовідносин, а також аналіз структури та особливостей системи маркетингу взаємовідносин на різних рівнях від одноразових контактів до постійних міцних взаємозв'язків.

Виклад основного матеріалу. В сучасних умовах господарювання підприємства різних сфер діяльності все частіше звертаються до філософії бізнесу на засадах маркетингу, маневрування інструментами якого дозволяє їм утримувати бажані позиції на ринку. Не є виключенням і маркетинг у страховій справі, однак більшість страхових компаній не розуміє, що їхня діяльність на ринку – не що інше як маркетинг взаємовідносин – найбільш перспективний напрям розвитку вітчизняного ринку страхування у найближчому майбутньому. Варто зазначити, що впровадження маркетингу взаємовідносин на страховому ринку відбувається сповільненими темпами, але причини, що стримують розвиток маркетингових взаємовідносин є характерними і для промислового ринку загалом. В таблиці 1 наведені дані опитування 236 представників промислового ринку, які визначили причини, що стримують розвиток маркетингових взаємовідносин.

Таблиця 1. Основні причини, які стримують розвиток маркетингових взаємовідносин на промисловому ринку

Перелік причин	Кількість відповідей	%
Недостатній розвиток нормативно-правової бази (недоліки в договірних відносинах, система місцевих пільг тощо)	27	11,4
Низька культура підприємців в системі співробітництва	23	9,8
Нерозвинена інфраструктура, яка забезпечує ефективну роботу в системі партнерських зв'язків	95	40,3
Нестача кваліфікованих кадрів	56	23,7
Відсутність системи маркетингу в оцінці використання і розвитку партнерських зв'язків	19	8,2
Недостатня допомога недержавних структур в організації партнерських зв'язків (асоціації, гільдії, палати тощо)	4	1,7
Інше	2	0,9
Всього:	236	100

На сьогодні в Україні розвиток маркетингу взаємовідносин у страхуванні продовжує відповідати початковому етапу економічно розвинутих країн. Пробудження інтересу до маркетингу взаємовідносин українськими страховими компаніями з метою ефективно співпраці всіх суб'єктів страхової діяльності (табл. 2), з одного боку, виражається у копіюванні маркетингових технологій, зорієнтованих на виробництво або збут товарів. З іншого – відбувається обмеження застосування маркетингу взаємовідносин у страхуванні рекламою та зусиллями спрямованими на стимулювання збуту, незважаючи на те, що це одні з прикінцевих етапів маркетингової діяльності. Інакше кажучи, ми є свідками спроби реалізувати певну модель ведення бізнесу з орієнтацією на еволюційний досвід промислово розвинутих країн та на наступні функції маркетингу взаємовідносин:

- ✓ вивчення клієнтської бази;
- ✓ визначення потенціалу клієнта;
- ✓ дослідження потреб і бажань клієнтів;
- ✓ підтримка стійких взаємозв'язків між страховою компанією і клієнтами;
- ✓ використання існуючих даних про клієнтів;
- ✓ багаторазове використання отриманих знань;
- ✓ створення бази знань.

Серед особливостей маркетингу взаємовідносин на страховому ринку України можна виділити його трирівневу структуру (табл. 3) та чотири основні характеристики:

✓ зобов'язання – сторони повинні гарантувати одна одній розвиток довготривалих контактів, та виконання зобов'язань одна перед одною, спільні інтереси повинні співпадати;

✓ зворотній зв'язок – здатність бачити ситуацію, поступки, обмін інформацією;

✓ довіра – відображує ступінь впевненості однієї сторони в іншій, є в потужним елементом в налагодженні взаємовідносин на довготривалий період.

Слід відмітити, що до сьогодні ще недостатньо розроблені моделі, які відображають багаторівневу систему маркетингових відносин на ринку страхування, які мають безумовно велике теоретичне і практичне значення.

Проте, практика страхування на ринку України свідчить, що відслідковується зміна ролі маркетингу взаємовідносин у компанії на різних рівнях: від одноразових угод до встановлення міцних взаємозв'язків між покупцем і продавцем і далі, до створення стратегічних альянсів і мереж. При цьому традиційні чіткі межі між страховою компанією та її маркетинговим оточенням "розмиваються", а традиційний розподіл функцій всередині самої компанії набуває наступних змін:

✓ на корпоративному рівні маркетинг в мережах набуває особливої ролі, яка відрізняється від традиційної і сприяє формуванню стратегічного партнерства;

✓ на рівні стратегічної бізнес-одиниці визначається, які маркетингові функції будуть користуватися попитом на ринку, які з них будуть реалізовані стратегічними партнерами, а які самою компанією;

✓ на оперативному рівні акцент переноситься з переконання і маніпуляції споживачем на формування взаємовигідних відносин. Для розвитку цих ідей пропонується один з найефективніших, на нашу думку, мето-

дів аналізу маркетингу взаємовідносин з точки зору управлінської перспективи, а саме багаторівневий аналіз, в основу якого покладена чотирирівнева модель, запропонована К. Моллером [7];

- ✓ рівень галузі як мережі;
- ✓ рівень компанії в мережі;
- ✓ рівень управління взаємовідносинами між компаніями;
- ✓ рівень управління індивідуальними взаємовідносинами обміну з споживачами, постачальниками.

Таблиця 2. Категорії партнерів – суб'єктів системи маркетингу взаємовідносин на страховому ринку

Сфера страхової діяльності	Категорії партнерів
1. Сфера розробки послуг	1. Держфінпослуг 2. Моторне транспортне бюро України 3. Ліцензування 4. Управління за контрактом 5. Проектне фінансування
2. Сфера надання послуг	6. Страхові посередники 7. Банківські, фінансово-кредитні установи 8. Автосалони 9. Туристичні оператори 10. Транспортні, лізингові оператори
3. Сфера після продажного обслуговування	11. Станції технічного обслуговування 12. Медичні заклади 13. Мережа готелів 14. Мережа закладів харчування 15. Представництва авіакомпаній тощо
4. Сфера фінансового обслуговування	16. Банківські установи 17. Фінансово-кредитні установи
5. Сфера підготовки кадрів	18. Державні навчальні заклади 19. Комерційні центри, школи бізнесу 20. Бізнес-інкубатори для підготовки підприємців 21. Дистанційне навчання через Інтернет і комп'ютерну мережу 22. Навчально-ділові центри 23. Консалтинг тощо

Таблиця 3. Рівні маркетингу взаємовідносин на страховому ринку

Характеристика	1 рівень	2 рівень	3 рівень
Головний зв'язок	Фінансова	Соціальна	Структурна
Ступінь індивідуального обслуговування	Низька	Помірна	Від помірної до високої
Потенціальна підтримка конкурентної переваги	Низька	Помірна	Висока

Розглянемо кожний з цих рівнів стосовно розробки маркетингових стратегій компанії на ринку страхування.

Перший рівень. Страховий ринок як мережа. Цей рівень передбачає маркетинговий аналіз становлення, розвитку і структурування мережі. В даному випадку основною проблемою є формування цілісної маркетингової стратегії не окремої компанії, а страхового ринку в цілому.

Другий рівень. Страхова компанія в мережі. Цей рівень передбачає вивчення позиції кожної страхової компанії в мережі. Найважливіше значення має аналіз маркетингової стратегії компанії: які позиції на страховому ринку вона займає, як їх утримує та захищає.

Третій рівень. Управління взаємовідносинами. На цьому рівні розробляються різноманітні спільні програми взаємовідносин між страховими компаніями та іншими страховими організаціями (страхові брокери, страхові посередники); страховими компаніями та фінансово-кредитними установами; страховими компаніями та банківськими установами; страховими компаніями та лізинговими, транспортними операторами, автосалонами; страховими компаніями та туристичними операторами; страховими компаніями та медичними установами; іншими партнерами: обміну клієнтською базою, інформаційного обміну, навчання персоналу, розробки і виведення на ринок нових страхових продуктів та інше.

Четвертий рівень. Управління індивідуальними взаємовідносинами обміну. Основна задача маркетингу

на цьому рівні – створення, підтримка та розвиток довготривалих індивідуальних взаємовідносин страхових компаній з клієнтами.

Особливо важливо виділити ті моделі, в яких чітко розмежовані постійно змішувані в маркетинговій літературі рівні – рівень маркетингу взаємовідносин з кінцевими споживачами (споживчими рівнями) і мережеві (міжфірмові) відносини в маркетингу.

У зв'язку з цим особливий інтерес, з нашої точки зору, викликає дворівнева модель маркетингу взаємовідносин, запропонована К. Моллером та А. Халініном [7]. Автори даної концепції пропонують розділити маркетингові взаємовідносини на два рівні: маркетинг взаємовідносин, "заснованих на ринку" (споживчі ринки), та маркетинг взаємовідносин, "заснованих на мережах" (див. рис. 1).

Наведемо найбільш важливі із запропонованих авторами характеристик маркетингу взаємовідносин, заснованого на ринку:

- ✓ розвиток та управління взаємовідносинами зі споживачами страхових послуг;
- ✓ управління маркетинговою діяльністю по кожному споживчому сегменту;
- ✓ управління індивідуальними споживчими взаємовідносинами: ініціювання, розвиток, підтримка, завершення;
- ✓ створення сучасної гнучкої інформаційної системи і баз даних для зміцнення довготривалих відносин зі споживачами.

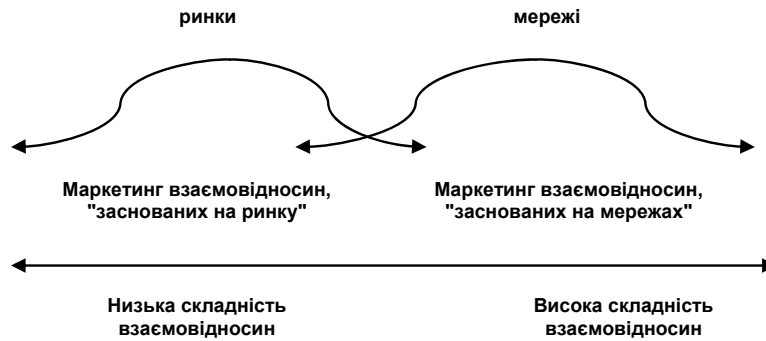


Рис. 1. Два основних види маркетингу взаємовідносин [7]

Характеристиками маркетингу взаємовідносин, заснованого на мережах є:

- ✓ управління страховою компанією з урахуванням перспективи розвитку обмінних ресурсами з партнерами та клієнтами;
- ✓ розвиток і управління обмінними взаємодіями з компаніями;
- ✓ створення, підтримка мережових систем страхових компаній;
- ✓ управління індивідуальними взаємовідносинами між страховими компаніями та банківськими установами;
- ✓ ініціювання і розвиток стратегічного партнерства;
- ✓ конструювання мережі посередників-агентів і мережі споживачів;
- ✓ розвиток взаємовідносин з медичними, реабілітаційно-оздоровчими закладами;
- ✓ встановлення довготривалих відносин з автосалоном та туристичними операторами.

Це важливе розмежування, яке визначає місце двох рівнів маркетингу взаємовідносин. Однак визначення маркетингу взаємовідносин, "заснованих на ринку" і "заснованих на мережах", нам видається не найвдалішим. Більш вірним було б визначити перший рівень як маркетинг взаємовідносин зі споживачем (з кінцевим споживачем), а другий рівень – як мережовий (міжфірмовий) підхід в маркетингу, який є вищою формою маркетингу взаємовідносин.

Дотримання вище перерахованих рекомендацій дозволить отримати наступні переваги використання маркетингу взаємовідносин в сфері страхування:

- ✓ покращання іміджу компанії;
- ✓ залучення нових клієнтів;
- ✓ додаткові продажі актуальним споживачам страхових послуг;
- ✓ обмеження доступу пропозицій конкурентів;
- ✓ збільшення норми повернення інвестицій;
- ✓ залучення Клієнтів відбувається швидше і дешевше;
- ✓ позитивні рекомендації від імені споживачів;
- ✓ зниження показника переключення на послуги інших страховиків;
- ✓ збільшення лояльності персоналу страхової компанії;
- ✓ більш ефективне використання рекламного бюджету;

- ✓ краще розуміння витратної сторони бізнесу;
- ✓ більш ефективна розробка нових страхових продуктів та послуг;
- ✓ зниження потреб в дослідженнях;
- ✓ збільшення прибутку і вартості торгових марок;
- ✓ покращання відносин з інвесторами.

Висновки і перспективи подальших розробок.

Критичний аналіз розвитку маркетингу взаємовідносин на ринку страхування дозволяє дійти висновку, що теоретичне обґрунтування системи маркетингу взаємовідносин є недостатнім та потребує узагальнення основних положень теорії маркетингу взаємовідносин, впорядкування основних понять, систематизації їх з метою формування дійсно впорядкованої наукової системи з метою подальшого її використання при побудові ефективної системи партнерських взаємовідносин на страховому ринку. Розкрити ці питання більш детально можливо при розгляді таких аспектів, як основні підходи теорії маркетингу взаємовідносин, принципи, переваги та інструменти маркетингу взаємовідносин, моделі управління взаємовідносинами з клієнтами на страховому ринку, система лояльності клієнтів. Також подальші наукові дослідження з вказаної проблематики потребують більш детальної зупинки на таких питаннях, як система відносин: страхова компанія – фінансово кредитна, банківська установа, страхова компанія – страховий посередник, страхова компанія – медична установа тощо.

1. Афанасьев О., Одинцова М. Методология экономической науки: современные тенденции и проблемы // Истоки. – 2000. – № 4. 2. Базилевич В.Д. Страховый рынок Украины: Монография. – К.: Товариство "Знання", КОО, 1998. 3. Бейкер С. Будущее маркетинга // Маркетинг / Под ред. М. Бейкера. – СПб., 2002. 4. Катькало В.С. Межфирменные сети: проблематика исследований новой организационной стратегии в 1980-1990-е гг. // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. Экономика. – 1999. – Вып. 2, № 12. 5. Куц С.П., Рафинедаж Д., Афанасьев А. Сетевой подход в маркетинге: российский опыт // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. – 2002. 6. Kotler P. Marketing Management: International Edition. – 11th ed. NJ, 2003. 7. Moller K.M., Hallinen K.A. Relationships Marketing Theory: Its Roots and Direction // Journal of Marketing Management. – 2000. – Vol. 16. 8. Popova J., Soerensen O. Management of Relations between Suppliers and Buyers: The Case of Russia // Journal of East-West Bussines. – 2001. – Vol. 6, № 4. – P. 37-62. 9. Sheth J., Parvatiyar A. (eds.) Handbook of Relationship Marketing. – Atlanta, 2001.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

Г. Филук, канд. екон. наук, доц.

ІНСТИТУЦІЙНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ: ТЕНДЕНЦІЇ, СУПЕРЕЧНОСТІ ТА ШЛЯХИ ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ

В статті розглянуті основні аспекти інституційного забезпечення антимонопольного регулювання в Україні. Проаналізовано сучасні тенденції, основні проблеми та шляхи їх розв'язання в українській економіці.

The article deals with main aspects of institutional provision of Ukrainian antimonopoly regulation. Modern tendencies, main problems and ways of solutions in Ukraine are analyzed.

Постановка проблеми. Домінантою сучасного світового розвитку стала глобалізація процесів, що відбу-

ваються у суспільстві та в економіці. Поглиблення міжнародних економічних відносин на сучасному етапі за-

гострою конкуренцію між суб'єктами господарювання на мікро-, мезо-, макро- та мега рівнях, що проявляється у підвищенні її інтенсивності, появи нових форм і методів конкурентної боротьби, модифікації самого механізму конкурентних відносин. Забезпечення високого конкурентного статусу національної економіки за таких умов потребує сприятливих рамкових умов для ведення бізнесу, що передбачає системний розвиток конкурентного середовища та конкурентних відносин на внутрішньому та зовнішньому ринках. З огляду на це, країни – лідери глобальної конкурентоспроможності першочергову увагу приділяють питанням розвитку конкуренції.

На жаль, не зважаючи на офіційні декларації, протягом років незалежності українською державою так і не створено умов для розвитку ефективної конкуренції, яка виступає внутрішнім механізмом, що гнучко реагує на найменші зміни, змушує суб'єктів ринку постійно підвищувати продуктивність праці, застосовувати новітні технології, постійно впроваджувати у виробництво науково-технічні новації, а отже стимулює розвиток продуктивних сил суспільства. Більше того, емпіричний аналіз причин гальмування розвитку конкурентних відносин в Україні показав відсутність автоматичності дії конкуренції навіть в умовах існування конкурентного середовища. Проявом цього є необґрунтовано високий рівень монополізації окремих сфер української економіки, порушення з боку окремих суб'єктів господарювання правил і умов ведення господарської діяльності, "вибіркове" надання державою пільг "своїм" підприємствам, що забезпечує їм значні конкурентні переваги тощо. Ці та низка інших проблем та необхідність їх вирішення зумовлюють актуальність обраної статті.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Над проблемою регулювання конкурентних відносин у плані дослідження його особливостей в умовах трансформаційної економіки, підвищення ефективності антимонопольної політики тощо плідно працює ряд українських вчених, таких як В. Базилевич, З. Борисенко, А. Гайворонський, А. Гальчинський, В. Геєць, Б. Кваснюк, Ю. Кіндзерський, О. Костусев, О. Завада, А. Кредісов, Г. Паламарчук, Г. Пастернак-Таранущенко, Н. Саніахметова, О. Шнирков та ряд інших.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Проблематика становлення та розвитку ефективної конкурентної політики є надзвичайно багатогранною і вимагає подальшого дослідження. Недостатньо висвітленими у наукових працях є питання, пов'язані з інституційними аспектами реалізації конкурентної політики в Україні, недосконалістю нормативно-правової бази у сфері забезпечення конкуренції тощо.

Метою статті є аналіз тенденцій та суперечностей, які мають місце у процесі інституційного регулювання конкурентних відносин в Україні, та шляхів їх розв'язання.

Виклад основного матеріалу. Для переосмислення та цілеспрямованого здійснення конкурентної політики необхідно чітко визначити, що маєтись на увазі під ринковою конкуренцією, яку власне необхідно захищати.

В економічній літературі окреслено три основні підходи до трактування конкуренції: структурний – увага акцентується на структурі самого ринку (підкреслюється незначний вплив кожного окремого учасника на ринкову ситуацію, передусім, на ціну товару), поведінковий – на поведінці учасників ринку (підкреслюється боротьба, суперництво між ними), функціональний – конкуренція розглядається як "суперництво нового із старим". Якщо брати за основу перший підхід, то конкурентними можна вважати тільки ринки з великою кількістю продавців і покупців. Другий підхід означає, що конкуренція можлива і на ринках з незначною кількістю учасників, наприклад,

при олігополії, при умові, що олігополісти не ведуть співробітництва, а конкурують між собою. Оригінальність третього підходу проявляється в тому, що навіть монополіст відчуває постійний тиск з боку потенційних конкурентів, а це спонукає його демонструвати високу інноваційну активність з метою збереження власних конкурентних переваг, які є джерелом його ринкової сили.

Український законодавець трактує конкуренцію як "змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибрати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умов обороту товарів на ринку" [1, ст. 1]. Отож, наведене в українському антимонопольному законодавстві визначення конкуренції тяжіє до першого підходу і передбачає, що загалом слід забезпечити на ринку таку ситуацію, щоб жоден з його учасників не мав змоги нав'язувати контрагентам ні ціну товару, ні інші ключові умови діяльності. Але таке трактування певною мірою суперечить сучасним реаліям. Багато економістів і політиків одностайні в тому, що сьогодні вплив глобалізації веде до модифікації форм і методів конкуренції, розвитку гіперконкуренції, посилення інтенсивності між компаніями-гігантами. Тому очевидно більш доцільним є зміна підходів до трактування конкуренції.

