

**ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ  
В УКРАЇНІ:  
ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ**





Міністерство освіти і науки України  
Вінницький національний технічний університет

**ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ  
В УКРАЇНІ:  
ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ**

**Колективна монографія**

За редакцією О. Й. Леська, Н. В. Буреннікової,  
В. О. Козловського

Вінниця  
ВНТУ  
2020

УДК 338:338.124.4

40Е

Рекомендовано до друку Вченою радою Вінницького національного технічного університету Міністерства освіти і науки України (протокол № 7 від 27.02.2020 р.)

**Автори:**

О. Й. Лесько (передмова); І. В. Причепка (р. 1.1); Л. Д. Глущенко (р. 1.2); Л. П. Руда (р. 1.3); В. О. Козловський (р. 2.1, 2.2); О. О. Адлер, О. В. Безсмертна, Т. М. Білоконь (р. 2.3); Л. О. Нікіфорова (р. 3.1); О. Г. Ратушняк, О. Г. Лялюк (р. 3.2); В. В. Кавецький (р. 3.3); Н. В. Буреннікова, В. О. Ярмоленко (р. 3.4).

**Рецензенти:**

**О. М. Ткачук** – доктор економічних наук, професор

**В. В. Зянько** – доктор економічних наук, професор

40Е **Економічні** перетворення в Україні: досвід, проблеми, перспективи : колективна монографія / За заг. ред. О. Й. Леська, Н. В. Буреннікової, В. О. Козловського. – Вінниця : ВНТУ, 2020. – 123 с.

ISBN 978-966-641-814-5

У монографії розглянуто проблеми й перспективи розвитку підприємництва в Україні за умов глобалізації та євроінтеграції. Окреслено шляхи переходу економіки України на інноваційний шлях розвитку. Запропоновано оновлений погляд на розробку механізму реалізації інноваційних проєктів на підприємстві. Досліджено інтелектуальний капітал організації як визначальний фактор інноваційних перетворень. Здійснено порівняльний аналіз дієвості процесів функціонування та розвитку підприємств на основі показників складових результативності. Для керівників органів влади й управління різних рівнів, керівників і фахівців підприємств, науковців, викладачів, аспірантів і студентів економічних спеціальностей.

УДК 338:338.124.4

ISBN 978-966-641-814-5

© ВНТУ, 2020

## ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА .....	4
1 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ЗА УМОВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ .....	7
1.1 Особливості розвитку підприємництва в Україні за умов поглиблення євроінтеграційних процесів.....	7
1.2 Сучасні тенденції розвитку малого та середнього підприємництва в Україні .....	24
1.3 Особливості розвитку соціального підприємництва в Україні .....	31
2 ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ .....	41
2.1 Кількісні показники розвитку підприємництва в Україні за 2013–2017 роки .....	41
2.2 Фінансові результати діяльності промислових та торговельних підприємств України за 2013–2017 роки.....	48
2.3. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства: логістичні складові .....	60
3 АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПЕРЕХОДУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА ІННОВАЦІЙНИЙ ШЛЯХ РОЗВИТКУ .....	72
3.1 Особливості мотиваційних аспектів в інноваційній сфері .....	72
3.2 Розробка механізму реалізації інноваційних проектів на підприємстві.....	86
3.3 Інтелектуальний капітал організації як визначальний фактор інноваційних перетворень.....	95
3.4 Порівняльний аналіз дієвості підпроцесів процесів функціонування підприємств на основі авторських показників складових результативності.....	113

## ПЕРЕДМОВА

У сучасному світі економічний розвиток країн визначається не тільки і не стільки природними ресурсами, скільки сукупною здатністю суб'єктів господарювання розвивати підприємництво, активно впроваджувати у виробництво нові ідеї з метою задоволення споживчого попиту на нові товари та послуги. В свою чергу, втілення нових ідей у життя залежить від фінансових та інноваційних можливостей суб'єктів господарювання, від загального рівня науково-технічного розвитку країни й успішності трансформаційних перетворень, які відбуваються в державі.