У сучасній науковій літературі поняття конкуренції висвітлено досить детально, тому зупинятись на подібному дослідженні в цій статті не варто. Натомість більш важливим, на наш погляд, є аналіз сучасних тенденцій у вітчизняній конкурентній політиці.

Під конкурентною політикою розуміють комплекс цілеспрямованих заходів, направлених на створення і захист конкурентного середовища, здійснення профілактики та безпосереднє припинення порушень антимонопольного законодавства, сприяння розвитку добросовісної конкуренції [2, с. 58]. Конкурентна політика реалізується за різними напрямками, одним із яких є антимонопольне регулювання.

Як свідчить зарубіжний та вітчизняний досвід, кінцевий результат регулювання та його якість визначаються головним чином багатьма факторами законодавчого та виконавчого характеру. Зокрема, практичний ефект регулювання прямо залежить від досконалості нормативно-законодавчої бази, здатної забезпечити наявність вичерпних і чітких "правил гри" недискримінаційного характеру з метою стимулювання високої ефективності та необхідної стабільності не тільки на відповідних товарних ринках, але й у масштабі всього народного господарства. Причому, закони про конкуренцію забезпечують юридичну основу не тільки для процвітання конкуренції, але й для ефективного розвитку демократичних інститутів і основ суспільства. Саме тому політика конкуренції сьогодні активно реалізується майже в 100 країнах світу.

Особливістю української правової системи у сфері антимонопольного регулювання є те, що її основи закріплені в Конституції України – ст. 42, яка гарантує підтримку конкуренції і забороняє економічну діяльність, спрямовану на монополізацію і недобросовісну конкуренцію. Українське законодавство в галузі захисту конкуренції представлене системою таких Законів України: "Про захист економічної конкуренції" [1], "Про захист від недобросовісної конкуренції" [3], "Про природні монополії" [4], тощо. Система цих законів містить комплекс офіційно задекларованих пріоритетів держави, правових механізмів та набір адміністративних заходів, спрямованих на забезпечення стабільного функціонування та вільного розвитку ринкових сил в економіці.

Однак, є підстави стверджувати, що на сьогодні нормативна база конкурентної політики потребує подальшого удосконалення, адже надійні бар'єри протидії необґрунтованій і неефективній монополізації в Україні так і не створені. Свідченням цьому є багато фактів.

По-перше, структура вітчизняних ринків. Так, у 2006 р. більше половини продукції реалізувалось суб'єктами господарювання, що діяли на ринках, де структурні обмеження конкуренції були відсутні. При цьому, на ринки з домінуванням однієї фірми припадало близько чверті загального обсягу реалізації продукції, а на ринки, де структурні передумови конкуренції повністю відсутні (частка найбільшого підприємства перевищує 90 %), – близько 7 % [5, с. 11].

Як показав аналіз, проведений фахівцями Антимонопольного комітету України, структурні обмеження конкуренції існують на значній частині українських ринків. З 4197 ринків, обстежених у 2006 р., на 625 частка найбільшого підприємства перевищила 90 %, а 1779 ринків характеризуються ознаками домінування підприємств. В загальнонаціональному масштабі до ринків "чистої" монополії віднесено 17 ринків (4 % від загальної кількості), кількість ринків з ознаками домінування підприємств становить 125 (29,2 %). Водночас майже половина загальнодержавних ринків мають конкурентну структуру (табл. 1.).

Таблиця 1. Структурні передумови розвитку конкуренції на загальнодержавних ринках України [5, с.14]

Типи ринків	Кількість ринків				% до загального			
	2000 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2000 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.
"Чиста" монополія	24	13	15	17	7,3	4,5	5,2	4,0
Ринки з ознаками домінування підприємств	127	106	96	125	38,5	37,1	33,6	29,2
Жорстка олігополія	48	59	49	77	14,5	20,6	17,1	18,0
Ринки з конкурентною структурою	131	108	126	209	39,7	37,8	44,1	48,8
Всього	330	286	286	428	100	100	100	100

Рівень концентрації на регіональних ринках залишається ще вищим. Лише 25 % таких ринків за своєю структурою у 2006 р. були конкурентними. Найбільшу питому

вагу (43,9 % від загальної кількості) на регіональному рівні займають ринки з ознаками домінування (табл. 2).

Таблиця 2. Структурні передумови розвитку конкуренції на регіональних ринках України [5, с.20]

Типи ринків	Кількість ринків				% до загального			
	2000 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2000 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.
"Чиста" монополія	337	201	217	608	16,5	9,5	10,4	16,1
Ринки з ознаками домінування підприємств	796	814	769	1654	38,9	38,3	36,7	43,9
Жорстка олігополія	295	387	377	567	14,4	18,2	18	15,0
Ринки з конкурентною структурою	617	722	731	940	30,2	34	34,9	25,0
Всього	2045	2124	2094	3769	100	100	100	100

Слід зазначити, що в різних регіонах ситуація суттєво відрізняється. В Донецькій області та місті Києві частка монополізованих ринків становить менше 50 %. Разом з тим, у 13 областях таких ринків перевищувала 60 %, а в Рівненській та Чернівецькій – 70 %. У чотирьох областях – Кіровоградській, Рівненській, Тернопільській, Чернівецькій – частка ринків "чистої монополії" перевищує частку конкурентних ринків.

Характеризуючи ступінь монополізації економіки слід відзначити його відносність. Наведені показники недостатньо мірою відображають абсолютну вагомість монопольного сектора в економіці України, оскільки обсяг товарів у вартісному вираженні, що обертаються на ринках різних галузей, є різним. Крім того, обсяги товарів, що постачаються на ринок різними суб'єктами господарювання, також істотно відрізняються.

По-друге, значна кількість порушень антимонопольного законодавства. Доречно зазначити, що сам по собі факт наявності монопольного чи домінуючого становища не є порушенням, так само як і досягнення, підтримання чи посилення такого становища, якщо воно здійснюється правомірними методами (наприклад, за рахунок впровадження інновацій). Ці дії, чи їхній результат, стають протизаконними лише за умови, що вони пов'язані із використанням заборонених засобів конкурентної боротьби: антиконкурентних узгоджених дій, зловживання ринковою владою, тощо. В Україні ситуація власне складна тим, що кількість порушень антимонопольного законодавства з боку окремих суб'єктів господарювання є вражаючою. Так, протягом 2000-2005 рр. органами АМКУ виявлено та припинено близько 15 000

порушень антимонопольного законодавства, з яких понад 7300 становлять порушення, пов'язані із зловживанням монопольним становищем. При цьому, кількість таких порушень за шість років зросла майже в 2,4 рази [6, с. 9]. У 2006 р. загальна кількість виявлених порушень антимонопольного законодавства становила 3801 (на 19 % більше рівня 2005 р.) [7, с. 3].

Отже, постає цілком логічне запитання: чому така проблема і в таких масштабах існує, якщо на державному рівні постійно декларується необхідність зменшення проявів монополізму, розвитку ефективної конкуренції, захист прав споживачів?

Однією із причин, зокрема, можна назвати недосконалість антимонопольного законодавства. Оскільки воно є складовою української правової системи, то очевидно має ті ж самі вади. Як стверджують авторитетні науковці, вся правова система України є недосконалою, заплутаною, непрозорою. Дуже влучно з цього приводу зазначив професор А. Філіпенко: "Правова система країни... – надзвичайно складний конгломерат рудиментів минулого, некритичних новацій, запозичених з інших систем, неузгоджених та еkleктично пов'язаних" [8, с. 612]. То ж не дивно, що сьогодні ставлення українців до всіх законів, в тому числі і антимонопольних, є вкрай зневажливим, що красномовно засвідчує приказка "закон – що дишло...". Тобто, в Україні закони існують "заради законів", а не для їх неухильного дотримання та виконання.

Можна стверджувати, що існуюча в Україні можливість недотримання основних норм конкурентного права є однією із найвагоміших причин деформації конкуренції. Наші міркування ґрунтуються на тому, що:

✓ по-перше, порушують закони, як правило, не всі, а лише "особливі" господарюючі суб'єкти. "Особливі" – це представлені сильними лобі в державних структурах, які мають змогу впливати на перебіг розслідувань щодо фактів порушення антимонопольного законодавства та результати "вируку". Такий вплив здебільшого реалізується через неформальні відносини, які виявляються через особисті стосунки, домовленості, змови про розподіл ринків та сфер впливу, рекет, шантаж, підкуп тощо. Ті ж суб'єкти, які такого впливу не мають, несуть відповідальність за всіх. Так, за неофіційними даними, дві третини свого часу українські менеджери витрачають на перемовини з державними чиновниками; решту часу ділять на "неформальні" – кланові зустрічі і, власне, сам бізнес [9, с. 91]. Очевидно, за таких умов пермагає не конкурентоспроможний господарюючий суб'єкт, а найсильніший;

✓ по-друге, зневажливе ставлення до законів в Україні з боку вітчизняних компаній створює свого роду бар'єр для виходу на той чи інший ринок потенційних зарубіжних конкурентів. Як відомо, у багатьох розвинутих країнах сторіччями виховувалась повага до "букви закону", склалося шанобливе ставлення до них. Наприклад, для англіїців закон є щось невблаганне, а тому "повага до нього всмоктується з молоком матері". Володіючи інформацією про ситуацію в Україні і про "реальні переваги" українських підприємств, зарубіжні компанії часто-густо відмовляються від своєї ідеї виходу на український ринок, віддаючи перевагу іншим країнам. Адже це підвищує для них господарські ризики.

За таких умов конкуренція існує, але вона має не-економічний характер. В такій конкуренції провідна роль належить особливим суб'єктам, відмінним за моделлю поведінки від традиційного раціонального підприємця. Головними чинниками конкуренції в умовах недемократичного суспільства, для якого порушення законів – закон життя (даруйте за каламбур), стають не витрати і ціна, а рівень і обсяг корпоративної влади та контролю за ринком, виробництвом і соціальними процесами, а також, як зазначає І.Мазур, "наближеність до ресурсів, ступінь особистої унії з державним апаратом, а у певних сферах – корупція і насилля" [9, с. 91].

Слід брати до уваги і ту обставину, що українське суспільство характеризується високим ступенем невизначеності не тільки в економічній, але й у політичній сфері. Невизначеність на політичних ринках змушує господарюючих суб'єктів велику частину ресурсів вилучати із господарського обороту і спрямовувати на пошук політичної ренти (за традиціями теорії суспільного вибору, лобістська діяльність визнається такою ж природною для економічних суб'єктів, як і господарська). Очевидно, що найбільші можливості для цього мають, знову таки, "елітарні" бізнесові групи, тісно пов'язані з владними колами. Частину своїх ресурсів такі компанії інвестують на господарські цілі, а іншу частину спрямовують на стягнення політичної ренти, тобто на забезпечення переваг, пов'язаних із функціонуванням існуючої політичної системи. При цьому критерій оптимальності розподілу ресурсів вимагає, щоб гранична ефективність їх використання в обох сферах була однаковою. Між тим, треба мати на увазі, що гранична ефективність інвестицій у лобіювання зростає по мірі зростання невизначеності на політичних ринках. У цьому зв'язку основною метою економічних суб'єктів є не одержання доходу за рахунок господарських операцій, а придбання або збереження багатства, підвищення своєї конкурентоспроможності завдяки лобістській діяльності, тобто збільшення непродуктивної аллокації ресурсів [10, с. 58].

З іншого боку, політична нестабільність посилює залежність уряду від елітарних груп (як внутрішніх, так і зовнішніх), які підтримують його, і збільшує диспропорції внесені таким чином в економічну систему. Ситуація загострюється якщо таких груп є кілька, що зумовлює конкуренцію між ними. Наслідком конкуренції між групами впливу є неефективний розподіл і розміщення ресурсів, оскільки на відміну від економічної конкуренції, політична конкуренція не здатна забезпечити досягнення господарського оптимуму алокації наявних ресурсів. Тому, цілком слушною є думка професора Л. Шостак, яка вважає, що для запобігання можливим негативним наслідкам необхідно впроваджувати інституційні механізми, що обмежували б можливості здійснення прибуткових інвестицій у лобіювання та стягнення політичної квазіренти, особливо на користь зовнішніх реципієнтів [10, с. 58].

Крім того, як відомо, будь-яке явище у суспільстві не виникає і не існує само по собі. Воно породжує низку або позитивних, або негативних ефектів, а іноді й тих, й інших одночасно. На наше глибоке переконання, порушення законів, зневажливе ставлення до юридично встановлених норм може викликати тільки негативні екстерналії. Так, недотримання норм конкурентного законодавства, як зрештою й інших законів, зумовлює некерованість економічних явищ, корупцію у вищих ешелонах влади, розвиток тіньової економіки тощо. У свою чергу всі ці процеси не тільки перешкоджають розвитку ефективної конкуренції, але й призводять до викривлення принципів громадянського суспільства, формують негативний імідж держави серед міжнародної спільноти, стримують надходження до України зарубіжних інвестицій, не сприяють налагодженню торговельно-економічних стосунків українських підприємств із зарубіжними партнерами та стримують євроінтеграційні зусилля нашої держави.

Проблемою є також те, що при створенні українських антимонопольних законів практично копіювався досвід антимонопольного регулювання у зарубіжних країнах, передусім, США і ЄС. Водночас практика десяти років ринкової перебудови в Україні показала, що просте запозичення теоретичних досягнень та організаційних рішень від тих країн, де ринкова економіка ефективно працює століттями, ще не гарантує успіху. Кожна країна має унікальне поєднання менталітету власного населення, природно-географічних умов, наявної матеріально-технічної бази та інших факторів, які є основою її економічного життя, і, слід погодитись, що далеко не завжди до цих конкретних умов можуть прикладатися готові рецепти. Отже, цілком логічно, що специфіка української економічної системи не дозволяла повною мірою скопіювати досвід цих країн, а ті норми, які були скопійовані, але не адаптовані до національних економічних умов, нанесли більше шкоди, ніж користі.

Внаслідок недосконалості інституційного, передусім, нормативно-правового, регулювання конкуренції в Україні склалася неприпустима ситуація: ні чинне вітчизняне законодавство у галузі захисту конкуренції, ні інші нормативні акти не здатні захистити підприємницькі структури, у тому числі й великі акціонерні компанії, від ворожого поглинання суперниками; навіть на конкурентних ринках між суб'єктами господарювання відносини не є конкурентними.

Вищезазначене засвідчує нагальну потребу удосконалення конкурентної політики в Україні. І починати, очевидно, необхідно із удосконалення законодавчої бази. Адже в сучасних правових системах, побудованих на принципах верховенства права, вільного розвитку особистості, широких свобод та прав громадян, право на підприємницьку діяльність та вільна конкуренція ви-

знаються фундаментальними суспільними цінностями. Вільна конкуренція ринкових сил вважається фундаментальним рушійним чинником розвитку економіки, а її забезпечення – одним із ключових політичних та функціональних завдань таких правових систем і центральним економічним інтересом суспільства.

До речі, щодо "вільної" конкуренції, хотілося б уточнити, що вільна конкуренція не означає існування "дикого", не обмеженого будь-якими правилами поведінки, ринку. Право економічної конкуренції має реалізуватись на основі спеціального законодавства, яке б забезпечило на практиці "створення оптимального конкурентного середовища для діяльності суб'єктів господарювання" [11, ст. 10]. По-друге, вільна конкуренція може призвести до надмірної конкурентності ринку, наслідком чого може стати зниження економічної ефективності. Тут, перш за все, слід нагадати про "ефект масштабу", який дає змогу величезним виробникам випускати продукцію з нижчими витратами, ніж у дрібних конкурентів. Надлишкова конкуренція знижуватиме також стимули до інновацій. "Стимул до технічного прогресу може бути слабким в умовах чистої конкуренції тому, що прибуток, який випадає на долю фірми, що здійснює нововведення... буде швидко ліквідований внаслідок змагання з конкуруючими фірмами, які з готовністю впроваджують нову техніку" [12, с. 16]. Для України це питання особливо актуалізується на порозі вступу до СОТ: якщо вітчизні підприємства будуть незначними за розмірами, вони не зможуть конкурувати з міжнародними гігантами, але очевидно будуть скуплені ними, або поглинуті, або витіснені з ринку.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, метою сучасної економічної політики має бути забезпечення не досконалої конкуренції (конкуренції між дрібними товаровиробниками), а більш практичне її завдання – забезпечення реального впливу конкуренції на економічні відносини. З цим сьогодні погоджується значна частина політиків та економістів. Тому зусилля мають спрямовуватись на забезпечення ефективної конкуренції. Щоправда, поняття "ефективна конкуренція" не має чіткої і єдино прийнятої, принаймні, легальної дефініції. Тому прийнятність даного визначення обмежена. В найзагальнішому розумінні під ефективною конкуренцією слід розуміти такі ринкові умови, за яких фірми перебувають під розумно допустимим рівнем конкурентного тиску з боку наявних та потенційних конкурентів та споживачів, а роль держави полягає в тому, щоб забезпечити наявність такого тиску на ринку. Відповідно, держава має підтримувати конкуренцію тією мірою, якою вона підвищує економічну ефективність, але може допустити її обмеження в соціально-політичних цілях, в тому

числі задля економічної та соціальної стабільності (якщо навіть при цьому статична економічна ефективність знизиться). За нинішніх умов дуже важливими є реалізація наступних завдань конкурентної політики:

1) запровадження на державному рівні статистики обліку та структурного аналізу частки монопольного сектора у валовому внутрішньому продукті, передбачене Указом Президента України від 19 листопада 2001 року №1097/2001;

2) декриміналізація виробництва, оптової і роздрівної торгівлі, очищення мереж товароруку від організованої злочинності, усунення інформаційних та інших перешкод у внутрішній торгівлі, безумовно, припинення зловживань з боку суб'єктів природних монополій, забезпечення інших умов залучення механізмів добросовісної конкуренції;

3) виховання у громадян як суб'єктів економічних відносин високого рівня культури у правовій сфері та поваги до закону тощо.

Насамкінець, відмітимо, якщо мова йде про ефективність, то при прийнятті тих чи інших рішень у сфері конкурентної політики потрібно оцінювати не тільки вплив прийнятих заходів на конкуренцію як таку, але й економічні (підвищення/зниження економічної ефективності) та соціально-політичні (позитивні/негативні) наслідки. Як відомо, державне втручання є виправданим тільки при умові, що його позитивний ефект перевищує витрати здійснення самого регулювання і можливий супутній негативний ефект. Саме цей аспект і має стати предметом подальших наукових та прикладних досліджень у сфері реалізації конкурентної політики.

1. Закон України "Про захист економічної конкуренції". 2. Борисенко З.М. Конкурентна політика держави як фактор розвитку економіки України : Монографія. – К.: Таксон, 2004. 3. Закон України "Про захист від недобросовісної конкуренції" 4. Закон України "Про природні монополії" від 20.04.2000р. №1682-III. 5. Тенденції розвитку конкурентних відносин в економіці України у 2006 році. Звіт про науково-дослідну роботу Антимонопольного комітету України. – К., 2007. 6. Костусев О. Інституційний та підприємницький монополізм та їх особливості в умовах перехідної економіки України. // Антимонопольно-конкурентна політика: теорія і практика : 36. наук. пр. – К.: Фенікс, 2006. – Вип. 1. – 264 с. 7. Звіт Антимонопольного комітету України за 2006 р. // Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України, 2007. – № 1. – С. 2-5. 8. Філіпенко А.С. Глобальні реформи економічного розвитку: історія та сучасність. – К.: Знання, 2007. 9. Мазур І.І. Детінація економіки України: теорія і практика : Монографія. – К.: ВПЦ "Київський університет", 2006. 10. Шостак Л. Утворення і розподіл квазіренди у світовому геополітичному просторі // Економіка України. – 2006. – № 1. 11. Господарський кодекс України від 16.01.2003. №436-IV. 12. Князева И.В. Процессы концентрации на товарных рынках и методы антимонопольного регулирования. – Новосибирск: СибУПК, 2001.

Надійшла до редколегії 06.02.2008

К. Філіпова, асп.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ НОВОВВЕДЕННЯМИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто сучасні підходи організації та управління нововведеннями, тенденції розвитку підприємств ринку телекомунікацій, на основі чого визначено особливості розробки стратегій управління нововведеннями телекомунікаційних підприємств.

Current innovation management methods and trends of telecommunication enterprises development are shown to define specific features of innovation strategy formation for telecommunication enterprises.

Постановка проблеми. Нові технологічні досягнення призводять до формування принципово нових галузей економіки, що значною мірою стосується сучасної галузі телекомунікацій. Поява і формування галузі телекомунікацій є результатом активної науково-дослідної роботи і дослідно-конструкторської діяльності міжнародних компаній, що представили на ринку цілком

нові послуги – стільниковий, супутниковий, широкополосний зв'язок та Інтернет. В умовах посилення нестабільності зовнішнього середовища і поглиблення процесу глобалізації змінюється підхід до сутності і змісту процесів організації та управління нововведеннями на рівні підприємств. Сьогодні інновації виступають не одноразовими заходами щодо підвищення доходності

компанії чи збільшення її ринкової частки, а перетворюються на норму функціонування й основу конкурентної стратегії. Саме тоді виникає необхідність довгострокового планування та розробки стратегії управління нововведеннями телекомунікаційних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стратегічний підхід до управління інноваційним розвитком підприємства обґрунтований у роботі [4]. Прикладні аспекти управління нововведеннями розглянуті у роботах [1], [3], [7], зокрема на важливості дотримання принципів комплексності та безперервності в управлінні нововведеннями наголошували Гольдштейн Г.Я., Тичинський А.В. У роботі [8] розглянуті сучасні тенденції розвитку сфери телекомунікацій.

Невирішені ранище частини загальної проблеми. Проте поряд з висвітленням стратегічних аспектів інноваційної діяльності підприємств та тенденцій розвитку сфери телекомунікацій недостатньо розроблені практичні рекомендації щодо розробки методики стратегічного управління інноваційною діяльністю з врахуванням сучасних тенденцій розвитку сфери телекомунікацій.

Метою статті є розгляд сучасних підходів організації та управління нововведеннями, огляд тенденцій розвитку і функціонування компаній ринку телекомунікацій та визначення на основі цього особливостей розробки стратегій управління нововведеннями телекомунікаційних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Серед сучасних підходів і принципів організації та управління нововведеннями слід виокремити найбільш прогресивні – принцип комплексності та принцип безперервності інноваційних процесів. *Принцип комплексності* полягає у розгляді інновацій як нововведень у всіх сферах господарської діяльності компанії з метою досягнення довгострокової ефективності, шляхом прогнозування й адаптації до будь-яких змін у зовнішньому середовищі. Таким чином, інноваційна діяльність компанії не зводиться лише до здійснення науково-технічної політики щодо розробки та впровадження нового продукту, а й охоплює такі сфери управління компанії, як маркетинг, організаційна побудова, управління персоналом. *Принцип безперервності* здійснення інноваційних процесів передбачає, що інновації виступають не одноразовими заходами щодо підвищення доходності компанії чи збільшення її ринкової частки, а перетворюються на норму функціонування й основу конкурентної стратегії.

У сучасних умовах поширеними є два напрями стратегічної інноваційної присутності компаній на ринку. Більшість корпорацій світу вибирають "активні" інноваційні конкурентні стратегії, які засновані на застосуванні нової для компанії (а часто і для всього ринку) технологічної ідеї. Це проявляється у слідуванні стратегії "технологічного лідера", "слідування за лідером" або стратегії диверсифікації. Підвищення конкурентоздатності більшості телекомунікаційних корпорацій, таких як IBM, Xerox, Microsoft, GE, Dell Computer та багатьох інших, пов'язано саме з технологічними нововведеннями [8]. Другим напрямом інноваційної діяльності є вибір стратегії, заснованих на постійних маркетингових нововведеннях у вигляді надання нових додаткових послуг з обслуговування клієнтів, використання нових методів формування цінової політики, зміни іміджу компанії, створення нових цільових сегментів [3], [6]. Дослідження сучасних форм стратегічного планування [1], [3], [7] дозволяє зробити висновок, що найбільш ефективним напрямом є поєднання технологічних та маркетингових інноваційних стратегій. Успіх їх реалізації залежить значною мірою від професіоналізму керівництва компанії щодо створення організаційної структури, здатної

стимулювати творчу ініціативу персоналу, генерувати велику кількість нових ідей та оптимізувати процес реалізації інноваційних проектів.

До сучасних тенденцій реструктуризації інноваційних процесів належать:

- ✓ посилення децентралізації управління інноваціями, коли вище керівництво залишає за собою функцію довгострокового планування інноваційної діяльності підприємства, а оперативне управління нововведеннями делегується керівникам низових ланок;

- ✓ інтеграція відділів НДДКР, маркетингу та планування в єдині стратегічні центри з управління нововведеннями, перехід до організаційних структур з використанням матричних систем організації робіт з розробки та впровадження інноваційних проектів. Утворення проектних цільових груп дозволяє скоротити строки реалізації проектів, дає можливість оперативного реагування на зміни зовнішнього середовища, спрощує систему контролю, забезпечує повну інтеграцію інноваційної діяльності в організаційну структуру компанії, скорочує кількість коригувань на заключних стадіях реалізації проекту.

Аналіз тенденцій розвитку і функціонування телекомунікаційних підприємств [5], [8] дає можливість зробити висновок, що в основі їх конкурентоздатності лежать постійні інновації. Для підтримання конкурентоспроможності телекомунікаційні компанії провадять активну інноваційну політику та виводять на ринок нові послуги. Це пояснюється високою наукомісткістю галузевої продукції і значно коротшим порівняно з іншими галузями життєвим циклом товару, а також відносно обмеженими можливостями диференціації вже існуючих продуктів у зв'язку з високою стандартизацією. Для підтримання своєї конкурентної позиції телекомунікаційні компанії активно використовують сучасні форми міжфірмового співробітництва. Найбільш поширеною є кооперація для здійснення певного проекту на найбільш ранніх стадіях його розробки й апробації. Це дозволяє мінімізувати витрати на спільних прикладних дослідженнях, прискорити процес втілення задуму у кінцеву продукцію та полегшити процес виведення новинки на ринок за рахунок спільних маркетингових заходів. У такий спосіб телекомунікаційні підприємства використовують потужні важелі саморегулювання: обмеження конкуренції в галузі між найбільшими корпораціями, з одного боку, та створення перешкод дрібним фірмам-аутсайдерам при спробі проникнення на ринок, з іншого боку.

До факторів, що впливають на формування інноваційної політики телекомунікаційних підприємств, належать: уніфікованість стандартів послуг зв'язку, єдині технологічні вимоги до телекомунікаційного обладнання, висока ступінь залежності від держави, максимізація ефекту економії на масштабах. При розробці стратегій управління нововведеннями телекомунікаційних підприємств слід враховувати наступні особливості телекомунікаційної галузі:

- ✓ телекомунікаційна галузь представляє на ринок унікальний продукт, який поєднує в собі матеріальне виробництво (обладнання), сферу послуг (провайдери зв'язку) та know-how (технології). Таким чином, телекомунікаційні підприємства функціонують одразу в декількох сферах економіки; інноваційний процес у телекомунікаційній галузі носить безперервний характер внаслідок високої наукомісткості продукції, коли поява чергового нововведення потребує переходу всієї галузі до нової технології, що, у свою чергу, породжує новий виток інновацій;

- ✓ потенційним цільовим ринком телекомунікаційної продукції є більша частина населення, а ступінь його охоплення залежить лише від фактору часу і нових

технічних можливостей (тобто забезпечення фактично-го доступу до ринків);

✓ технічні характеристики продукції телекомунікаційних підприємств роблять нерентабельним функціонування лише у межах національної економіки. Досвід провідних компаній показує, що всі вони за сферою своєї діяльності є міжнародними, за виключенням декількох компаній з країн, що розвиваються. Телекомунікаційні підприємства мають значно більші фінансові можливості для здійснення своєї інноваційної політики завдяки швидко зростаючому притоку інвесторів у даний сектор економіки.

Досвід організації та управління нововведеннями компаній NTT, Alcatel, Deutsche Telecom, Nortel, Intel, British Telecom, Vodafone дозволяє виявити загальні напрями інноваційної політики телекомунікаційних підприємств. Головною стратегічною метою вони висувають необхідність завоювання технологічної першості шляхом інтенсивного фінансування сфери НДДКР. У середньому внутрішньофірмові витрати на розвиток науково-технічної бази складають 10-15 % доходів компаній [7]. Другим напрямом інноваційної політики є орієнтація не тільки на продуктивні нововведення, а й на активне застосування маркетингових інновацій. Причому, якщо перші носять стратегічний характер, упереджуючи зміни у зовнішньому середовищі, то маркетингові інновації орієнтовані на пошук нових форм і методів цінової, комунікаційної, збутової, асортиментної політики для пролонгування ефекту від технологічних нововведень. Характерним також є те, що останні декілька років змінився основний акцент конкурентної боротьби у телекомунікаційній галузі: він змістився у сферу надання додаткових послуг та стимулювання збуту для охоплення нових сегментів ринку. Одним з найбільш поширених способів оптимізації процесу організації та управління нововведеннями в сучасних умовах є конкурентна політика компаній, спрямована на співробітництво і кооперацію з конкурентами. Злиття перетворюються на глобальний фактор підвищення результативності інноваційних проектів, потребуючи від компаній здійснення нововведень у управлінській діяльності та маркетинговій політиці.

Висновки і перспективи подальших розробок.

Таким чином, особливостями розробки стратегій управління нововведеннями телекомунікаційних підприємств є:

✓ посилення децентралізації управління інноваціями, коли вище керівництво залишає за собою функцію довгострокового планування інноваційної діяльності підприємства, а оперативне управління нововведеннями делегується керівникам низових ланок;

✓ інтеграція відділів НДДКР, маркетингу та планування в єдині стратегічні центри з управління нововведеннями, перехід до організаційних структур з використанням матричних систем організації робіт з розробки та впровадження інноваційних проектів;

✓ необхідність поєднання технологічних та маркетингових інноваційних стратегій, що дозволить підтримувати конкурентоспроможність за рахунок постійних інновацій, оперативно реагувати на потреби ринку та пролонгувати ефект від технологічних нововведень;

✓ використання стратегій кооперації при реалізації проектів, що дозволяє на ранніх стадіях розробки й апробації мінімізувати витрати спільних прикладних досліджень та полегшити виведення новинки на ринок за рахунок спільних маркетингових заходів.

1. Гольдштейн Г.Я. Стратегический инновационный менеджмент: тенденции, технологии, практика : Монография. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2002. 2. Економіка й організація інноваційної діяльності : Підручник / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан. – К.: ТОВ "Видавничий дім "Професіонал", 2004. 3. Тычинский А.В. Управление инновационной деятельностью компаний: современные подходы, алгоритмы, опыт. – Таганрог: ТРТУ, 2006. – [Електронний ресурс: <http://www.aup.ru/books/m87>]. 4. Філіпова К.В. Стратегічний аспект інноваційного розвитку організації // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 1 (67). 5. Хотяшова О. М. Инновационный менеджмент : Учебное пособие. – М., 2007. 6. Christensen C.M., Scott A.D., Roth A.E. Seeing What's Next: Using Theories of Innovation to Predict Industry Change. – Harvard Business School Press, 2004. 7. Managing innovation. A report on 15 best practices from the leading innovators in the world. – The Vancouver research group, 2004. – [Електронний ресурс: www.managinginnovation.com]. 8. Schilling M.A. Strategic Management of Technological Innovation. – McGraw-Hill/Irwin, 2005.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

С. Фірсова, канд. екон. наук, доц.

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В статті аналізуються проблеми становлення і розвитку інноваційних підприємств діяльність яких направлена на забезпечення сталого розвитку економіки України. Пропонуються шляхи вирішення цих проблем

This article is dealt with problems of formation and development of the innovation enterprises, which activity is directed on provision of the stable development of economies in Ukraine. The ways of solving these problems have been proposed.

Постановка проблеми. Аналіз розвитку зарубіжної і української економіки свідчить, що одним із факторів, який забезпечує економічне зростання є стабільна позитивна тенденція змін в інноваційній активності підприємств, так як вона направлена на створення конкурентоспроможного національного продукту і, як результат, підвищення ефективності виробництва і рівня життя населення. Характерним для українських підприємств є низький рівень інноваційної активності, що обумовлено, в значній мірі, недостатнім фінансуванням, відсутністю сучасних технологій в сфері виробництва і реально діючих механізмів управління інноваційним розвитком. Управлінський персонал підприємства повинен діяти виходячи з основного принципу ринку інновацій: виробник виходить на ринок з специфічною пропозицією, яка відповідає вимогам потенційних споживачів. Звідси перед менеджментом інноваційних підприємств постає завдання: кваліфіковано провадити науково-технологічну політику, управління інвестиціями,

виявлення і задоволення інноваційного попиту. Такий ринковий підхід потребує від персоналу відповідних знань теорії і практики управління інноваційним процесом, що дозволить приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо створення умов для залучення матеріальних, фінансових і висококваліфікованих трудових ресурсів, розробки нововведень та виведення їх на ринок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема інноваційного розвитку економіки країни привертає увагу багатьох вчених, урядовців, управлінців. Зокрема, в наукових працях М.Т. Денисенко, А.Ф. Гойко, Д.М. Черваньова, А.А. Переседи висвітлюються питання, пов'язані з інвестиційним забезпеченням, В.О. Василенко, В.Г. Шматько, В.В. Стадник, М.А. Йохна – проблеми управління інноваціями. В.М. Геєць, В.П. Семиноженко, Б.Є. Кваснюк розглянули концептуальні засади інноваційно-технологічного розвитку економіки країни в цілому та галузей наукомісткого промислового виробництва зокрема.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Ця проблема повинна, на наш погляд, все ширше висвітлюватись в літературі з метою розуміння господарськими суб'єктами ринку переваг переходу на інноваційний шлях розвитку та одержання відповідних знань. Зважаючи на це, в статті розглядається комплекс сучасних проблем, вирішення яких буде стимулювати розвиток інноваційних підприємств в країні, а саме: правового забезпечення інвестування, формування кадрового потенціалу. Акцентується увага на доцільності впровадження інноваційного маркетингу.

Метою статті є виділення напрямків вдосконалення вже існуючих та пошук нових шляхів активізації діяльності інноваційних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Як вже відзначалось, вирішальним чинником забезпечення конкурентоспроможності економіки є перехід підприємств на інноваційний шлях розвитку. Це обумовлено тим, що з економічної точки зору інновації є запорукою зростання прибутковості в середньо і довгостроковій перспективі, що дозволить здійснювати розширення масштабів діяльності і можливостей накопичення для наступного реінвестування капіталу. З соціальної – ефект нововведень також позитивний, так як за рахунок модернізації виробництва збільшується продуктивність праці, поліпшується якість товарів і послуг, безпека життя, підвищуються доходи, що впливає на більш повне задоволення суспільних потреб. В цілому в країні інноваційною діяльністю у 2005 році займалися 810 підприємств, що складає 8,2 відсотка від загальної кількості промис-

лових підприємств [2]. Звичайно, така невелика кількість підприємств позитивно впливає на розвиток економіки, але не зможе забезпечити сталого розвитку. Тому впровадження інноваційної моделі розвитку економіки є необхідністю і ні в кого не викликає сумніву. Стосовно характеристик розвитку інноваційних підприємств по регіонах і по країні в цілому, то аналіз статистичних даних за останні три роки дозволяє зробити висновок про стабільно повільний стан інноваційної активності підприємств регіонів України та відповідність його загальним тенденціям розвитку інноваційної діяльності в цілому по країні. В останні роки рівень інноваційної активності промислових підприємств України знижується [1]. Основними факторами, які перешкоджають розвитку інноваційних підприємств, на нашу думку, є стан успадкованого від СРСР виробництва, втрата за перехідний період фінансових, інтелектуальних, управлінських ресурсів і інвестиційної привабливості, політична нестабільність, недосконала законодавча база, відсутність інноваційної інфраструктури, недооцінка значущості можливих позитивних наслідків від реалізації інноваційних проектів.

Кожне підприємство, як складова частина регіону повинно вписуватись в стратегію його розвитку, так само як регіон в стратегію розвитку національної економіки, що є вихідною точкою для створення національної системи управління інноваційною діяльністю, яка б включала державний, регіональний, галузевий рівні, рівень підприємств господарського комплексу і базувалась на принципах державного управління, адміністративного та інноваційного менеджменту [1] і представлена на рис. 1.



Рис. 1. Національна система управління інноваційною діяльністю

Функціонування такої системи управління інноваціями в країні буде забезпечувати, на наш погляд, концентрацію зусиль ефективного використання виробничих можливостей, регулювання обсягів пропозиції товарів, послуг, технологій, завоювання певних сегментів ринку на основі вивчення та аналізу інноваційного попиту і сприяти результативному управлінню. Мета діяльності інноваційного підприємства – випуск на внутрішній і зовнішній ринки нововведень, які б задовольняли потреби споживачів в інноваціях, забезпечуючи окупність інвестицій і прибутковості.

Управлінські рішення щодо інноваційних процесів на підприємстві в повній мірі залежать від інноваційного потенціалу відносно якого їх можна поділити на три види – *"наявного"* наукового, фінансового, технологічного, кадрового потенціалу, які приймають рішення про випуск нової продукції; *"запозиченого"*, які використовують кредитні (орендні) ресурси і в процесі своєї діяльності удосконалюють, модифікують вже знайому споживачеві продукцію і підприємства *"відсутнього"* інноваційного потенціалу, які потребують оздоровлення і перепрофілювання [1]. Але незалежно від інноваційно-

го потенціалу господарюючі суб'єкти повинні формувати стратегічне бачення можливих напрямків розвитку підприємства відповідно до існуючих тенденцій на ринку – розробляти стратегію інноваційного розвитку.