Сьогодні конкурентоспроможність країни на світовому ринку все більше залежить від підприємницької ініціативи суб'єктів підприємництва та від продукції, в основі якої лежать нові знання. Розвиток продуктивних сил країни відбувається при тісній взаємодії науки, підприємництва та виробництва. Він вимагає пошуку, обґрунтування та застосування нових підходів до використання економічного, людського й інших потенціалів України для досягнення рівнів ефективності, конкурентоспроможності економіки та життя населення, що відповідає європейським стандартам. Розв'язання зазначених актуальних завдань вимагає глибокого аналізу й оцінювання трансформаційних процесів вітчизняної економіки, розробки стратегічних напрямів розвитку економіки, який посідає центральне місце у сталому розвитку країни. Розуміння цього підводять українських науковців та практиків до усвідомлення проблеми щодо необхідності практичного застосування у виробничому менеджменті сучасних підходів, інструментарію тощо для дослідження господарської діяльності вітчизняних підприємств. Ефективний менеджмент як система вимагає застосування знань про цілісну картину механізмів формування та розвитку підприємств. Невід'ємними компонентами цього менеджменту є прями та зворотні зв'язки, процеси, матеріально-інформаційні конвертації, адаптаційні і біфуркаційні механізми трансформації систем, еволюційні фактори, рушійні сили та ін. Окресленим вище аспектам присвячено наукові розвідки науковців кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, котрі здійснюються за такими напрямками:

- вивчення, моделювання, оцінювання та регулювання результативності функціонування складних систем різних типів та ієрархічних рівнів,

- формування соціальної політики, соціальної економіки, благодійництва та соціальної відповідальності в транзитивних і розвинутих економічних системах;

- вивчення передумов та механізмів (у тому числі, дерегуляції) підприємницької діяльності в умовах запровадження вільної торгівлі з ЄС;

- трансформації регіональних економічних відносин в умовах децентралізації;

- удосконалення організації виробництва та менеджменту на промислових підприємствах Вінницької області;

- удосконалення механізму підприємницької діяльності, інноваційних основ модернізації малого та середнього бізнесу;

- трансформації та динаміка корпоративного управління, удосконалення взаємовідносин суб'єктів ринку та прямого оподаткування сільськогосподарських підприємств;

- управління стратегією розвитку та управління якістю продукції олійно-жирових підприємств, інноваційного та антикризового регулювання машинобудівних підприємств та ін.

Окремі проблеми трансформаційних перетворень, інноваційної політики і розвитку підприємництва досліджували багато відомих вітчизняних та іноземних вчених-економістів: В. Базилевич, С. Брю, Л. Воротіна, В. Геєць, К. Макконнелл, А. Маршалл, С. Мочерний, А. Сміт, Д. Рікардо, Ж.-Д. Сей, Дж. Чампі, А. Чухно та ін., методологічну базу дослідження управління конкурентними перевагами створено багатьма науковцями, серед яких М. Портер, Й. Шумпетер, Ж.-Ж. Ламбен, І. Балабанова, А. Томпсон, В. Ткаченко, Р. Фатхутдінов. Проте значна кількість питань і досі залишаються не висвітленими і потребують теоретичного, методологічного та практичного вирішення. Нинішній стан розвитку підприємництва, інноваційної діяльності в Україні, результативність соціально-економічних процесів не повною мірою відповідає сучасним вимогам і не має необхідної комплексної методологічної основи. В цьому контексті, з урахуванням цінності наявних досліджень колективу кафедри, існує необхідність висвітлення в презентованій монографії деяких новітніх теоретичних, методологічних і фактичних тенденцій у формуванні дієвих управлінських стратегій соціально-економічного розвитку країни в кризових умовах господарювання.

У колективній монографії відображено найбільш вагомі здобутки науковців кафедри, котрі відповідають пріоритетним напрямкам наукових досліджень і знайшли практичне впровадження на різних рівнях. У зв'язку із вагомістю та актуальністю одержаних авторами наукових доробків, текст монографії містить результати досліджень деяких авторів, котрі відносяться до попередніх років. Основні результати наукових досліджень авторів монографії:

у сфері бачення перспектив розвитку підприємництва в Україні:

- окреслено особливості розвитку підприємництва в Україні за умов поглиблення євроінтеграційних процесів, у тому числі, соціального підприємництва;
- поглиблено існуючі теоретико-методичні положення щодо ролі малого та середнього підприємництва із обґрунтуванням сучасних тенденцій його розвитку;

у сфері забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств:

- виявлено і охарактеризовано диспропорції розвитку національної економіки і вказані шляхи подолання цих диспропорцій;
- розроблено концепцію формування конкурентоспроможного середовища підприємства із використанням логістичних аспектів;

у сфері переходу на інноваційний шлях розвитку економіки:

- сформовано оновлений механізм реалізації інноваційних проектів;
- виявлено мотиваційні аспекти в інноваційній сфері, виокремлено визначальні фактори інноваційних перетворень;

у сфері оцінювання результативності функціонування підприємств із відповідним моделюванням:

- розкрито сутність та реалізовано методику порівняльного аналізу дієвості процесу функціонування підприємств на основі показників складових частин результативності;
- встановлено, що реалізація методики, згаданого вище компаративного аналізу на прикладі реально діючих підприємств, сприяє прийняттю та втіленню в практику науково-обґрунтованих управлінських рішень.