Важливе місце в стимулюванні розвитку інноваційних підприємств займає проблема інвестування. Як відомо в бюджеті на 2007 рік передбачено на інновації майже удвічі більше коштів порівняно з 2006 роком – 26,8 млрд. гривень. Інвестиції Світового банку в інфраструктурні проекти в Україні в 2007 році можуть сягнути 1 млрд. дол. при 0,5 млрд. дол. у 2006 році, що буде сприяти поліпшенню інвестиційного клімату, так як інвестиції, в значній мірі, залежать від того наскільки розвиненою є інфраструктура [3]. Приріст іноземного капіталу в економіку України в першому півріччі 2007 року становив 2553,1 млн. доларів США. Загальний обсяг прямих іноземних інвестицій, залучених в Україну, станом на 1 липня 2007 року сягнув 24,2 млрд. доларів (518,6 дол. на одного українця), що у півтора рази перевищує відповідний минулорічний показник [4]. Зростання інвестиційної активності товаровиробників пов'язане з необхідністю оновлення основних фондів, впровадження енергозберігаючих технологій та модернізації виробництва для випуску на ринок нововведень здатних конкурувати на внутрішніх і зовнішніх ринках. До кінця 2007 року має бути підписана нова стратегія партнерства нашої держави і Світового банку – зміниться інвестиційна складова такої співпраці. Із затвердженням цього документа Україна зможе залучити в економіку чотири мільярди доларів США. Як констатував А.Кінах, якщо в попередні роки з кожних десяти доларів, отриманих від СБ, дев'ять йшло на покриття дефіциту балансу, то тепер 47 відсотків фінансування спрямовуються на інвестиційні проекти, тобто на розвиток інновацій. Розглядаючи проблему фінансування інноваційного процесу слід розглядати всі можливі джерела: власні доходи, банківські кредити, муніципальні облігації, бюджетні кошти, кошти з фондів підтримки ЄС тощо. За оцінками Світового банку в найближчі десять років інвестиційні потреби України оцінюються на рівні 100 млрд. доларів [3], а Міністерства економіки України – 200 млрд. доларів, необхідних для проведення структурної перебудови виробництва. Тому незважаючи на те, що обсяг коштів на інновації поступово збільшується до задоволення потреб економіки в них ще далеко. В умовах дефіциту власних і іноземних фінансових ресурсів державна політика повинна бути спрямована на стимулювання активізації інноваційної діяльності, створення прийнятних для інвесторів умов. Для цього, на наш погляд, необхідно: чітко виділити пріоритетні напрямки інноваційного розвитку економіки, а також регіони і підприємства, які впроваджують, або будуть впроваджувати інвестиції в розвиток технологій, здійснюють інновації і потребують державної підтримки. Тобто державна інвестиційна стратегія має формуватися з урахуванням таких принципів: концентрація інвестиційного потенціалу в сферах, де Україна має реальні конкурентні переваги на зовнішніх і внутрішніх ринках (харчова, легка, целюлозно-паперова промисловість, машинобудування, житлове будівництво, туризм тощо); спрямування зарубіжних інвестицій на структурні перетворення господарського комплексу віддаючи перевагу машинобудуванню, хімічній промисловості, сфері обслуговування; створення умов для інвестиційної підтримки інноваційних технологій; націленість інвестиційної діяльності на забезпечення комплексного соціально-економічного розвитку держави. Наявність та реалізація такої інвестиційної стратегії дозволить використовувати інвестиції ціленаправлено і не розпоршувати їх.

В поточний період на регіональному рівні змінюється підхід управлінського персоналу до розвитку інноваційно-інвестиційного процесу, філософія виходу з економічної депресії окремих підприємств, галузей, регіонів. Менеджмент усвідомлює: сподіватись потрібно передусім на себе, чітко виокремити актуальні питання, що визначають розвиток регіону, вирішення яких можливе за власні кошти і лише за участі держави. Так, в деяких областях вперше в 2007 році передбачені в бюджеті цільові видатки за користування кредитами для підприємств, які реалізують інноваційні, важливі для розвитку області проекти. Для забезпечення розвитку визначених пріоритетних напрямів економіки регіону потрібно розробити перспективні цільові програми в яких передбачити джерела фінансування. Таким чином, можна перейти на систему об'єднання зусиль і фінансів центральної і місцевої влади.

Важливим моментом у створенні сприятливих умов направлених на активізацію інноваційної діяльності є введення законодавчих заходів, направлених на часткове або повне звільнення, на певний період, від оподаткування коштів за рахунок яких фінансуються науково-дослідні роботи, технологічне переозброєння, що стосується нововведень, одержання знань для здійснення ефективного управління інноваційним підприємством. Запровадження податкових пільг для інноваційних підприємств широко використовується в розвинених країнах світу, і як свідчить практика, має позитивний економічний ефект.

Для підприємств, що створюють нову продукцію або застосовують нові технології важко прийняти обґрунтовані рішення в умовах дуже низького рівня інформатизації окремих галузей, відсутності інформаційної взаємодії з іншими підприємствами і секторами економіки, міжгалузевої координації. Вирішення цієї проблеми можливе лише завдяки системному впровадженню найновіших інформаційних технологій. Окрім того забезпечення суб'єктів господарювання надійною і достовірною інформацією про ринок, структуру і динаміку попиту, бажання і смаки клієнтів потребує впровадження інноваційного маркетингу, який направлений на створення продукції ринкової новизни, що забезпечує якісно новий рівень задоволення потреб споживачів. Інноваційний маркетинг охоплює всі маркетингові задачі, які пов'язані зі створенням і виведенням на ринок нових товарів, послуг, які як відомо забезпечують конкурентоспроможність. Основним завданням інноваційного маркетингу є дослідження комерційних перспектив нового продукту, тобто проведення маркетингових досліджень. В результаті підприємство одержить інформацію для обґрунтування технічних показників нововведень, щодо перспективних вимог до продукції, які відображають пріоритети споживачів і потенційний попит, що дозволить визначитись з обсягами виробництва, продажу інноваційного продукту, прийнятною ціною, тобто вихідними показниками для оцінки майбутньої ефективності і прийняття інноваційних рішень. Проведення таких досліджень складна справа в організаційному і фінансовому плані і потребує відповідного кадрового забезпечення. Тому самостійно їх можуть проводити тільки великі і деякі середні підприємства. Що стосується малих підприємств, то вони, як правило, формують інформацію, яка характеризує ринки. Для інноваційних підприємств, як свідчить практика господарювання, маркетингові дослідження нового продукту мають проводитись системно на всіх етапах життєвого циклу: на етапі досліджень і генерації ідей, на етапі виконання науково-дослідних робіт і на етапах розроблення і промислового виробництва. Такий підхід дозволить більш обґрунтовано визначитись

з ідеями, які слід впроваджувати, з прогнозом потенційного попиту, з можливістю модифікації нововведення, з стратегією просування товару на ринок.

Впровадження нових товарів і послуг – процес досить хворобливий. Але, якщо країни з розвинутою ринковою економікою традиційно мають в цій сфері багатий досвід, то наші підприємства цього позбавлені. Можна сказати, що вітчизняні підприємства майже не мають досвіду комерційного підходу до аналізу, оцінки і здійснення нововведень. Цей досвід повинен формуватись в сучасних умовах, тому особливо важливим завданням підприємств, орієнтованих на інновації є правильна організація інноваційного маркетингу, яка потребує створення служби маркетингу в склад якої повинні входити відділ (сектор) маркетингу, спеціалісти інших підрозділів і служб, посадові обов'язки яких потребують використання матеріалів про стан і перспективи розвитку потенційного попиту і приймають участь в інноваційному процесі. Слід мати на увазі, що правильний підбір спеціалістів і розподіл між ними функцій являється одним із найважливіших завдань, що забезпечує ефективну діяльність інноваційного підприємства. Тому, вирішуючи дану задачу, необхідно враховувати всю сукупність умов, що визначають можливості залучення того чи іншого спеціаліста до роботи в інноваційному маркетингу, перш за все: рівень його ділової кваліфікації, ступінь його участі у створенні нової продукції, характер інформації, що обробляється, особисту зацікавленість спеціаліста.

Управлінський персонал приймаючи рішення про інноваційний розвиток повинен виходити з того, що для інноваційного підприємства характерні не окремі види нововведень, а цілий комплекс: технічні – нові технології, матеріали, устаткування, товари (послуги); організаційні – нові методи і форми організації різних видів діяльності; економічні – методи керування інноваційною діяльністю шляхом планування, фінансування, ціноутворення, реклами; соціальні – різні форми активізації людського фактора, а саме: стимулювання творчої діяльності, поліпшення умов праці, підвищення добробуту; юридичні – законодавство, оподаткування, нормативно-правові акти, що регулюють інноваційну діяльність. Забезпечення результативності управління інноваційними підприємствами, які мають такий широкий спектр напрямків діяльності потребує впровадження сучасних методів організації: реінжинірингу, бюджетування, системи збалансованих показників, управління ризиками, інноваційного маркетингу та управління кадровим забезпеченням. Слід зазначити, що кваліфікована робоча сила і розвиток інноваційного підприємства – це ключові та взаємопов'язані аспекти, з позиції яких слід розглядати процес формування кадрів. Це складне питання тому що нині в Україні великою проблемою є вже не безробіття, а дефіцит робочої сили. За статистикою, в країні залишаються відкритими близько 1,5 млн. вакансій. Євросоюзом прийнято рішення про введення так званої "блакитної картки" для мігрантів із високою професійною кваліфікацією (а саме такі робочі кадри потрібні інноваційним підприємствам), які будуть отримувати за спрощеною процедурою трудові візи на термін до п'яти років. Це може погіршити ситуацію на трудовому ринку в Україні і ускладнити проблему формування кадрів. Забезпечення інноваційних підприємств кваліфікованою робочою силою гальмується не тільки відсутністю професійної наступності поколінь, а й низьким рівнем підготовки в профтехосвіті, що обумовлено, в першу чергу, недосконалістю механізму фінансування.

У високорозвинених країнах діє практика фінансування підготовки робітників за рахунок визначених законодавством обов'язкових відрахувань з доходів підприємств. Так, у Франції підприємства відраховують для цього три відсотки, у Бельгії – 0,25 відсотка. Очевидно є необхідність і в нашій країні впроваджувати такий механізм фінансування професійно-технічної освіти. Звернемо увагу, на те, що у навчальному процесі використовується 60 відсотків обладнання, устаткування та техніки з двадцятирічним терміном експлуатації, 34 відсотки – від десяти до двадцяти років, а шість відсотків до десяти років [5]. Тому одним із першочергових завдань в сфері професійно-освітніх закладів є оновлення змісту професійно-технічної освіти через впровадження державних стандартів нового покоління з робітничих професій та новітніх технологій. В цілому сегмент ринку праці робочих професій потребує створення оптимальної мережі навчальних закладів, які б здійснювали підготовку кадрів відповідно до попиту. Для цього на регіональному рівні необхідно розробити програми підготовки кваліфікованих робітників на основі замовлень роботодавців, які пов'язують потребу в них з розвитком підприємства. Окрім того ефективне управління інноваційним підприємством потребує висококваліфікованих фахівців нової категорії – науковців, здатних генерувати ідеї; маркетологів – проводити дослідження, аналіз ринків, прогнозування; економістів – результативно управляти інвестиціями, вміти оцінити економічну привабливість нововведень; менеджерів – вирішувати організаційні проблеми, управляти інноваційними проектами, формувати інноваційну культуру персоналу тощо. Виконання таких управлінських функцій, орієнтованих на перспективу потребує системного підходу до професійної підготовки і перепідготовки керівних кадрів, які повинні мати не тільки комплексні теоретичні знання, а й практичні навички для чого необхідне постійне професійне удосконалення. Сприяє цьому буде, на наш погляд, впровадження в діючих вузах другої вищої освіти, університетах, бізнес-центрах підготовки і перепідготовки фахівців для інноваційних підприємств. Програми навчання в таких спеціальних групах повинні включати новітні досягнення науки і практики господарювання суб'єктів, які ефективно управляють інноваціями. Важливою буде також можливість професійного спілкування спеціалістів-інноваторів.

Висновки і перспективи подальших розробок. Позитивним соціально-економічним зрушенням в Україні сприятиме процес становлення і розвитку інноваційних підприємств, в ході якого економіка поступово буде переходити на власну науково-технічну основу, випускаючи конкурентоспроможну продукцію. Тому до розвитку інноваційної економіки слід підходити системно, забезпечуючи зв'язок між національними, регіональними і локальними діями. Така взаємодія має створювати умови для ефективною діяльності інноваційних підприємств за рахунок формування необхідного правового забезпечення, цілеспрямованого інвестування, створення розвинутої інфраструктури, стимулювання, забезпечення фахівцями нової категорії, державної підтримки.

1. Гець В.М., Семиноженко В.П., Кваснюк Б.Є. Інноваційно-технологічний розвиток економіки. – К.: Фенікс, 2007.
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : Стат. сб. – К.: Держкомстат України, 2006.
3. Кириленко В. Інвестиції відкривають перспективи // Урядовий кур'єр. – № 59 від 3 квітня 2007 року.
4. Якщо інвестиційний клімат сприятливий. // Форум, Урядовий кур'єр. – № 188 від 12 жовтня 2007 року.
5. Ніколаєнко С. Підготовка робітника – завдання комплексне // Урядовий кур'єр. – № 201-202 від 31 жовтня 2007 року.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ЕМІТЕНТА

У статті розкрито теоретичні засади формування системи маркетингу емітента та визначено основні напрями його застосування на ринку цінних паперів. Досліджено особливості формування фінансового маркетингу, шляхом розкриття його структурних елементів та комплексу інструментів маркетингу на ринку цінних паперів.

Article disclosures theoretical basis of Issuer's marketing control and determines main lines of it applying on securities market. The author researches the peculiarities of financial marketing formation, analyze its structural components and the marketing instruments on securities market.

Постановка проблеми. Сучасний рівень розвитку вітчизняної економіки свідчить про бурхливий розвиток фондового ринку, який проходить етап трансформації від адміністративно-командної моделі управління до ринкової. Певна увага при цьому приділяється ринку цінних паперів та емітенту, що знаходиться у центрі всіх подій, що відбуваються на ринку. Динамічний розвиток ринку цінних паперів в Україні потребує застосування сучасних методів взаємодії з інвесторами і ведення конкурентної боротьби за фінансові ресурси.

Вивчення досвіду ефективності роботи західних компаній дозволяє дійти висновку, що запорукою ефективності роботи є розробка стратегічної поведінки емітента на ринку цінних паперів на основі маркетингової концепції, яка є втіленням ідей та стратегій активної взаємодії емітента з інвестором. Як показує досвід застосування даного підходу західними компаніями, він сприяє підвищенню привабливості цінних паперів для інвесторів, формуванню об'єктивної фінансової оцінки фінансових інструментів, зниженню зусиль щодо мобілізації капіталу, вирішенню корпоративних конфліктів. Проте українські підприємства не мають досвіду застосування маркетингу в роботі на ринку цінних паперів, тому автор наголошує на актуальності даної статті, присвяченій проблемі теоретичного обґрунтування формування системи маркетингу емітента на ринку цінних паперів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом в Україні з'явився ряд робіт вітчизняних фахівців, присвячених проблематиці маркетингу фінансових послуг. Серед вітчизняних дослідників потрібно відзначити І. Алексєєва, І.Г. Брітченка, Г.І. Брітченка, Н.В. Бутенко, О. Захарчука, Г.П. Макарову, А.В. Нікітіна, І.О. Новікову, Я. Поречкіну, Л.Ф. Романенко, І.О. і Я.О. Спіциних, А.О. Старостіну. Теоретичні і практичні доробки, що містяться в їхніх працях, дозволили фахівцям більш упевнено застосовувати нові для України принципи ведення бізнесу, засновані на філософії маркетингу. На жаль, багато чого з надрукованого носить описово-просвітницький характер. У вітчизняній практиці відсутні фундаментальні дослідження, присвячені аналізу маркетингової діяльності емітента на ринку цінних паперів. Вищезгадані обставини пояснюють актуальність та своєчасність розробки теми, що розглядається.

Найбільшого успіху у вивченні даного аспекту економіки здобули німецькі вчені І. Зюхтінг та Ф. Беккер [4, 5]. На думку даних авторів фінансовий маркетинг – орієнтоване на запит інвестора цілеспрямоване використання фінансових інструментів для подолання існуючих ринкових протиріч між попитом та пропозицією капіталу; систематичне використання всіх маркетингових інструментів і досліджень, які відносяться до них та використовуються підприємствами незалежно від організаційно-правової форми для залучення і довгострокового забезпечення всіх необхідних фінансових активів. На думку І.Т. Балобанової "фінансовий маркетинг" можна визначити як системний підхід інвесторів-продавців до управління реалізацією фінансових активів і системний підхід інвесторів-покупців до управління акумульованими фінансовими активами" [1].

Невирішені раніше частини загальної проблеми.

Виявлено протиріччя маркетингу емітента у вітчизняній практиці, що полягає у тому, що сформована структура створення і перерозподілу національного доходу обумовлює попит з боку підприємств і населення на такі інструменти ринку цінних паперів, які можна продавати без дотримання чіткої логіки і процедури маркетингової діяльності. Його наявність дозволяє зрозуміти перспективи та шляхи розвитку маркетингової діяльності емітента на ринку цінних паперів у сучасних умовах.

Метою статті є розкриття теоретичних засад формування системи маркетингу емітента та визначення основних напрямків його застосування на ринку цінних паперів.

Виклад основного матеріалу. Основними принципами маркетингу емітента на ринку цінних паперів визначимо наступні:

- ✓ досягнення кінцевого практичного результату виробничо-збутової діяльності відповідно до довгострокових планів емітента цінних паперів, тобто отримання прибутку від реалізації запланованої кількості цінних паперів;
- ✓ орієнтація не лише на поточний, а й на довгостроковий результат діяльності емітента, що надає особливого значення прогнозним дослідженням ринку;
- ✓ застосування у взаємозв'язку тактики та стратегії активного пристосування до вимог існуючих та потенційних інвесторів;
- ✓ цілеспрямований вплив на попит існуючих та потенційних інвесторів з метою його належного формування;
- ✓ комплексність, тобто здійснення різноманітних маркетингових дій як системи взаємозалежних заходів.

Історія виникнення та початку використання провідними західними компаніями концепції фінансового маркетингу сягає 60-х років ХХ сторіччя, коли на основі раніше існуючого та широко застосованого маркетингового підходу на ринках товарів та послуг було розроблено основи фінансового маркетингу. Поява терміну "фінансовий маркетинг" пов'язана з використанням маркетингу для управління фінансовими відносинами, забезпечення ефективного співвідношення попиту та пропозиції на фінансовому ринку. Вивчення наукових джерел дозволяє дійти висновку, що в літературі відсутнє єдине трактування поняття фінансовий маркетинг, який на думку автора є більш загальним поняттям і включає в себе маркетинг емітента на ринку цінних паперів.

Найбільшого успіху у вивченні даного аспекту економіки здобули німецькі вчені І. Зюхтінг та Ф. Беккер. На думку вищенаведених авторів фінансовий маркетинг – орієнтоване на запит інвестора цілеспрямоване використання фінансових інструментів для подолання існуючих ринкових протиріч між попитом та пропозицією капіталу; систематичне використання всіх маркетингових інструментів і досліджень, які відносяться до них та використовуються підприємствами незалежно від організаційно-правової форми для залучення і довгострокового забезпечення всіх необхідних фінансових активів [4; 5]. На думку І. Балобанової "фінансовий маркетинг можна визначити як системний підхід інвесторів-продавців до управління реалізацією фінансових активів і системний підхід інвесторів-покупців до управління акумульованими фінансовими активами" [1].