Монографію написано колективом авторів кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету. Авторами монографії є: к. е. н., професор О. Й. Лесько (передмова); к. е. н., доцент І. В. Причепа (р. 1.1); к. е. н., доцент Л. Д. Глущенко (р. 1.2); к. е. н., доцент Л. П. Руда (р. 1.3); к. е. н., професор В. О. Козловський (р. 2.1, 2.2); к. т. н., доцент О. О. Адлер, к. е. н., доцент О. В. Безсмертна, к. е. н., доцент Т. М. Білоконь (р. 2.3); к. е. н., доцент Л. О. Нікіфорова (р. 3.1); к. т. н., доцент О. Г. Ратушняк, к. т. н. О. Г. Лялюк (р. 3.2); ст. викладач В. В. Кавецький (р. 3.3); д. е. н., професор Н. В. Буреннікова, д. ф.-м. н, професор В. О. Ярмоленко (р. 3.4).

У представленій монографії висвітлено найбільш змістовні результати науковців кафедри. Вона може бути корисною для керівників органів влади й управління різних рівнів, керівників і фахівців підприємств, науковців, викладачів, аспірантів і студентів економічних спеціальностей.



# **1 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ЗА УМОВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

## **1.1 Особливості розвитку підприємництва в Україні за умов поглиблення євроінтеграційних процесів**

Міжнародний досвід і практика господарювання вказують на важливість розвитку підприємництва задля забезпечення стабільного соціально-економічного зростання економіки будь-якої країни, систем різних рівнів зокрема.

Розвиток підприємництва є потужним каталізатором ефективної розбудови та оновлення економіки, що стимулює її зростання в напрямку підвищення ефективності, раціональності та ощадливості, постійної диверсифікації та модернізації. Успішне господарювання в підприємницькому секторі є підґрунтям для формування ефективного конкурентного середовища та є джерелом стійкого соціально-економічного зростання економіки, багатства та рівня життя населення країни.

Особливістю сучасного етапу розвитку світового господарства є поглиблення глобалізаційних та інтеграційних процесів, наслідком чого є інтенсифікація господарських зв'язків та взаємодія всіх сфер і складових міжнародних відносин, посилення взаємозалежності економік різних країн і міждержавних об'єднань, зростання вимог і поява нових викликів висококонкурентного ринкового середовища.

Становлення та розвиток бізнесу в Україні відбувається під впливом складної системи взаємопов'язаних зовнішніх чинників, які, з одного боку, стимулюють процеси розвитку, а з іншого, – стримують їх.

У контексті інтенсифікації глобалізаційно-інтеграційних процесів на порозі п'ятої промислової революції основними викликами середовища господарювання, які впливають на умови діяльності та визначають правила міжнародної взаємодії у сфері підприємництва, водночас вимагаючи моніторингу та відповідної реакції з боку підприємницьких і державних структур України, є:

– стрімкий технологічний та інформаційний розвиток, що вимагає постійних капіталовкладень в розробку та впровадження інноваційних рішень, на яких ґрунтується гнучкість та довгострокова конкурентос-

проможність бізнесу тощо. Рушійними силами економічного зростання та сталого розвитку виступають інвестиції, завдяки яким виробництво стає ефективнішим, дешевшим і швидшим, ніж будь-коли раніше. Відкриваються значні можливості для інноваційного розвитку та підвищення конкурентоспроможності країни;

– глобалізація конкуренції, що значно посилює конкурентну боротьбу на внутрішніх і зовнішніх ринках, сприяє виникненню нових її форм і методів, формуванню транснаціональної системи господарства, інтернаціоналізації виробничих процесів зокрема, що, відповідно, вимагає постійного пошуку все нових напрямків для конкурентоспроможного розвитку;

– диференціація попиту, що потребує постійного моніторингу та врахування всезростаючих індивідуальних (особливих) вимог споживачів, змушує підприємців вишукувати нові підходи до спеціалізації, концентрації та кооперації виробництва.

На жаль, проблемним питанням залишається забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на міжнародних ринках, що характеризуються високою технологічністю та значною наукомісткістю пропонованих товарів і послуг. Це потребує вивчення феномену підприємництва та виявлення чинників ефективного становлення й розвитку підприємництва в Україні за умов поглиблення євроінтеграційних процесів.

Поняття підприємництва має тривалу історію і використовується в теорії та практиці господарювання ще з XIII століття, еволюціонуючи й набуваючи нових форм тлумачення.

Незважаючи на важливість однозначного розуміння сутності та змісту поняття підприємництва як для економічної науки, так і для господарської практики, на сьогодні у вітчизняних і зарубіжних наукових здобутках не існує загальноприйнятого підходу щодо його трактування. У вітчизняній практиці неоднозначним залишається питання визначення розмірів підприємництва.