Теоретичні засади діяльності ринку цінних паперів та ринку товарів та послуг – ідентичні. Подібно до того як потенційний інвестор має широкий спектр способів використання тимчасово вільних активів, так само покупець стикається з великим вибором товарів та послуг. Таким чином підприємство, яке виступає у якості емітента цінних паперів чи виробника товарів чи послуг, повинно вивчати потреби чи очікування потенційних інвесторів (покупців) для того аби успішно конкурувати з пропозиціями інших компаній. Проте, варто відзначити, що маркетинг у його класичному розумінні не може застосовуватися на ринках валюти і дорогоцінних металів, так як на цих ринках практично не можливо змінювати характеристики товарів і цілеспрямовано впливати на ринкові умови, але є перспективним інструментом оптимізації попиту і пропозиції на ринках цінних паперів і кредитів.

Вступаючи в боротьбу за тимчасово вільні активи в економіці, емітент намагається залучити необхідний

капітал на найбільш сприятливих для нього умовах, а це просто не можливо без врахування різноманітних вимог і інтересів потенційних інвесторів. Саме тому ринок цінних паперів і відносини, що виникають на ньому з приводу залучення капіталу є основною сферою використання маркетингу емітента. Варто зазначити, маркетинг емітента має свій прояв відразу як на первинному, так і на вторинному ринку. Так, говорячи про первинний ринок, сфера застосування фінансового маркетингу – дії, що передують і супроводжують первинне розміщення цінних паперів, емісію облігацій та IPO. Маркетинг на вторинному ринку також має велике значення, так як від інтересу інвесторів до інструментів, які вже обертаються на фондовому ринку багато залежить результат майбутніх емісій.

Узагальнену схему застосування маркетингу емітентом на ринку цінних паперів зображено на рис. 1

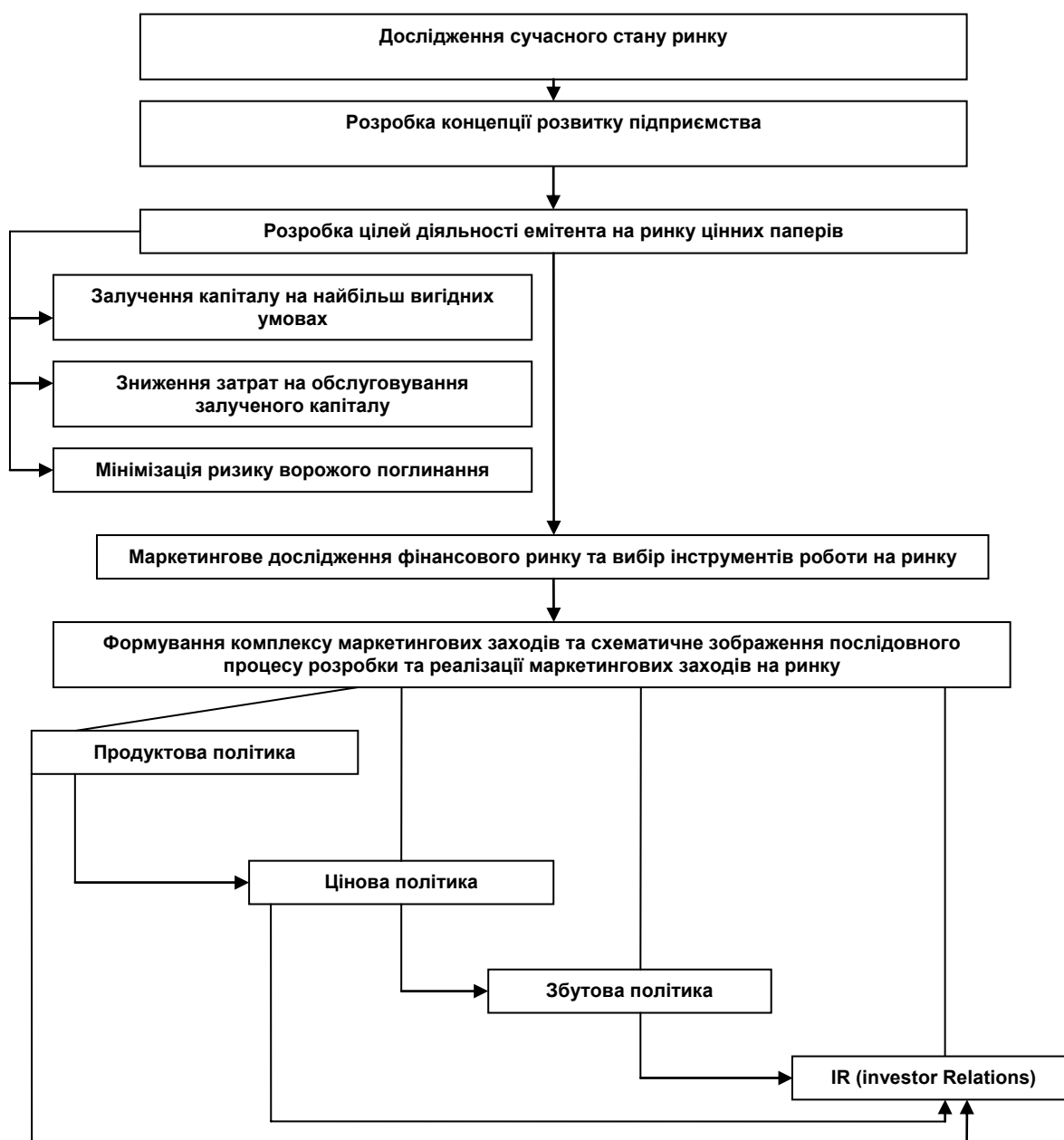


Рис. 1. Процес управління маркетингом емітента

Основою розробки комплексу маркетингу емітента є визначення цілей його діяльності на ринку цінних папе-

рів, вибір котрих обумовлено концепцією розвитку підприємства і сучасною ситуацією на фондовому ринку.

Вважаємо за доцільне визначити наступні цілі емітента на ринку цінних паперів:

1. Формування та підтримка справедливого ринкового курсу акцій, максимізація курсу акцій. Так у випадку організації додаткової емісії акцій суттєвий вплив на об'єм залучених коштів має ринковий курс акцій емітента, встановлений за результатами торгів на організованому чи неорганізованому ринку. За результатами 2006 року частка ПФТС серед організаторів торгів цінними паперами України зросла з 88,2 % (2005 р.) до 96,3 % (2006 р.), тому можна зробити висновок, що ціна на акції чи облігації емітента, встановлена за результатами торгів на ПФТС є відправною точкою для визначення привабливості акцій емітента на ринку цінних паперів та визначення попиту на цінні папери. Таким чином у результаті дослідження попиту на ринку емітент може робити прогнози щодо ефективності майбутньої пропозиції на акції, обирати відповідні сегменти ринку на які спрямовуватиметься інформація про емітента та буде активізуватися активна взаємодія з потенційними інвесторами.

2. Висока вартість цінних паперів, що об'єктивно відображає реальний стан та перспективи розвитку компанії, забезпечує вигідну різницю між номінальною вартістю та емісійним курсом цінних паперів.

3. Стабільна динаміка зміни курсу. На фондовому ринку дуже є важливими відносні коливання курсу – у порівнянні із загальним індексом акцій чи галузевим. Сильні коливання курсу акцій роблять складним прогнозування довгострокового планування залучення капіталу, а падіння курсу полегшує купівлю підприємства одним інвестором. Досягнення цілі стабілізації курсу має на увазі розробку комплексу заходів з таким розрахунком, щоб уникнути негативного впливу на курс цінних паперів. При цьому враховується також і той факт, що зміна курсу цінних паперів у довгостроковому періоді відображає динаміку ефективності управління компанією, конкурентоспроможність продукції і рентабельність виробництва, – найбільш важливі показники для стратегічних інвесторів.

4. Підвищення ступеню відомості компанії, що необхідно для покращення важливості позиціонування нових цінних паперів на ринку. Хороша репутація компанії на ринку і довіра інвесторів є важливим фактором успішного залучення капіталу.

5. Покращення іміджу – у майбутньому полегшить доступ до більш дешевих джерел фінансування. Одним етапом у створенні іміджу публічної компанії є залучення банківських кредитів та випуск облігацій, чому як правило передують публічне розміщення цінних паперів емітента.

6. Вихід на міжнародний ринок цінних паперів. Українські компанії виходять на ринок країн Європи та США шляхом оформлення частки своїх акцій в депозитарні розписки (АДР чи ГДР). Данні інструменти дозволяють залучити іноземних інвесторів, значно знизивши для них ризики інвестування на ринках, що розвиваються. Випуск розписок сприяє підвищенню інтересу до емітента, підвищенню ліквідності і формуванню справедливої ціни на цінні папери. Перспективним інструментом залучення інвестицій на ринку міжнародних запозичень є випуск єврооблігацій.

7. Підвищення ліквідності акцій компанії.

8. Налогодження постійних та стабільних взаємовідносин з інвестором (перш за все з акціонером). У західній практиці прийнято говорити про "довіру" у відносинах з акціонерами, котрі набувають особливої ролі у діяльності сучасних господарських товариств. Досягнення даної цілі сприятиме максимальному зниженню ризиків ворожого поглинання конкурентами, а також сприятиме стабілізації курсу цінних паперів.

9. Розповсюдження акцій серед широкого кола дрібних та середніх акціонерів – розпилення акцій. Результатом такого заходу стане зменшення залежності емітента від крупних інвесторів та захищеність від переміщення капіталу і короткострокового коливання курсів. Крім того розширення кола інвесторів сприятиме майбутнім емісіям акцій [1;2].

Особливості формування цілей маркетингової діяльності емітента на ринку цінних паперів заключається у тому, що вони формують систему, окремі елементи якої органічно доповнюють один одного, формують додаткові переваги в роботі емітента на фондовому ринку. Разом з тим досягнення вищевказаних цілей сприяє реалізації двох основних інтересів емітента: залучення капіталу на вигідних умовах та захист від ворожого поглинання.

Таким чином, вибір конкретних цілей визначає подальший вибір інструментів роботи на ринку і формування комплексу маркетингових заходів.

Наступним важливим заходом, що здійснює емітент на ринку цінних паперів є сегментація ринку. Орієнтація на конкретні потреби споживачів є основним принципом класичного маркетингу, котрий має силу і на фінансовому ринку. Потреби реальних та потенційних інвесторів та їх відмінності у рівні очікуваного доходу, ступеня прийняття ризику є важливою характеристикою фінансового ринку, оскільки дозволяють провести сегментацію ринку і застосувати до нього детально дороблений комплекс маркетингу.

На основі інформації отриманої в результат зовнішнього та внутрішнього дослідження середовища компанії розробляється комплекс фінансового маркетингу, як сукупність окремих маркетингових інструментів продуктової, цінової, збутової та комунікативної політики емітента на ринку цінних паперів. Сутність продуктової політики полягає у виборі компанією фінансового інструменту, який буде позиціонуватися на ринку разом із своїми наступними модифікаціями. При цьому найбільша увага повинна приділятися 3-м основним принципам: ліквідності, доходності та безпеки.

Виявлення окремих конкретних характеристик товару – "цінного паперу" залежить від цільової аудиторії інвесторів, їх потреб, інтересів, настроїв, котрі новини бути чітко досліджені з боку емітента до початку розробки продуктової політики в рамках дослідження ринку. Враховуючи той факт, що цінний папір сам по собі є стандартизованим продуктом і процес емісії пов'язаний з великою кількістю обмежень, у фінансовому інструменті можна одночасно поєднати різні характеристики: прийнятний для інвесторів з консервативними настроями рівень безпеки та високий рівень доходності і ліквідності, що дозволить привернути увагу брокерів у спекулятивних цілях на ринку.

Так само як на ринку кредитів існує поняття "кредитної історії" підприємства, що є своєрідною гарантією щодо залучення вільних активів в бізнес, ринок цінних паперів пропонує поняття "Equity story" – історія компанії, у значенні донесення до уваги та розуміння інвесторів, фінансистів, засобів масової інформації даних про стратегію компанії, історії її розвитку, конкурентних переваг та її положення на ринку. Саме Equity story дає змогу впливати на імідж компанії-емітента на ринку цінних паперів.

Ринок цінних паперів часто характеризують як ринок найбільш наближений по своїм якостям до ринку чистої конкуренції, що свідчить про складність процесу ціноутворення на ринку цінних паперів емітентом. Емісійна ціна акцій, що встановлюється емітентом при їх первинному розміщенні, повинна оптимально поєднувати інтереси емітента та інвесторів. Оптимальна стартова

ціна має забезпечувати максимальний дохід емітента і не створювати ситуацій потенційної втрати інвесторів. Що стосується вторинного ринку, то тут ціна не встановлюється підприємством напряму, а формується у процесі постійної зміни попиту та пропозиції на цінні папери. Тому можна зробити висновок, що емітент може впливати лише на ціну, що формується на первинному ринку. Вторинний ринок – повною мірою залежить від поведінки та очікувань потенційних та реальних інвесторів, що вже більшою мірою відноситься до комунікативної політики емітента.

У рамках збутової політики вирішуються такі питання як: вибір каналів збуту, місця реалізації фінансових інструментів, форми розміщення цінних паперів. На Заході розповсюджена практика взаємодії емітента з банками, консорціумами, котрі професійно займаються реалізацією цінних паперів і мають зв'язки та досвід в роботі у даній сфері. Так одним із основних питань на яке має дати відповідь збутова політика – вибір форми розміщення цінних паперів. Форма розміщення може бути відкритою чи закритою, вибір форми пов'язаний із результатами дослідження фінансового ринку і вибором сегменту ринку на який спрямовуватиметься дія емітента. Відкрите (публічне) розміщення характеризується необмеженим колом потенційних інвесторів. Дана форма розміщення потребує довгої та ретельної підготовки, публікації проспекту емісії, реалізації комплексу маркетингу на ринку. Закрите (приватне) розміщення передбачає кількість інвесторів, що не перевищує 100 потенційних інвесторів, яким дозволено прийняти участь у розміщенні. Дана форма розміщення проводиться без публічної акції та проведення рекламної компанії – лише серед кола заздалегідь визначених існуючих акціонерів.

Тому можна зробити висновок: яку б форму розміщення не вибрав емітент, головне, щоб це рішення співпадало з цілями та інтересами компанії-емітента, та не суперечило чинному законодавству [4; 5; 8].

Говорячи про комунікативну політику та її складові, перш за все хочеться сконцентрувати свою увагу на

використанні інформаційних каналів як засобу комунікації емітента з потенційними інвесторами. Інформаційний канал – це один із найважливіших інструментів комунікації, результатом дії якого буде очікувана реакція інвесторів у відповідь. Діяльність, направлена на побудову правильного механізму комунікації з інвестором отримала назву Investor Relations (IR). Цікаво, що саме із визнання необхідності інформаційного впливу емітента на ринок цінних паперів почався розвиток "фінансового маркетингу" більш 40-ка років тому.

Інвесторські Рілейшнз направлені не лише на приватних та інституційних інвесторів, а й на інших учасників фондового ринку, які приймають безпосередню участь у формуванні суспільної думки. Тому до цільових аудиторій Інвесторські Рілейшнз відносять фінансові аналітики, журналісти, інвестиційні консультанти [7].

Наповнення комунікативної політики та її інструменти повинні бути такими, щоб забезпечити цілеспрямований вплив на заздалегідь визначену аудиторію, що відповідає інтересам компанії та співвідноситься з інтересами, характеристиками та потребами цільових груп IR. Забезпечити такий вплив можуть спеціальні інструменти особової та не особової комунікації.

Висновки і перспективи подальших розробок. Таким чином, у статті висвітлено теоретичні засади функціонування фінансового ринку як основи роботи емітента на ринку цінних паперів. Було досліджено особливості формування фінансового маркетингу, шляхом розкриття його структурних елементів та комплексу інструментів маркетингу на ринку цінних паперів.

1. Балабанова И.Т. Основы финансового менеджмента. М.: Финансы и статистика, 1998. 2. Данилов Ю. Новая роль фондового рынка в России // Вопросы экономики. 2003. – №7. 3. Кильяков А.А., Чалдаева Л.А. Эмитенты на рынке ценных бумаг // Финансы и кредит. – 1999. – № 9. 4. Becker F. Finanzmarketing von Unternehmungen // Die Betriebswirtschaft. 1994. – №3. 5. Suchting I. Finanzmanagement: Theorie und Politik der Unternehmensfinanzierung. Wiesbaden. – Gabler, 1995. 6. Паланков А.М. Инвестиционные ресурсы фондового рынка. – М.: Акционер, 2001. 7. <http://www.cbonds.info/all/eng>. 8. www.wuvv.de.

Надійшла до редколегії 26.11.2007

Д. Черваньов, д-р екон. наук, проф.,
В. Сторожук, асп.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ВАЖЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

В статті проаналізовано та розкрито основні теоретичні положення формування інноваційного типу розвитку економіки України в відповідності до системного та функціонального підходів, визначено, що одним з головних пріоритетів країни є формування національної інноваційної системи. Це визначає орієнтацію суспільної політики на розвиток " нової економіки", основною рисою якої є: високий рівень якості професійної освіти, розвинений ринок інтелектуальних продуктів, інформаційні послуги та послуги зв'язку; розширене відтворення людського капіталу; послідовна реалізація соціальних та економічних пріоритетів державної політики.

The article analyses and reveals the theoretical statements of the Ukrainian innovation formation. The systemic and functional approach define, that one of leading strategic priorities of Ukraine is a formation of national innovation system. It determines orientation of public policy on development "new economy", the basic features of which are: high quality level of vocational education; developed market of intellectual products, informational and communication services; extended reproduction of human capital; consecutive realization of social and economic priorities of state policy.

Постановка проблеми. Тенденції світового розвитку обумовили принципово новий рівень науково-технологічного розвитку. За сучасних умов вже незаперечний факт, що на рубежі 90-х років відбулася зміна парадигми економічного розвитку і у багатьох передових країнах світу здійснений перехід до так званої " нової економіки", відмітною рисою якої є прискорений розвиток нематеріальної сфери та нематеріального середовища господарської діяльності. Інноваційний тип економічного розвитку дедалі більше стає тим фундаментом, який визначає економічну міць країни та її перспективи на світовому ринку. В країнах, що належать до числа інноваційних лідерів, спостерігаються висока концентрація найбільш рентабельних видів бізнесу (з

найвищим вмістом доданої вартості в ціні продукту), переважно високотехнологічна структура національного виробництва, винесення за межі країни промислово-технологічного циклу виробництв, зосередження найбільших фінансових потоків тощо [1]. В рамках даної економіки об'єктивно формуються нові господарські системи, "засновані на знаннях". Ознаками економіки, що базується на знаннях, є домінування інтелектуальних ресурсів у виробництві благ і послуг, інтелектуалізація технологій як у сфері послуг, так і в добувному та обробному секторах економіки; переважання в доданій вартості створених благ і послуг втілених знань і т.д. [3] Так, широко відомим є той факт, що на частку нових знань, втілених у технологіях, устаткуванні, підготовці

кадрів, організації виробництва, в економічно розвинених країнах доводиться нині від 70 до 85 % приросту валового внутрішнього продукту (ВВП) [4]. Тому немає сумнівів, що в нових умовах саме інтелектуальний капітал створює основну вартість для акціонерів фірми, а найважливіші його складові – вкладення коштів в НДДКР, патенти та ліцензії, наукові знання, інноваційну культуру і т.д., тобто об'єкти, що не мають натурально-речовинної форми, – одержують ринкову оцінку та визнання. Сучасний стан наукової сфери України обумовлений довгостроковим негативним впливом загально-економічних проблем, пов'язаних із структурною реформованістю економіки країни, домінуванням в ній низькотехнологічних, сировинних виробництв, які об'єктивно малосприятливі до підвищення рівня сучасних наукових досягнень, і набагато менш економічно ефективні, ніж виробництва вищих технологічних укладів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В структурі економік світових лідерів чільне місце займає виробництво товарів і послуг з високою часткою доданої вартості, а в ньому дуже швидко зростає "наукомістка" інноваційна складова. В розвинених країнах вже "укріпилась" розуміння того, що для переходу до інноваційної економіки необхідна цілісна національна інноваційна система, яка перетворить нове знання в продукти та послуги, необхідні економіці і суспільству.

Концепція національної інноваційної системи (національної системи нововведень) та її ролі в процесах технологічного та економічного розвитку стала формуватися з середини 80-х рр. XX ст. вченими різних країн світу. В центрі її уваги знаходяться національні особливості організації інноваційного процесу в різних країнах, функції окремо взятих суспільних та приватних інститутів, форми взаємодії цих інститутів на різних стадіях здійснення технологічних інновацій [8].

Вперше поняття НІС було використано в 1987 році Крісом Фріманом у його дослідженні технологічної політики в Японії. Він визначав національну інноваційну систему як систему інститутів в державному та приватному секторах, діяльність та взаємодія яких спрямована на розробку, вдосконалення та розповсюдження нових технологій. Фріман описав найважливіші елементи японської НІС, які забезпечили економічний успіх цієї країни в післявоєнний період [2].

В Україні питанням змісту чинників формування та особливостей розвитку національної інноваційної системи останнім часом присвячується також велика кількість досліджень. Зокрема, Л. Федуловою та М. Пашутою визначено роль НІС у інноваційному розвитку, проаналізовано окремі її компоненти, визначено стан державного регулювання інноваційних процесів, запропоновано заходи державної інноваційної політики як складової НІС. Вони визначають НІС як сукупність взаємозв'язаних організацій (структур), зайнятих виробництвом і комерціалізацією наукових знань і технологій у межах національних кордонів, малих та великих компаній, університетів, лабораторій, технопарків та інкубаторів як комплексу інститутів правового, фінансового й соціального характеру, що забезпечують інноваційні процеси і мають потужне національне коріння, традиції, політичні та культурні особливості [5].

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Україна, яка входила до "тридцятки" країн світової інтелектуальної еліти, успадкувала від СРСР значний науково-технічний потенціал. За даними досліджень, проведених ООН на початку XXI століття, Україна посідала одне з перших місць у світі за кількістю наукових співробітників. Рівень освіченості українців перевищував середній індекс країн Східної Європи і СНД. На сьогодні

Україна залишається серед світових лідерів за такими напрямками фундаментальної науки, як фізика, математика, інформатика, хімія, фізіологія, медицина; має піонерні напрацювання та прикладні розробки у сфері лазерної, кріогенної, аерокосмічної техніки, засобів зв'язку та телекомунікацій, програмних продуктів; входить у "вісімку" держав, які мають необхідний науково-технічний потенціал для створення авіакосмічної техніки, та у "десятку" найбільших суднобудівних країн світу.

Проте, на відміну від розвинених країн, у яких 85-90 відсотків приросту валового внутрішнього продукту забезпечуються за рахунок виробництва та експорту наукоємної продукції, частка України на ринку високотехнологічної продукції, який оцінюється у 2,5-3 трлн доларів США, становить приблизно 0,05-0,1 відсотка [10].

Мета статті. В Україні інноваційна діяльність характеризується структурною деформованістю, інституційною неповнотою, неузгодженістю та незбалансованістю технологічних, економічних і соціально-ціннісних аспектів. Серйозно загальмувало розвиток наукової сфери і, навіть, руйнівно вплинуло на неї проведення економічних реформ (приватизація, трансформація податкової, кредитної та інших економічних систем) без врахування науково-технологічного фактору і його впливу на конкурентоспроможність вітчизняної продукції. По відношенню до науки здійснювалась безперспективна політика "виживання" існуючого науково-технічного потенціалу замість його оновлення та якісного покращення [6]. Тому формування національної інноваційної системи в Україні розглядається як один з основних стратегічних завдань держави.

В умовах нових світових реалій перед економікою України стоїть глобальне завдання проведення інноваційно-орієнтованої структурної перебудови на основі формування нової моделі господарських структур інноваційного типу, що відповідають сучасному виробничо-технологічному рівню.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основна, стратегічна, ціль побудови та функціонування НІС України, на нашу думку, – це забезпечення переходу економіки країни на інноваційний шлях динамічного конкурентоспроможного розвитку з головним акцентом на інноваційний розвиток підприємств і галузей в цілому, які забезпечують підвищення реального ВВП та рівня життя людей. Вона необхідна для того, щоб інтегруватися в "контекст" світових тенденцій розвитку науки і технологій; опиратися на інституціональні та правові рішення, які піднімають на принципово новий рівень "взаємини" науки, освіти, виробничої сфери та ринку; включити розвинуті за основними параметрами інститут інтелектуальної власності, сучасні системи менеджменту, маркетингу.

Найближчим часом має бути прийнятий цілий ряд рішень, які визначать майбутнє національної інноваційної системи України. На рис. 1 відображено, на наш погляд, вирішення даної проблеми, яке знаходиться в двох взаємозалежних площинах, обумовлених, по-перше, необхідністю створення зовнішніх умов, сприяючих інноваційному розвитку, і, по-друге, необхідністю розробки механізму формування господарських структур інноваційного типу, здатних ефективно функціонувати в ринковому середовищі.

Предметна характеристика інноваційної системи, як на державному, так і на регіональному рівнях, вимагає ідентифікації та розгляду змісту окремих її елементів: складу і взаємодії учасників інноваційного процесу, стану інноваційної інфраструктури, ролі держави та регіональних органів управління, фінансових та економічних механізмів регулювання, нормативно-правових регламентів тощо. Формування інноваційної економіки потребує зна-

чних фінансових ресурсів, тому переваги від застосування інноваційної моделі отримали перш за все багаті країни. Для економік, що розвиваються, досягнення цих переваг залежить від ефективності їх спеціальної інноваційної політики проривного типу, що полягає в дієвому

державному стимулюванні прогресивної структурної перебудови економіки та реформуванні сфер освіти, науки, інноваційної діяльності на основі наявного науково-технічного потенціалу та з урахуванням світових тенденцій науково/технологічного розвитку [7].

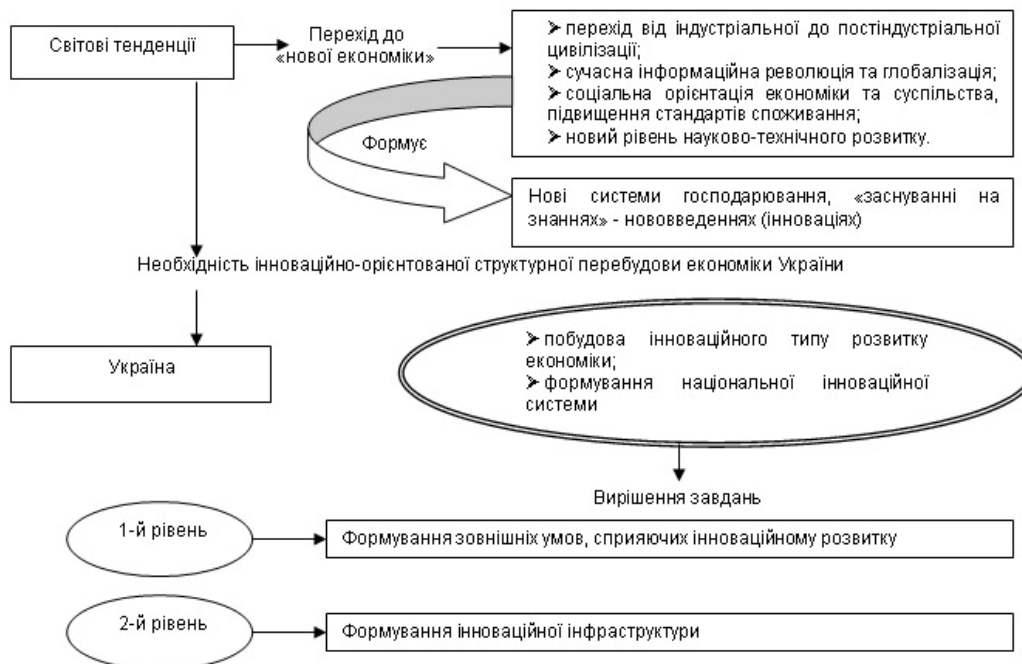


Рис. 1. Процес побудови інноваційного типу розвитку економіки України [9]

Методологічною основою формування НІС України повинна стати, на нашу думку, теорія нововведень, що за другу половину XX в. пройшла складний шлях від опису підприємця, фірми та держави як окремих елементів інноваційного процесу до аналізу їх як взаємозалежних елементів ланок складної системи, робота яких забезпечується певним набором інституціональних факторів.

Висновки і перспективи подальших розробок. Практична реалізація стратегічного курсу на інноваційний розвиток економіки України повинна ґрунтуватися на усвідомленні необхідності органічного поєднання цілеспрямованого впливу держави на розвиток економіки з ринковими механізмами її функціонування. Інноваційний розвиток економіки розглядається при цьому як процес суспільного виробництва, який характеризується підвищенням конкурентоспроможності продукції, що досягається переважно за рахунок активного використання нових знань.

Розвиток НІС України та її ефективна взаємодія з інноваційними системами інших країн можлива тільки на базі міцного партнерства держави і приватного капіталу. Важливим фактором такого партнерства є взаємна довіра і гарантії, які повинні бути підкріплені законодавчо. Сьогодні відсутність таких гарантій з боку дер-

жави стримує потенційних інвесторів і знижує інноваційну активність вітчизняних підприємств.

1. Черваньов Д.М., Названова Л.М. Конкурентноздатність та інноваційний розвиток // Вісн. Київського національного ун-ту імені Тараса Шевченка. Серія "Економіка". – 2006. – № 88. – С. 4-8.
2. Черваньов Д.М., Сторожук В.М. Сутність національної інноваційної системи, її функції та роль у національній економіці // Науково-технічна інформація. Науково-практичний інформаційний журнал. – 2007. – № 2 (32). – С. 30-35.
3. Жилінська О.І. Рейтинговий підхід до визначення конкурентоспроможності національної економіки в умовах глобалізації // Вісн. Київського національного ун-ту імені Тараса Шевченка. Серія "Економіка". – 2006. – № 88. – С. 44-48.
4. Иноземцев В.Л. Сегодня и завтра экономики, основанной на знаниях // Вестник Российской академии наук. – Т. 70. – 2000. – № 1. – С. 73-78.
5. Федупова Л., Пашута М. Развитие национальной инновационной системы Украины // Экономика Украины. – 2005. – № 4. – С. 35-47.
6. Малицький Б.А. Сучасний стан наукової сфери України та нова стратегічна доктрина її розвитку // I Міжнародний інноваційний форум СНД. XI міжнародна науково-практична конференція: Проблеми та перспективи інноваційного розвитку економіки. – 2006. – С. 3-17.
7. Інноваційний розвиток в Україні: наявний потенціал і ключові проблеми його реалізації // Центр Розумкова. – Національна безпека і оборона. – 2004. – № 7. – С. 2-25.
8. OECD. National Innovation Systems. – Paris, 1997.
9. Российская фирма в национальной инновационной системе. – [Електронний ресурс: www.innovbusiness.ru].
10. Национальная инновационная система Украины: проблемы формирования та реалізації (ч.1). – [Електронний ресурс: www.rada.gov.ua].

Надійшла до редколегії 12.02.2008

А. Шегда, д-р екон. наук, проф.

РОЗВИТОК ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ

В статті аналізується співвідношення та форми прояву таких понять як розвиток, зростання та конкурентоспроможність. Обґрунтовується положення, що конкурентоспроможність національної економіки визначається конкурентоспроможністю великих підприємств.

The article deals with the forms of development, growth and competitiveness. The author substantiates that the competitiveness of national economy is determined by the competitiveness of great enterprises.

Постановка проблеми. Зміст процесу економічного зростання не може залишатися незмінним, якщо вихо-

дити з положення, що з часом змінюються технології, ринки, а також правила, притаманні конкуренції, а від-

так і сама конкуренція. В цьому контексті не зайвим буде нагадати зауваження Ф.А. Фон Хайєка, що конкуренція представляє собою процес відкриття фактів, які без неї, залишаться невідомими, або, принаймні, не будуть використані. Тому суспільство звертається до конкуренції в усіх тих випадках, коли суттєві фактори, що визначають дії конкурентів, є невідомими. Тобто, в конкуренції не було б необхідності, якщо б ми завчасно знали, який буде результат цих дій [1, с.181].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Важливу роль у розробці теоретичних аспектів конкурентоспроможності відіграють праці відомих іноземних вчених: Г. Асселя, П. Дойля, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, А. Маршалла, М. Портера, Дж. Робінсона, Т. Сааті, А. Сміта, Ф. Хайєка, Е. Чемберліна, Й. Шумпетера, та інших. Дослідження цих проблем дістало своє відображення у працях вітчизняних вчених та вчених країн СНД: Г. Азоева, О. Градова, А. Демченка, П. Зав'ялова, Г. Іспіряна, А. Литвиненко, М. Тат'яченко, Р. Фатхутдінова, В. Діканя, В. Діленка, А. Дударя, Ю. Іванова, М. Коржа, Н. Лисенка, С. Мочерного, В. Осипова, А. Стрільця, А. Юданова та інших.

Не вирішені раніше частини загальної проблеми. На поточний момент потребує подальшого дослідження проблема неоднозначного впливу економічного зростання та розвитку на конкурентоспроможність на мікро, мезо та макро рівнях.

Мета статті дослідити взаємозалежність між економічним розвитком та конкурентоспроможністю. Чим сьогодні визначається зміст процесу економічного зростання на будь-якому рівні економічної системи? Як засвідчує досвід, організації які виграють у битві за життєдіяльність діють, як правило, креативно – тобто не так, або не зовсім так, як конкуренти, за що їх і цінують споживачі.

Виклад основного матеріалу дослідження. На думку дослідників конкурентних відносин, компанія може обігнати за виробничими показниками конкурентів тільки в тих випадках, якщо вона може продемонструвати споживачам відмінності в цінностях, яким можна довіряти достатньо довго. А цього можна досягти за допомогою певної стратегії, розробка і реалізація якої пов'язана з тими ресурсами і можливостями, які знаходяться у власності організації, і які пояснюють економічну природу цінностей, що "виробляє" фірма.

Якщо конкурентна перевага визначається здатністю організації досягати і підтримувати стабільний рівень доходності, який є вищий середньо галузевий, тоді отримання конкурентних переваг пов'язане з можливостями створення умов порушення рівноваги з конкурентним зовнішнім середовищем на власну користь, з наступним підтриманням цих встановлених умов настільки, наскільки це можливо. Життєздатність конкурентної переваги відноситься до здатності організації підтримувати цінність товару, яка з'явилася завдяки специфічній здатності (компетенції) організації до постійного розвитку. Дуже часто компанії, визначивши для себе амбіційні цілі щодо зростання прибутку, виручки на довгостроковий період, приділяють недостатньо уваги розробці середньострокових програм, які спрямовані на досягнення поставлених цілей.

В реальній практиці зростання капіталу досягається за рахунок виробництва та реалізації товарів (послуг), а їх надмірне збільшення об'єктивно призводить до кризи і як наслідок – до втрати конкурентоспроможності. Прикладів чимало. Певною мірою свідченням цього може бути той факт, що в 2001 р. більше 250 американських компаній, загальна номінальна вартість яких перевищувала 255 млрд. дол., повністю збанкрутували, а 25 % компаній, що входили в 100 кращих, втратили щонайменше 66 % своєї ринкової вартості.

Нездатність організацій впоратися з процесом переходу компаній від теперішнього до бажаного стану є одним з найскладніших управлінських завдань, що стоять перед керівниками вищої ланки будь-якої компанії.

Не володіючи здатністю досягати поставлених цілей, керівники і менеджери займають в організації скоріше позицію спостерігача. Тоді досягнення або недосягнення результатів стає справою випадку. Причина такого стану криється у відсутності філософії стратегічного мислення. На практиці найчастіше мають місце дві крайнощі: увага до довгострокового майбутнього, або до сьогодення [4, с.15-16].

Ми виходимо з того, що без розвитку не можливо забезпечити конкурентоспроможність в довгостроковій перспективі та успішно вирішувати соціально-економічні проблеми як на мікро-, мезо-, макrorівнях, так і на національному та глобальному рівнях. Довгостроковий ефект роботи будь-якого підприємства, його розвиток визначається правильним вибором стратегічних орієнтирів з врахуванням загальноекономічних тенденцій та закономірностей розвитку людської цивілізації. Саме вдалий вибір та реалізація стратегії адекватної прогнозованим реаліям майбутньої дійсності здатні забезпечити стійке економічне зростання та підвищити конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів в існуючій системі ринкових відносин. При цьому, не можна ігнорувати той факт, що поняття "зростання" і "розвиток" хоча і взаємопов'язані, але за змістом можуть у багатьох випадках не співпадати. У виробничій сфері, як і в живій природі, розвиток можливий не лише за допомогою зростання, але і при незмінних розмірах його відтворення. Тобто зростання не є ні необхідною, ні достатньою умовою розвитку.

Зростання – це, головним чином, кількісне збільшення розмірів досліджуваної економічної системи, будь-то підприємства, галузі, економіки в цілому.

Розвиток означає передусім якісні зміни та оновлення основних факторів виробництва з метою підвищення ефективності його функціонування на основі вдосконалення техніки, технології, системи управління.

В економічній теорії та практиці виділяють наступні основні концепції розвитку підприємств:

✓ ідеальну, згідно якої в систему виробництва постійно впроваджуються необхідні інновації, що забезпечують її стійкість і ефективність функціонування у мінливому зовнішньому середовищі;

✓ реальну – часткове реформування підприємств як результат реагування на негативні ознаки його фінансово-економічного стану;

✓ радикальну – докорінні зміни функціонування підприємств, спрямовані на його реструктуризацію, покращення ефективності виробництва та конкурентоспроможності продукції та послуг, продуктивності праці, зниження витрат виробництва, покращення фінансово-економічних результатів діяльності.

На відміну від розвитку, зростання на мікрорівні може бути:

✓ горизонтальним – шляхом збільшення обсягів випуску та продажу тих самих товарів на старих і нових ринках;

✓ вертикальним – за рахунок організації та об'єднання технологічно взаємопов'язаних виробництв;

✓ диверсифікованим – при об'єднанні розрізнених виробництв в один конгломерат.

Зростання є складовою економічного розвитку. Це позитивна траєкторія економічної динаміки. В реальній дійсності економічне зростання та розвиток проявляються не в чистому вигляді, ізольовано, а у взаємопроникненні й доповненні один одного в єдиному процесі простого та розширеного суспільного відтворення (див. рис. 1.)