Причинами таких розбіжностей є складність та широта поняття, яке має тривалу історію формування та розвитку, поєднуючи в собі соціально-економічні, політико-правові, історичні, моральні та психологічні відносини у їх тісному взаємозв'язку.

На законодавчому рівні України підприємництво визначено як господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Законодавчо не визначено жодних обмежень щодо видів економічної діяльності, організаційно-правових форм і форм власності господарювання суб'єктів підприємництва, якими можуть виступати як юридичні особи, так і фізичні особи-підприємці.

Помилково підприємництво ототожнювати лише з малим бізнесом, оскільки сектор підприємництва формують великі, середні та малі підприємства, які функціонують для одержання прибутку та, тісно взаємодіючи, визначають структуру економічної системи держави або її окремої території.

Великі, середні та малі підприємства не виключають функціонування один одного, а, навпаки, взаємодоповнюють та формують умови для господарювання один одного.

Суперечливим питанням при виокремленні сектору підприємництва залишаються масштаби діяльності господарюючих суб'єктів.

В Україні до 2018 року при визначенні розмірів підприємництва керувались виключно Господарським кодексом України (ГКУ). Однак з 01 січня 2018 році в Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» з'явилися нові норми щодо класифікації підприємств за розміром (табл. 1.1).

У подальшому заплановано приведення у відповідність положень Господарського кодексу України до норм Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» в частині критеріїв віднесення суб'єктів господарювання до мікропідприємництва, малого, середнього або великого підприємства. Проте невідповідність зберігається і дотепер, оскільки чинними є норми, вказані в обох вищезгаданих документах. Варто зауважити, що для цілей бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності підприємствами в Україні вже з 2018 р. застосовуються нові норми.

Водночас відповідно до Угоди про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом (Додаток XVII «Нормативно-правове наближення») обов'язком України є забезпечення досягнення поступової сумісності існуючого та майбутнього українського законодавства з правовою системою ЄС (*Acquis communautaire*).

Таблиця 1.1 – Норми класифікації підприємств (підприємництва) за розміром (складено за [1–3])

Нормативно-правовий документ	Вид підприємства/ підприємництва	Показники		
		Річний чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	Середня кількість працівників	Балансова вартість активів
Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»	Мікро-підприємство	до 700 тис. євро	до 10 осіб	до 350 тис. євро
	Мале підприємство	до 8 млн євро	до 50 осіб	до 4 млн. євро
	Середнє підприємство	до 40 млн євро	до 250 осіб	до 20 млн. євро
	Велике підприємство	понад 40 млн євро	понад 250 осіб	понад 20 млн. євро
Господарський кодекс України	Мікро-підприємництво	до 2 млн євро	до 10 осіб	-
	Мале підприємництво	до 10 млн євро	до 50 осіб	-
	Середнє підприємництво	до 50 млн євро	до 250 осіб	-
	Велике підприємництво	понад 50 млн євро	понад 250 осіб	-
Commission Recommendation ЄС	Мікро-підприємства	до 2 млн євро	до 10 осіб	до 2 млн. євро
	Мале підприємство	до 10 млн євро	до 50 осіб	до 10 млн. євро
	Середнє підприємство	до 50 млн євро	до 250 осіб	до 43 млн. євро

Варто зауважити, що в Європі при визначенні розмірів підприємств рекомендованими є критерії (див. табл. 1.1), які практично відповідають положенню Господарського кодексу України. Відмінностями є те, що Європейською комісією виокремлено три критерії для класифікації підприємств (в ГКУ – два), а також відсутня категорія великих підприємств як таких. Відповідно, проблема узгодження європейського та українського законодавства в даному аспекті залишається невирішеною.

Зрозуміло, що вагомий вплив на формування та розвиток конкурентоспроможного потенціалу вітчизняного підприємництва мають стан економіки та правове середовище господарювання в країні. Ста-

більше економічне середовище забезпечує зростання та розвиток підприємництва в державі.

На сьогодні національна економічна система знаходиться в стані глибокої трансформації. Однак, незважаючи на загострення політичної ситуації в країні та численні проблеми соціально-економічного характеру, за даними Державної служби статистики України більшість макроекономічних показників країни за результатами 2018 року мають позитивну динаміку порівняно з попереднім роком (рис. 1.1).