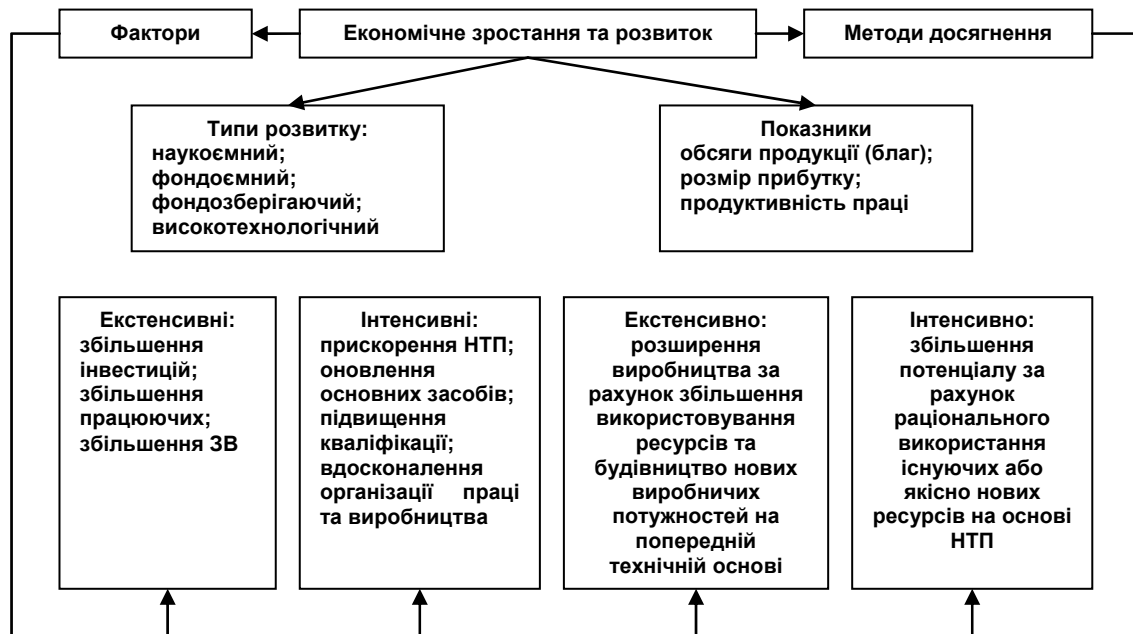


Рис. 1. Взаємозв'язок економічного зростання та розвитку

Конкурентоспроможність національної економіки як результат її розвитку визначається конкурентоспроможністю конкретних корпорацій, великих підприємств. Це генетично пов'язано з природою капіталу, який прагне до зростання, нагромадження та збільшення. Конкурентоспро-

можність малого та середнього бізнесу є відлунням великого бізнесу в контексті розвитку великих корпорацій.

Якщо звернутися в цьому аспекті до аналізу галузевої належності найбільших компаній України, можна визначити наступні тенденції табл. 1.

Таблиця 1. Чисельність найбільших компаній України за галузями економіки [6, с.6-7; с.26-28]

Вид господарської діяльності	Рік		
	1997	2005	2006
Промисловість	95	77	70
Транспорт	5	7	10
Зв'язок	3	4	4
Інші	1	12	16

Відповідно зміни валового доходу десять найбільших компаній України за цей період відображені на рис. 2 і рис. 3.

Наведені дані свідчать про значне зростання валового доходу цих компаній з 1996 по 2005 рік. Наприклад валовий дохід Мітал Стіл, Кривий Ріг у 2005 році становив 11049 млн. грн., що у 4,2 рази більше, ніж в 1996 році – 2608 млн грн.

Як свідчать дані (див. табл. 2.), сумарний валовий дохід 10 найбільших компаній України у 2006 році склав 135 147,6 млн. грн., у 2005 р. відповідно – 122 090 млн. грн., а у 1996 р. він становив лише 36 282 млн. грн. Тобто порівняно з 1996 роком у 2006 році він виріс більш ніж, як у 3,7 рази.

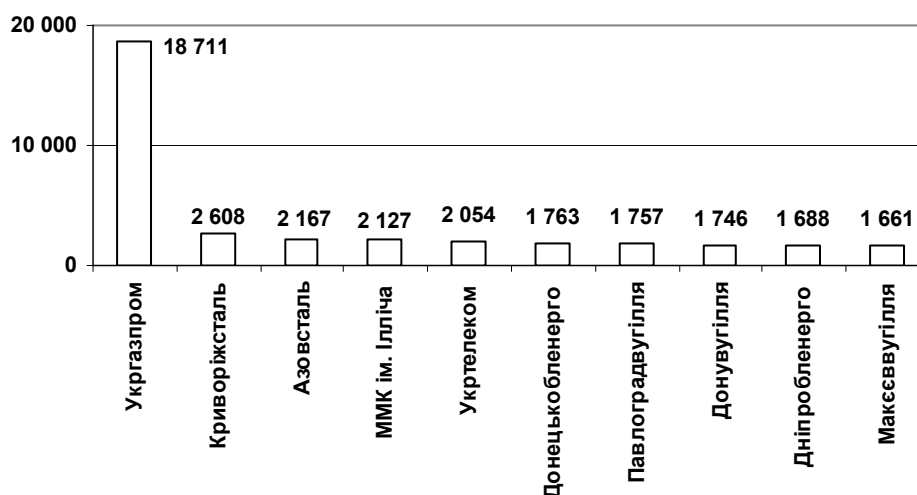


Рис. 2. Валовий дохід 10 найбільших компаній України за 1996 рік, млн. грн. [6, с.6-7]

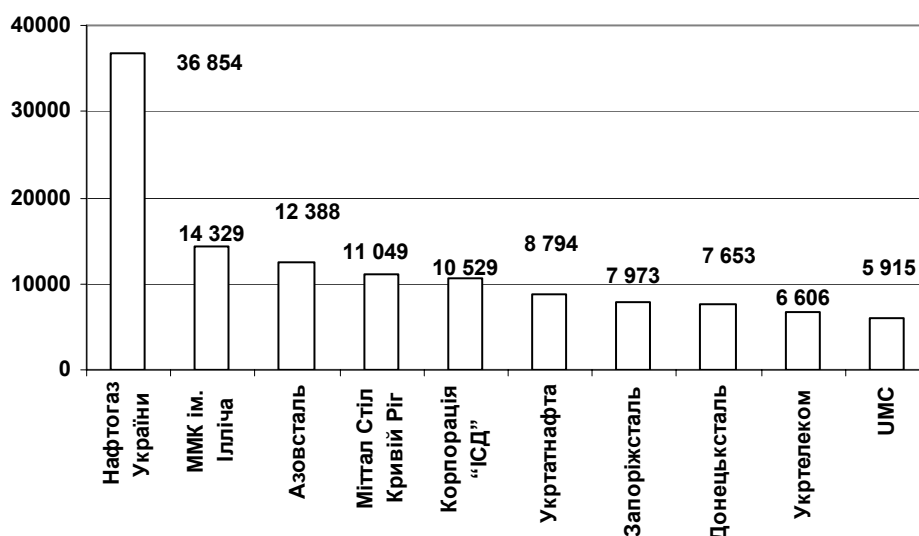


Рис. 3. Валовий дохід 10 найбільших компаній України за 2005 рік, млн. грн. [6, с.24-26]

Таблиця 2. Валовий дохід 10 найбільших компаній України за 2006 рік, млн. грн. [7, с.26-28]

	Назва компанії	Валовий дохід
1	НАК "Нафтогаз України"	22191,95
2	Укргаз-Енерго	16754,62
3	АрселорМіттал Кривий Ріг	14399,01
4	Маріупольський металургійний комбінат ім. Ілліча	14392,96
5	Укртатнафта	13732,78
6	Металургійний комбінат "Азовсталь"	12523,31
7	Лисичанська нафтова інвестиційна компанія	12016,15
8	ТНК-ВР Комерс	11572,94
9	Київстар	8785,09
10	Корпорація "Індустріальний Союз Донбасу"	8778,75

Сьогодні в нашій державі розроблена концепція державної промислової політики, ключова ідея якої створення конкурентоспроможного промислового комплексу постіндустріального типу, здатного в умовах глобалізації вирішувати завдання соціально-економічного розвитку суспільства та утвердження України як високотехнологічної держави. Підвищення конкурентоспроможності продукції промисловості України можливе лише за умови технологічного переоснащення та підйому наукомістких галузей виробництва.

Розвиток економіки України розглядається кризь призму формування її інноваційної моделі як стратегічного шляху забезпечення стабільного розвитку з високими темпами економічного зростання. Інноваційна модель розвитку – приваблива. Але як її реалізувати? Чи є потрібні для цього ресурси? Чи створений відповідний механізм? Відомо, що лише п'ята частина інновацій в кінцевому підсумку залишаються життєздатна та знаходить комерціалізацію на ринку. Згідно концепції Кабміну щодо державної промислової політики пропонується, зокрема, перехід до об'ємно-матричного організаційно-управлінського устрою і підготовки умов для подальшого впровадження мережевого та інтелектуально-мережевого устроїв.

Для забезпечення прискореного розвитку економіки України і підвищення рівня її конкурентоспроможності державна науково-технологічна та інноваційна політика повинна мати селективний характер і бути спрямованою на завоювання перспективних ніш на світовому ринку. Лише концентрація фінансово-економічних ресурсів на реалізації пріоритетних напрямів інноваційної діяльності дозволить забезпечити випереджаючий розвиток наукомістких галузей.

Законодавчо закріплено такий перелік пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки [9]: модернізація електростанцій; нові та відновлювані джерела енергії; новітні ресурсозберігаючі технології; машинобудування та приладобудування як основа високотехнологічного оновлення всіх галузей виробництва; розвиток високоякісної металургії; нанотехнології, мікроелектроніка, інформаційні технології, телекомунікації; вдосконалення хімічних технологій, нові матеріали, розвиток біотехнологій; високотехнологічний розвиток сільського господарства і переробної промисловості; транспортні системи; будівництво і реконструкція; охорона і оздоровлення людини та навколишнього середовища; розвиток інноваційної культури суспільства.

При виборі пріоритетів структурної і науково-технічної політики держави необхідно правильно визначити сфери дії конкурентних переваг національної економіки, що у майбутньому можуть стати точками експортно-орієнтованого зростання. В Україні єдиною передовою галуззю, у якій вже на сьогодні наша держава володіє конкурентними перевагами, є виробництво авіакосмічної техніки. Інші галузі, які б могли забезпечити ефективну інтеграцію економіки України до міжнародного поділу праці в технологічних ланцюгах V технологічного устрою, або взагалі не розвинуті, або перебувають в стані деградації.

На сьогодні техніко-економічний розвиток України визначається пануванням виробництв III і IV технологічних укладів, а V технологічний уклад існує лише у вигляді розрізнених технологічних сукупностей, які слабо пов'язані між собою. Відсутність власного виробництва мікроелектронних пристроїв та електронних виробів у поєднанні з низькою інноваційною активністю вітчизняних підприємств обумовлює збереження напівсировин-

ної спеціалізації української економіки. Крім того, внаслідок низького рівня впровадження мікроелектронних пристроїв вітчизняна промисловість має низькі показники ефективності, характеризується надзвичайно високим споживанням матеріальних і енергетичних ресурсів. На виробничих потужностях переважної більшості вітчизняних підприємств виробництво високоякісної сучасної продукції – просто неможливе.

Таким чином, створення технічної бази для формування високих технологій у всіх галузях національної економіки вимагає застосування дієвих заходів структурної і науково-технічної політики держави, спрямованих на забезпечення випереджаючого розвитку виробництва V технологічного укладу. Конкурентоорієнтований розвиток економіки України на новій основі передбачає перерозподіл капіталів із структур III і IV технологічних укладів до технологічних ланцюгів V технологічного укладу. Так звана модель двухсекторної економіки, як засвідчив досвід Японії, при її реалізації дає позитивні результати. Дана модель передбачає, що сектор дешевої робочої сили реалізує продукцію на експорт і забезпечує ресурси, необхідні для накопичення капіталу у секторі, який характеризується використанням високих технологій і кваліфікованої робочої сили. Промислова, науково-технічна та інноваційна політика держави має стати рушійною силою масштабних структурних зрушень на користь виробництва V технологічного укладу та завоювання конкурентних переваг на світових ринках. Дані цілі мають досягатися із застосуванням широкого арсеналу прямих і непрямих методів державного регулювання інноваційної діяльності.

У справі технологічного оновлення традиційних галузей і становлення нових галузей, продукція яких вже реалізується на світових ринках, варто орієнтуватися, передусім, на закупівлю зарубіжних технологій. Запровадження нових технологій, які вже пройшли апробацію у передових країнах світу, дозволить заощадити значні кошти та уникнути непродуктивних втрат, пов'язаних з непередбачуваністю і ризикованістю процесів розробки та впровадження радикальних нововведень. У сфері фінансування наукових досліджень і розробок варто забезпечити зосередження ресурсів на провідних напрямках розвитку науки і техніки з високим потенціалом

ефективного використання в умовах України. Участь держави у фінансуванні прикладних досліджень і розробок, що традиційно вважаються сферою діяльності великих корпорацій має полягати у підтримці перспективних проектів технологічного призначення з найактуальніших напрямів НТП. Державні кошти, призначені для фінансування наукових досліджень і розробок, повинні мати цільовий характер і бути спрямованими на досягнення конкретних результатів. Державне фінансування як фундаментальних, так і прикладних досліджень має бути засноване на конкурсних засадах. Відбір науково-дослідних проектів повинен проводитися за критерієм їх практичної значущості [3, с.52-55].

Висновки і перспективи подальших розробок. Для України гостро стоїть питання щодо співвідношення внутрішніх та зовнішніх умов розвитку. Від правильного вирішення цього питання суттєво залежить те, на яких засадах необхідно розробляти, будувати стратегію державного регулювання економіки, і відповідно промислової політики як засіб послідовної конкретизації та реалізації накресленого шляху розвитку. Тільки на основі попереднього, точного й конкретного визначення того, які з умов приймаються за первинні, а які за вторинні, можна досягти ясності відносно вихідного пункту: що чому підпорядковане – внутрішні умови зовнішнім чинникам чи навпаки? Мова йде про фундаментальний вибір вектору створення майбутнього, оскільки він буде сприяти правильній розробці базових рішень в галузі вирішення соціально-економічних проблем розвитку країни в контексті глобальної конкурентоспроможності.

1. Менеджмент и рынок: германская модель / Под ред. проф. У. Рора и проф. С. Долгова. – М., 1995. 2. Абдучаширов Н., Губанев С. Соотношения внутренних и внешних условий развития // Экономист. – 2005. – № 5. 3. Вахненко Т.П. Роль науково-технічної і промислової політики держави у формуванні нової моделі національної конкурентоспроможності // Економіка прогнозування. – 2006. – № 1. 4. Ковені М. Стратегический разрыв. – М., 2004. 5. Пашута М.Т. Промисловість в національній інноваційній системі України – К., 2005. 6. ТОП-100. Рейтинг лучших компаний Украины. – 1998. – № 3. 7. ТОП-100. Рейтинг лучших компаний Украины. – 2006. – № 2. 8. ТОП-100. Рейтинг лучших компаний Украины. – 2007. – № 2. 9. Законі України "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні" від 16.01.2003 р. №433-IV.

Надійшла до редколегії 06.02.2008

В. Єгоров, канд. екон. наук, доц.

ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

В статті розглядається взаємозв'язок між загальними цілями економічної стратегії та фінансовими засобами їх реалізації. Система фінансових відносин транзитивної економіки досліджується з точки зору її сформованості та можливостей впливу на економічне зростання. Формулюються рекомендації щодо вдосконалення фінансових відносин.

The article observes interconnections between general targets of economic strategy and financial means of their realization. A system of financial relations in a transitional economy is investigated in terms of its complexity as well as in a context of possibilities to influence economic growth. Recommendations on financial relations improvement are given.

Для успішного вирішення поточних і довгострокових завдань соціально – економічного розвитку треба керуватися певною стратегією, формалізованою на рівні національної економіки в цілому. Посилення нестабільності розвитку при системних трансформаціях економіки і суспільства, зростання впливу чинників невизначеності суттєво звужують можливості стратегічного управління. Деформації суспільного відтворення посилюються дезорганізованістю фінансових механізмів, впорядкування яких при найменших сприятливих передумовах стає критично важливим завданням держави. Його вирішення дозволяє надати економічному розвитку стратегічного спрямування, а отже є актуальним для практики трансформаційних перетворень в Україні.

Проблемі формування нової системи фінансових відносин і стратегічному державному управлінню ними в контексті загальної економічної стратегії приділяється досить велика увага в науковій літературі. Вагомий внесок в розробку сучасного розуміння цієї проблеми внесли вітчизняні дослідники, серед яких В. Геєць, В. Федосов, А. Гриценко, В. Опарін, А. Даниленко, К. Павлюк, В. Кудряшов, О. Василюк, М. Савлук, І. Лютий, М. Єрмошенко, Т. Вахненко, Я. Жаліло та інші.

Трансформаційні перетворення в перехідних економіках передбачають реалізацію певних **специфічних для цього періоду цілей**. Їх комбінація визначається ступенем сформованості елементів і характеристик нової економічної системи (соціально орієнтованої ринкової економіки) в старій системі економічних відносин

(адміністративно – командна економіка) на початку трансформації. В узагальненому вигляді в економічній літературі система базових трансформаційних цілей відома як положення "вашингтонського консенсусу". Коротко нагадаємо ці положення:

✓ роздержавлення власності і приватизація, утворення економічно незалежних і відповідальних господарських суб'єктів;

✓ лібералізація економічних зв'язків, в основі якої лежить ринковий механізм формування цін і свобода зовнішньоекономічної діяльності;

✓ здійснення необхідних інституціональних перетворень, що організаційно закріплюють новий зміст економічних відносин, сприяють формуванню відповідних механізмів управління;

✓ формування відповідної юридичної надбудови, системи законодавчих норм, що регламентують права, обов'язки і відповідальність господарюючих суб'єктів в нових умовах.

Реалізація цих першочергових завдань супроводжується так званим "трансформаційним парадоксом", коли нові якісні властивості більш ефективної економіки виникають на тлі негативної динаміки основних макроекономічних показників, супроводжуються трансформаційним спадом. Іншим парадоксальним проявом початкового етапу трансформації є практична неможливість забезпечення **загальних цілей** економічного розвитку, що їх намагається реалізувати державний механізм управління (на відміну від перерахованих специфічних трансформаційних цілей).

До системи загальних цілей економічного розвитку, на реалізацію яких держава, як суб'єкт регулювання, може впливати, відносяться:

- ✓ забезпечення сталого економічного зростання;
- ✓ підтримання рівня економічної зайнятості населення, близького до природного рівня зайнятості;
- ✓ ефективний контроль над темпами зростання загального рівня цін (регулювання інфляції);
- ✓ забезпечення позитивного зовнішньоторговельного і платіжного балансу національної економіки.

Можна знайти ще з добрий десяток макроекономічних параметрів, забезпечення яких задовольняє потребам формування рівноважної високодинамічної економіки. Але перелічені чотири створюють базові орієнтири економічного розвитку завдяки їх синтетичній природі, вирішальному впливу на співвідношення сукупного попиту і сукупної пропозиції, а отже, – на параметри споживання, заощаджень та інвестування.

З теоретичної і практичної точки зору важливо визначити, коли з'являються об'єктивні передумови для постановки і реалізації вказаних загальних цілей в рамках транзитивної економіки. Відповідь можна знайти, аналізуючи економічну практику останніх десятиліть в Україні, пострадянських республіках, країнах Східної та Центральної Європи, що проходили чи проходять транзитний період розвитку. Статистичні данні засвідчують, що виникнення передумов для вирішення загальних завдань економічного розвитку пов'язане із виходом із стану транзитивного спаду і появою тенденції до стійкої позитивної динаміки макроекономічних показників.

В Україні негативний потенціал суспільної трансформації в основному вичерпався наприкінці 90-х років, на що вказує макроекономічна динаміка цього періоду (див. таблицю 1) [4, с.1].

Таблиця 1. Ключові макроекономічні показники періоду трансформаційного спаду в Україні (у % до попереднього року)

№	Макроекономічні показники	Роки					
		1992	1994	1996	1998	1999	2000
1	Обсяг ВВП	90,1	77,1	90,0	98,1	99,7	106,0
2	Інвестиції в основний капітал	63,1	77,5	78,0	106,1	100,4	111,2
3	Реальні грошові доходи населення	71,1	86,0	82,9	98,4	92,0	106,3

Не випадково саме в цей період з'являються перші спроби розробки концепції економічного розвитку на стратегічну перспективу. В досить поверхневих і схематичних документах реалізувалася суспільна потреба у визначенні загальної доктрини соціально – економічного руху і можливої його динаміки [1; 2; 5, с.2]. Виконання завдань початкового етапу трансформації, подолання депресивного стану економіки, реалізація в основному принципів "вашингтонського консенсусу" знаменувало можливість постановки і реалізації зазначених загальних цілей соціально – економічної стратегії. Інколи їх називають завданнями "поствашингтонського консенсусу" і формулюють як програму закріплення попередніх трансформацій у відповідних регулюючих механізмах, інституціональному оформленні, визначених пріоритетах геополітичного характеру, чітко сформульованій системі національних конкурентних переваг і засобах їх практичної реалізації в міжнародних економічних відносинах.

Для українських реалій головними пріоритетами стратегічного розвитку в цей період стають завдання соціального характеру, пов'язані із необхідністю значного підвищення якості людського розвитку, стрімкого збільшення вартості робочої сили, формування базових соціальних стандартів, що відповідають принаймні середньо розвинутих економікам, і закріплення їх у відповідних механізмах. Набувають актуальності завдання перенесення акценту в забезпеченні економічного зро-

стання з екстенсивних факторів на переважно інтенсивний тип суспільного відтворення, стрижнем якого стає активна інноваційно – інвестиційна практика державного регулювання. Зростає потреба у вдосконаленні інституціонального забезпечення як механізмів реформування, так і нових механізмів державного оперативного і стратегічного управління. Вирішення цих завдань дозволяє краще синхронізувати заходи макроекономічної політики у часі і між собою, забезпечити своєчасну корекцію цілей стратегічного розвитку. Особливою нагальністю відзначається завдання **формування нової системи фінансових відносин**, підпорядковане зміцненню національної фінансової бази і побудові фінансової стратегії, що мотивує всіх господарюючих суб'єктів.

Для побудови ефективної фінансової стратегії важливо чітко уявляти складні зв'язки і взаємозалежності, що формуються всередині фінансової системи нового типу. Отже, спробуємо поглянути на систему фінансових відносин з точки зору її структурної організації і впливу на реальну економіку, що переходить від вирішення початкових трансформаційних завдань до стратегії економічного зростання.

Як і будь-яку систему відносин, фінансову систему доцільно розглядати як певну структуровану сукупність зв'язків між економічними суб'єктами з приводу розподілу, привласнення і використання об'єктів цих відносин. Специфікою фінансових відносин є те, що їх **су-**

б'єктами виступають юридичні та фізичні особи, домогосподарства, підприємства різних форм власності, **громадські організації та держава** в особі своїх представницьких органів. **Об'єктами фінансових відносин є фінансові ресурси**, що формуються як грошові засоби зазначених суб'єктів, обслуговують процес суспільного відтворення шляхом формування грошових доходів, видатків та нарахувань для задоволення виробничих і невиробничих потреб, матеріального стимулювання праці, нагромадження, інвестування, заощаджень тощо.

Систему фінансових ресурсів, навколо яких формуються відносини суб'єктів, доцільно розглядати як важливий стратегічний інструмент соціально-економічного розвитку. До такого висновку не важко дійти враховуючи масштаби та інерційність впливу фінансів на економіку в цілому. По-перше, поточні пропорції розподілу фінансових ресурсів між сферами, галузями, територіями та суб'єктами господарської діяльності, сформовані зусиллями діючого уряду на чинній законодавчій базі, мають віддалений вплив на пропорції та ефективність суспільного виробництва в середньо- і довгостроковій перспективі. По-друге, практично всі основні засоби державного фінансового регулювання збільшують масштаб економіки через ефект мультиплікації, що притаманний дії фінансових чинників. По-третє, характеристики і особливості сформованого механізму фінансового регулювання впливають на пропорції споживання, заощадження та інвестування, визначаючи граничну схильність макроекономічних суб'єктів до відтворення цих функцій в наступні роки.

В Україні 2000-х років в період після подолання трансформаційного спаду система фінансових ресурсів продовжувала характеризуватися відносною обмеженістю, що звужувало рамки можливої практичної реалізації задекларованих стратегічних цілей [1]. Фінансовій системі залишалися притаманними риси перехідної економіки: низька капіталізація банківської системи і фондового ринку по відношенню до обсягу ВВП, нерозвиненість інституціональної структури фінансового ринку (зокрема, в частині створення і функціонування небанківських фінансових посередників), відсутність надійних інструментів у населення для заощадження або інвестування, непозористість і незбалансованість системи державного оподаткування, непослідовність реформ в сфері соціального та пенсійного забезпечення.

Крім того, розвиток системи фінансових відносин гальмувався недосконалістю основних механізмів фінансового управління. Це проявлялося як на державному рівні, так і на рівні окремих підприємств. Залишалися суперечливими та недостатньо ефективними методи формування фінансових ресурсів, їх розподілу і використання. Економічна ситуація доводила, що ефективне використання потенціалу фінансів залежить не тільки від обсягів грошових фондів, що формуються, але і від практичної обґрунтованості і послідовності управлінських методів і рішень. А, отже, категорію фінансових ресурсів

при розробці і здійсненні економічної стратегії треба розглядати в більш широкому плані як систему матеріальних і нематеріальних чинників, елементами якої є, принаймні, наступні складники: грошові фонди в системі державних і недержавних фінансів, потенціал організаційно-управлінських відносин фінансової сфери, фінансова політика і методи фінансового управління.

Після динамічного піднесення економіки України на початку 2000-х років можливості впливу фінансової системи на економічне зростання починаючи з 2005 року почали стримуватися низкою додаткових негативних тенденцій. Частина з них мала об'єктивний характер, частина була викликана ринково – кон'юнктурними чинниками або власне деформаціями в державній макроекономічній політиці. Основними гальмуючими факторами були наступні:

- ✓ вичерпання основних можливостей екстенсивного нарощування потужностей і випуску виробничої продукції після десятиліття трансформаційної кризи і неухильного падіння виробництва, досягнення докризового рівня виробництва в основних народногосподарських галузях і відповідного рівня споживання;

- ✓ суттєве падіння інвестиційного попиту, особливо внаслідок скорочення державних інвестицій на тлі певної політичної нестабільності та політизації поточних соціально – економічних пріоритетів уряду;

- ✓ погіршення умов торгівлі на зовнішніх ринках, зокрема, на ринку металу, де зростаючу конкуренцію українській продукції складала продукція Китаю;

- ✓ різке підвищення цін на імпортовані енергоносії, що спричинило зростання сукупних витрат підприємств базових галузей, негативно позначилося на результатах господарювання (за оцінкою експертів, втрати за рахунок цього фактору могли скласти до 2% ВВП);

- ✓ невиправдане нарощування видатків державного бюджету за рахунок швидкого збільшення соціальних виплат, пенсій та заробітної плати в державному секторі економіки. Форсоване фінансування споживання посилювало інфляційні ризики, провокувало зростання відсоткової ставки;

- ✓ вади монетарної політики та недосконалість фіскального механізму заважали утриманню темпів інфляції в планованих межах однозначних чисел. Суперечливий вплив мав одноразовий захід Національного банку щодо зміни фактичного валютного курсу гривні на 2,7%, що стимулювало активність спекулятивного капіталу.

Вказані негативні тенденції не могли кардинально порушити динаміки нарощування фінансових ресурсів і після 2005 року, але потребували до себе значної уваги і відповідного внесення коректив стратегічного характеру щодо цілей і засобів соціально – економічних трансформацій. Піднесення економіки України впродовж 2000 – 2006 років об'єктивно збільшувало ресурсний потенціал економічного зростання і можливості впливу фінансової системи на загальні макроекономічні результати, про що свідчать дані таблиці.

Таблиця 2. Темпи зростання фінансових ресурсів в Україні в 2003-2006 роках

№	Показники	2003	2004	2005	2006
1	Темпи зростання реального ВВП, %	109,6	112,1	102,7	107,1
2	Темпи зростання доходів зведеного бюджету, %	1,21	1,22	1,47	1,28
3	Темпи зростання фінансових результатів підприємств, %	134,2	в 2,3 рази	144,4	118,5
4	Темпи зростання номінальних доходів населення, %	116,5	127,2	139,1	125,7
5	Реальні доходи з урахуванням зміни цін, %	109,1	119,6	123,9	113,4

Джерела: дані Держкомстату України, Мінфіну України, розрахунки автора

Як бачимо, високі темпи зростання ВВП в ці роки перекидалися темпами зростання доходів зведеного

бюджету. В результаті відбулося відносно збільшення частини вартості ВВП, що акумулювалася в доходній

частині бюджету. У 2006 році цей показник досяг 31,96%, тоді як у 2003 році він складав лише 28,2%.

Показник фінансових результатів підприємств до оподаткування за 4 роки зріс майже в 4 рази. Зміцнення власної фінансової бази підприємств сприяло розширенню можливостей нагромадження за рахунок прибутку, а також – збільшувало загальну податкову базу в економіці.

Стрімко підвищувалися номінальні доходи населення, рівень яких у 2006 році досяг майже пів трильйона гривень. Проте, позитивний за своїм економічним змістом процес супроводжувався неоднозначними макроекономічними наслідками.

Як зазначалося, в цей період незважаючи на швидкий приріст фінансових ресурсів основних макроекономічних суб'єктів, підвищувався ризик деформації декларованої стратегічної моделі економічного розвитку. Головна загроза полягає у підміні інноваційно-інвестиційної спрямованості економічного розвитку – прискореним "підтягуванням" соціальних стандартів життєдіяльності населення із залученням обсягу фінансових ресурсів більшого за той, що відповідає поточним можливостям економіки. В цьому випадку ми маємо справу із невідповідним використанням організаційно-управлінських ресурсів фінансової системи, зокрема, із відхиленнями фінансової політики і незадовільним застосуванням на практиці методів фінансового управління. Адже головним інструментом перерозподілу фінансових ресурсів на користь соціальних виплат і надмірного фінансування споживання стають видатки держбюджету.

Відсутність своєчасної протидії негативним соціально – економічним тенденціям, особливо – суб'єктивним, таким, що виникають в сфері державного управління, посилює стратегічні загрози для розвитку економіки в цілому. Окреслимо ці загрози:

1) перевантаження видаткової частини державного бюджету в умовах несвоєчасно підвищених соціальних виплат потребує додаткових коштів для їх покриття, суперечить економічній логіці, відволікає фінансові ресурси і може привести до збільшення бюджетного дефіциту;

2) недостатні обсяги інвестицій в основний капітал блокують оновлення технологічного базису національної економіки, консервують її сировинну спеціалізацію і затратний характер, наслідком чого може стати "затухаюча" динаміка економічного зростання;

3) випередження темпів зростання споживання над темпами зростання національного виробництва може стимулювати додатковий імпорт товарів та послуг, надмірне "роздування" торгівлі і банківських послуг, загрозливі обсяги споживчого кредиту і заборгованості населення перед банками;

4) мало контрольоване зростання обсягу зовнішніх запозичень, як на державному, так і на корпоративному рівнях, збільшує залежність національної економіки від зовнішньоекономічних факторів, відволікає значні фінансові ресурси на покриття боргу.

Економія державних витрат шляхом відмови від не виправданого фінансування розвитку соціально-споживчої сфери на користь збільшення обсягу капітальних витрат є необхідним, але – першим і найбільш очевидним заходом фінансової політики. Посилення впливу фінансової системи на забезпечення стратегічних пріоритетів економічного розвитку пов'язане із якісною структурою державних капіталовкладень, їх цільовою спрямованістю. Держава має сфокусувати капітальні інвестиції на формуванні загальних умов використання основних факторів економічного зростання. Найбільш актуальними напрямками капіталовкладень за-

лишаються інвестиції в розвиток базової інфраструктури матеріального виробництва, в модернізацію основного капіталу та прискорений розвиток інноваційних галузей, в якісні зміни людського капіталу і факторів, що зумовлюють продуктивність праці.

За розрахунками Світового банку, потреба в фінансових ресурсах держави на вирішення цих завдань в перспективі до 2015 року може скласти близько 100 млрд доларів США [3, с.10]. Прогнозоване підвищення навантаження на фінансову сферу актуалізує виявлення і використання протягом наступного стратегічного періоду дієвих резервів в самій фінансовій системі, зокрема, – в площині вдосконалення фінансового механізму. Розглянемо декілька потенційних джерел більш ефективного використання потенціалу фінансової системи.

Вдосконалення системи оподаткування. Незважаючи на розробку чергового вдосконаленого варіанту податкового кодексу, практичні зрушення в цій сфері відбуваються досить повільно. Ключовими завданнями залишаються:

- ✓ уточнення і законодавче закріплення довгострокових незмінних принципів податкової політики;
- ✓ оптимізація системи і рівня податків з огляду на визначені пріоритетні чинники і стратегію економічного зростання;
- ✓ формування ефективної організаційної системи адміністрування податків та її інституціональне впорядкування;
- ✓ посилення контролю за дотриманням податкової дисципліни і невідворотності штрафних санкцій у випадках її порушень;
- ✓ розширення податкової бази і забезпечення її відтворення за допомогою системи економічних та адміністративних методів;
- ✓ ліквідація обтяжливих для бюджету податкових пільг і субсидій в окремих галузях національної економіки.

Перерозподіл ресурсів між видатковими статтями бюджету та відмова від фінансування частини загальнодержавних програм, не пов'язаних із стратегічними пріоритетами. Необхідно зупинити негативну тенденцію зростання сукупних державних витрат по відношенню до ВВП, які в останні роки перевищили позначку 40%. Тим більше, що чинники цього зростання не були пов'язані із продуктивними інвестиціями. Вони склалися із збільшення витрат на ФОП в державному секторі, підвищення мінімальних пенсій та зростання видатків, пов'язаних із соціальним захистом і наданням соціальних пільг.

В середньостроковій перспективі заходами, що можуть компенсувати негативні наслідки такого зростання видатків, можуть бути:

- ✓ уповільнення темпів зростання видатків на заробітну плату при оптимізації і скороченні посад у системі державної служби;
- ✓ модернізація системи оплати праці на принципах прозорості та відповідності рівню кваліфікації і відповідальності;
- ✓ упорядкування трансфертів, субсидій, будь-яких соціальних пільг в напрямку підвищення їх адресності, цільового призначення та економічної обґрунтованості;
- ✓ скасування низки нецільових соціальних програм, зокрема, вузькопрофесійного спрямування;
- ✓ створення інституційної і адміністративної бази для запровадження другого (обов'язкове страхування) та третього (добровільне страхування) рівнів пенсійної системи. Реалізація урядової "Стратегії розвитку пенсійної системи" для оздоровлення її фінансового стану.

Утримання рівня державного боргу в межах 20-25% до обсягу ВВП. Досягнутий в останні роки комфортний для економіки рівень державного боргу може бути порушеним в результаті відходу від політики стримування нових запозичень, яку більш-менш послідовно проводили всі уряди після 1999 року. Потенційні загрози збільшення боргу реально існують і можуть бути реалізованими при певних політичних і соціально-економічних умовах. Зокрема, можливість збільшення запозичень зберігається в разі підтримання невиправдано високих видатків, орієнтованих на споживання, при відносному дефіциті коштів на інвестиційні потреби. Інший негативний сценарій пов'язаний із практичною реалізацією прийнятого рішення щодо погашення втрачених заощаджень населення в колишньому Ощадбанку СРСР, які є опосередкованими умовними зобов'язаннями і, за підрахунками експертів, складають близько 30% ВВП.

Вдосконалення механізму узгодження окремих бюджетів капітальних витрат із задекларованими стратегічними пріоритетами та зведеним бюджетом, а також – їх координація між собою на стадії планування та виконання. Формуватися такий механізм повинен навколо постійно діючого координуючого органу з представників міністерств, які забезпечують загальне господарське управління – Міністерства економіки, Міністерства фінансів, Міністерства промислової політики. До

повноважень координуючого органу слід віднести експертизу стратегічних програм (прогнозів) економічного розвитку, стратегічний аналіз ресурсної бази і надання Кабінету Міністрів офіційних висновків щодо її відповідності задекларованим стратегічним цілям. В своїй діяльності координуючий орган спирається на спеціальні проектні групи міністерств і відомств. Останні формуються для управління галузевими (міжгалузевими) програмами (проектами) капіталовкладень і контролю за витратами коштів відповідних бюджетів.

На сучасному етапі трансформаційних перетворень в Україні важливо, щоб фінансова стратегія на стадії формування максимально враховувала поточні і перспективні пріоритети загальноекономічної стратегії. Стратегічний аналіз, що передусє стратегічному плануванню, повинен спиратися на дослідження зовнішніх та внутрішніх чинників економічного зростання, можливостей та загроз, сильних та слабких характеристик національної економіки.

1. Проект урядової програми "Україна 2010" // Урядовий кур'єр. – 1999. – 3, 6, 10, 21 квітня.
2. Послання Президента України до Верховної Ради України "Європейський вибір: концептуальні засади стратегії економічного та соціального розвитку України на 2002 – 2011 роки".
3. Створення фінансового простору для економічного зростання. Огляд державних фінансів України // Документ Світового банку (Звіт №36671-UA). – 14 вересня 2006 року.
4. Урядовий кур'єр. – 2001. – 25 травня.
5. Україна: поступ у XXI століття. Стратегія економічного та соціального розвитку на 2000 – 2004 роки // Урядовий кур'єр. – 2000. – 23.02. – № 34.

Наукове видання



ВІСНИК

КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ЕКОНОМІКА

Випуски 99-100

За авторською редакцією

Оригінал-макет виготовлено Видавничо-поліграфічним центром "Київський університет"
Виконавець Д. Ананьївський

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, власних імен та інших відомостей. Редколегія залишає за собою право скорочувати та редагувати подані матеріали. Рукописи та дискети не повертаються.

Засновник та видавець – Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Свідоцтво Міністерства інформації України про державну реєстрацію засобів масової інформації КІ № 251 від 31.10.97. Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", директор Г.Л.Новікова. Адреса ВПЦ: 01033, Київ, б-р Тараса Шевченка, 14, кімн. 43. ☎ (38044) 239 31 72, 239 32 22; факс 234 31 28



Підписано до друку 14.03.08. Формат 60x84^{1/8}. Вид. № 161. Гарнітура Arial. Папір офсетний.
Друк офсетний. Наклад 500. Ум. друк. арк. 20. Обл.-вид. арк. 20. Зам. № 28-4309.

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
01601, Київ, б-р Т. Шевченка, 14, кімн. 43
☎ (38044) 239 32 22; (38044) 239 31 72; факс (38044) 239 31 28
E-mail: vydav_polygraph@univ.kiev.ua
WWW: <http://vpc.univ.kiev.ua>