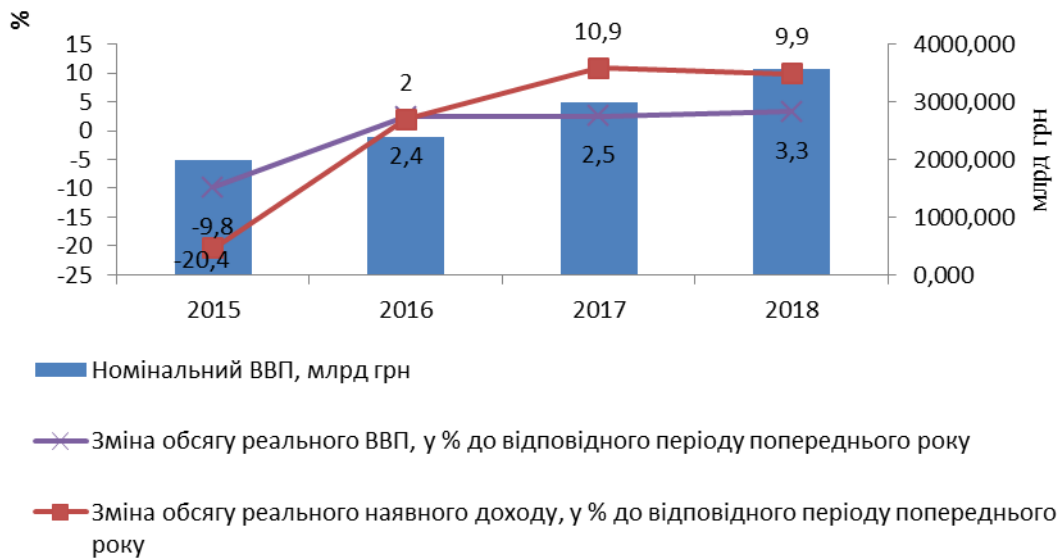


Рисунок 1.1 – Зміна основних макроекономічних показників України (2015–2018 рр.), побудовано за даними [4]

Зростання ВВП України в 2018 році перевершило всі очікування і замість 3,2 % росту – 3,3 % у порівнянні з 2017 р. (в II кварталі зростання реального ВВП України продемонструвало максимум 3,8 %). У IV кварталі 2018 року промисловість та будівництво показали більш жваві темпи розвитку, ніж очіувалося. Завдяки цьому й відбулося збільшення уточнених показників. Зростання ВВП у IV кварталі складо не 3,4 %, а 3,5 % [5].

Зростання ВВП підтримувалось розширенням внутрішнього споживчого та інвестиційного попиту в країні. За даними НБУ кінцеві споживчі витрати домогосподарств зросли на 8,9 % у річному вимірі після їх збільшення на 9,5 % у 2017 році. Споживання підтримували значні темпи зростання заробітних плат, пенсій та переказів трудових мігрантів в Україну, а також відносно високі споживчі настрої насе-

лення. Водночас споживання державного сектору залишилось практично на рівні 2017 року (+0,3 % р/р) передусім через досить стриману фіскальну політику Уряду у другому півріччі 2018 року.

Вагомим фактором економічного зростання залишалася також інвестиційна активність. Валове нагромадження основного капіталу зросло на 14,3 % у річному вимірі, зокрема, за рахунок потреби бізнесу в модернізації виробництва та оновленні основних засобів. Незначне уповільнення порівняно з 2017 роком (16,1 % р/р) зумовлювалося поступовим вичерпанням ефекту надолуження інвестицій після недоінвестування в кризовий період, а також певним погіршенням ділових очікувань та фінансових результатів підприємств, у тому числі через слабкіші показники експорту [6].

Таким чином позитивна динаміка реального ВВП і відносна стабільність курсу долара в 2018 році дозволили вітчизняному підприємству зберегти баланс в своїй діяльності.

Найвищі темпи зростання продемонстрували показники капітальних інвестицій (116,4 %) та обсягів імпорту товарів і послуг (114,3 %) порівняно з 2017 роком. Найнижчі темпи – показники промислової продукції (101,1 %) та прямих інвестицій (102,2 %) порівняно з попереднім роком (рис. 1.2).

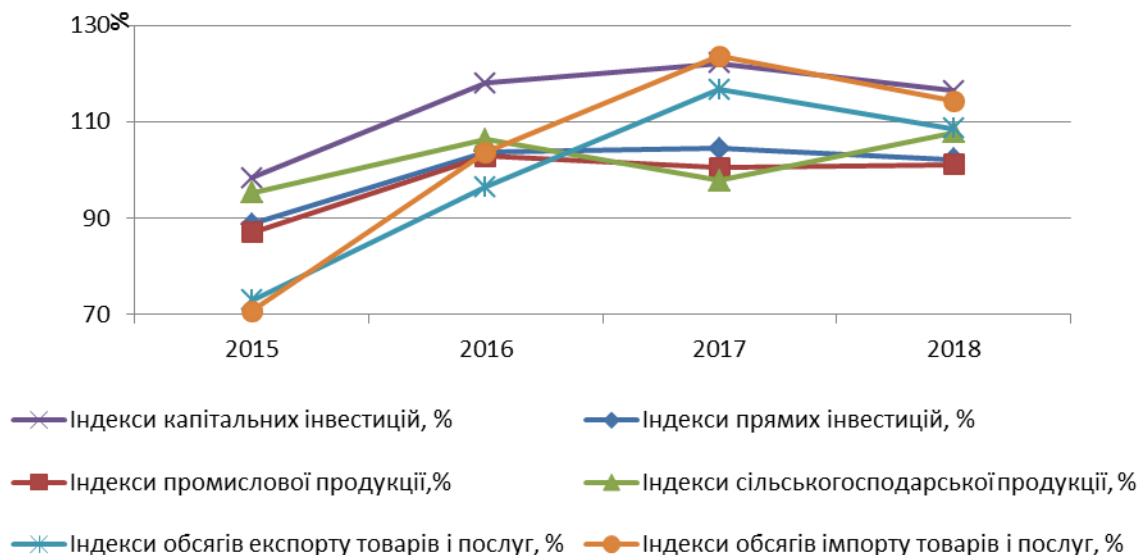


Рисунок 1.2 – Зміна основних макроекономічних показників України (2015–2018 рр.), побудовано за даними [4]

В цілому українська економіка пододала падіння 2014–2015 рр. та демонструє найвищі показники зростання за останні п'ять років. Експерти охарактеризували 2018-й роком поміркованого зростання. Водночас, незважаючи на позитивну динаміку основних макроекономічних показників, великих інвестиційних проектів, масштабних запусків в Україні, як і раніше, не спостерігається. Як не дивно, але драйверами зростання економіки стали заробітчани, які після початку дії безвізового режиму масово їдуть працювати в Європу. Тільки вони забезпечили надходження в країну запаморочливої суми – понад 10 млрд грн [7].

Водночас, саме активність бізнесу є одним із найбільш значимих індикаторів розвитку економіки країни. Відповідно, підприємницькі здібності як четверта ресурсна складова виробництва та двигун соціально-економічного розвитку мають стати пріоритетним чинником забезпечення конкурентоспроможності економіки України в глобальному просторі.

Якщо оцінювати рівень і перспективи розвитку підприємницького сектору економіки України, то доцільним є різнобічний аналіз динаміки кількості господарюючих суб'єктів, що забезпечують зайнятість працездатного населення в контексті вирішення проблем його доходів.

Варто зауважити, що не зважаючи на позитивну динаміку основних макроекономічних показників в національній економіці (2017–2018 рр.), спостерігається негативна тенденція щодо загальної кількості господарюючих суб'єктів в Україні (рис. 1.3).

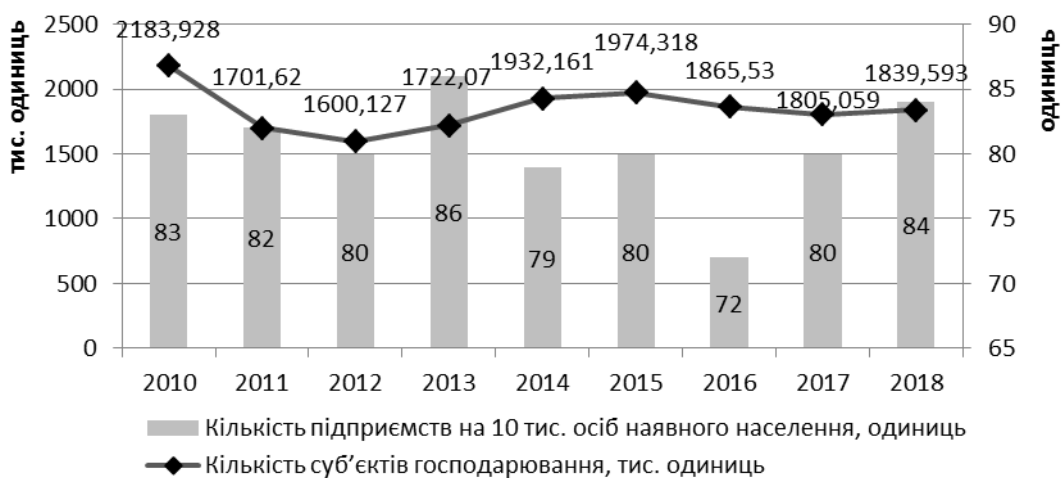


Рисунок 1.3 – Динаміка кількості господарюючих суб'єктів в Україні (2010–2018 рр.), побудовано за даними [4]

Як показують дані рис. 1.3, найбільша кількість господарюючих суб'єктів в Україні функціонувала в 2010 році (2183928 одиниць), знизившись кількісно в 2011 році на 22,1 % (до 1701620 одиниць). В 2012 році падіння показника продовжилось і сягнуло мінімального значення за період 2010–2018 рр. (1600127 одиниць, що майже на 6 % менше значення попереднього року та на 26,7 % менше значення показника 2010 року – локального максимуму).

Починаючи з 2013 року прослідковується тенденція поступового зростання кількості господарюючих суб'єктів в країні: зростання склало 7,6 % в 2013 р.; 12,2 % в 2014 р.; 2,18 % в 2015 р. порівняно з попередніми звітними роками. Варто зауважити, що в 2015 році функціонувала максимальна кількість господарюючих суб'єктів за період 2011–2018 рр., водночас максимуму 2010 року так і не було досягнуто.

За результатами 2016 року кількість суб'єктів господарювання в Україні зменшилась на 5,51 %, а в 2017 році – ще на 3,24 % порівняно з попередніми звітними роками. Проте в 2018 році показник дещо зріс: на 1,9 % порівняно з попереднім роком.

Як свідчать статистичні дані, протягом останніх років темпи приросту нових суб'єктів господарювання в Україні знижуються, що характерно і для темпів їх ліквідації. Це в свою чергу свідчить про те, що Україна досягла природного максимуму кількості господарюючих суб'єктів в країні, тому наростити її неможливо, що відображає відповідний економічний закон. Відповідно, політика держави повинна спрямовуватись на те, щоб підтримати існуючі підприємства, спрощуючи умови їх господарювання.

Можна констатувати, що розвиток підприємництва в Україні має коливальний характер, що безпосередньо відображається і на кількості зайнятого працездатного населення.

Негативна динаміка кількості зайнятих працівників прослідковується, починаючи з 2011 року, за результатами якого зниження показника склало 5,65 % порівняно з 2010 роком, і продовжилась аж до 2016 року, за результатами якого показник мав мінімальне значення за період 2010–2018 рр., склавши 8108,3 тис. працюючих осіб (рис. 1.4).

В 2017 році кількість зайнятих працівників дещо зросла (на 0,4 %) порівняно з 2016 роком, продовживши позитивну тенденцію в 2018 році (зростання склало 6,4 % порівняно з попереднім 2017 роком).



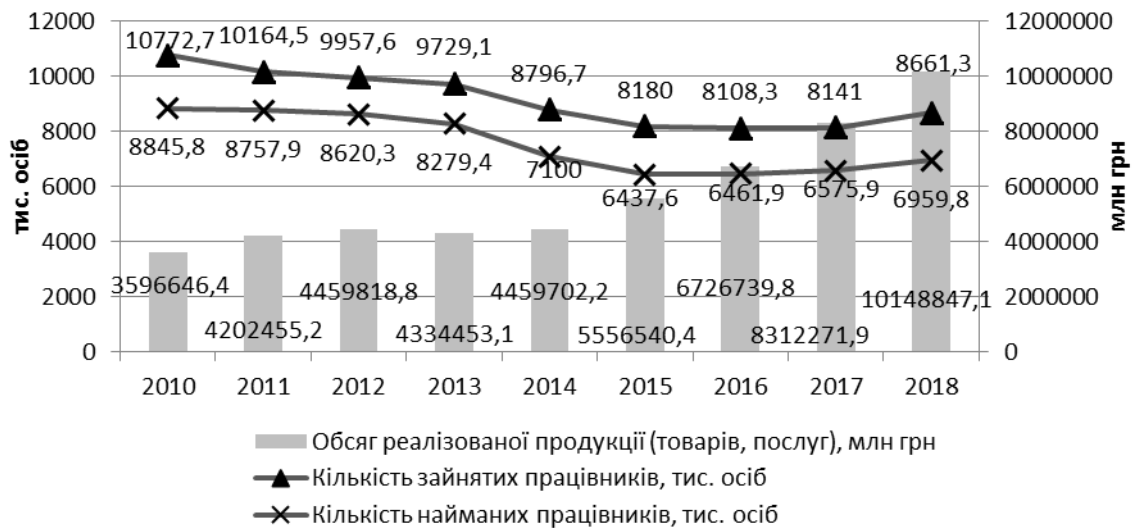


Рисунок 1.4 – Динаміка показників зайнятості працівників та обсягів реалізованої продукції в Україні (2010–2018 рр.), побудовано за даними [4]

Досить схожа динаміка і в кількості найманих працівників: спостерігається зниження показника, починаючи з 2011 року (на 1 % порівняно з 2010 р.) до 2015 р. включно, за результатами якого зафіксовано максимальне зниження кількості найманих працівників за аналізований період – 27,2 % порівняно з 2010 роком.

В цілому в сфері малого та середнього підприємництва з урахуванням фізичних осіб-підприємців в 2018 році було зайнято близько 6,96 млн осіб (близько 80,36 % усіх зайнятих працівників), що складає 30,43 % працездатного населення в країні.

Водночас обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) протягом аналізованого періоду має переважно позитивну динаміку (за винятком 2013 року, коли показник знизився на 2,8 % порівняно з попереднім роком). Однак причинами зростання показника є, перш за все, зростання собівартості виготовленої продукції (товарів, послуг), а, відповідно, – і вартості її реалізації.

Варто зауважити, що протягом аналізованого періоду динаміка кількості фізичних осіб-підприємців прямо відповідає динаміці загальної кількості суб'єктів господарювання в Україні в цілому (рис. 1.5).

Це пояснюється, насамперед, тим, що саме ця група господарюючих суб'єктів є переважальною в загальній структурі суб'єктів підприємства в Україні. Відповідно, коливання кількості господарюючих суб'єктів в країні відбувалось, насамперед, за рахунок зміни кількості господарюючих фізичних осіб-підприємців (ФОП).



Рисунок 1.5 – Динаміка кількості суб'єктів підприємницької діяльності залежно від масштабів їх діяльності (2010–2018 рр.), побудовано за даними [4]

Надмірна кількість ФОПів в економіці свідчить про проблеми податкової системи, які змушують підприємців користуватися перевагами спрощеного оподаткування.

Тенденція до зростання частки малого бізнесу в структурі підприємницького сектору України протягом останніх років (незначне зниження на 0,44 % в 2016 році порівняно з попереднім роком) має важливе значення для економіки країни, оскільки мале підприємництво є базовою ланкою ринкової економіки, що при вмілому використанні може стати дієвим інструментом перебудови та розвитку економіки в цілому (рис. 1.6).



Рисунок 1.6 – Зміна структури підприємств України за їх розмірами (2010–2018 рр.), побудовано за даними [4]

В розвинутих європейських країнах, зокрема, країнах-членах Організації економічного співробітництва і розвитку, малі та середні підприємства становлять понад 99 % усіх підприємств та забезпечують робочими місцями майже 65 млн громадян, або близько 70 % зайнятого населення ЄС, їх внесок у додану вартість за витратами виробництва досягає 60 % [8].

Питома вага малих і середніх підприємств в загальній кількості підприємств в Україні в 2018 році склала 99,87 %; частка малих підприємств, включаючи фізичних осіб-підприємців, в загальній структурі господарюючих суб'єктів – 99,1 %; середніх – 0,87 %; великих – 0,02 %.

Натомість, динаміка кількості середніх підприємств протягом 2012–2016 рр. є негативною. Незначне зростання кількості середніх підприємств відбулось в 2017 році (на 0,71 % порівняно з 2016 р.). Позитивна динаміка показника продовжилась в 2018 році, в якому зростання кількості середніх підприємств в країні склало близько 7,5 % порівняно з попереднім роком.

Увага та підтримка малого та середнього бізнесу державою може стати ефективним механізмом розвитку відповідного підприємницького сектору національної економіки.

Домінування темпів зростання малого підприємництва є характерним для країн з низьким рівнем доходу та недостатньою пропозицією робочих місць, що змушує населення створювати власний бізнес як засіб виживання.

Водночас макроекономічна та політична стабільність в країні сприяє розвитку великих і середніх підприємств, які пропонують стабільну роботу населенню, зменшуючи тим самим темпи зростання малого сектору підприємництва.

Структура підприємництва України за видами економічної діяльності є нерівномірно розвиненою (рис. 1.7).

За видами економічної діяльності близько половини суб'єктів підприємництва працюють у сфері оптової та роздрібно торгівлі, а виробнича сфера, яка безпосередньо визначає економічний розвиток країни, залишається нерозвиненою.

За результатами досліджень GTAI GERMANY TRADE & INVEST українська економіка переживає великі зміни. Локомотивами економіки стають сільське господарство, харчова промисловість, виробники устаткування та сектор ІТ, а результати господарювання важкої про-

мисловості знижуються [9]. Більша частина ВВП України виробляється сектором послуг. У 2018 р. на цей сектор економіки припадало близько 56,3 % ВВП. За останні десять років ця частка залишалася досить стабільною (2007 р. – 52,8 %). Великих збитків зазнала переробна промисловість, частка якої у ВВП знизилась з 20 % у 2007 р. до 12,1 % у 2017 р., та до 11,6 % в 2018 році. Проте підвищилось значення сільського господарства (2007 рік – 6,6 %; 2017 рік – 10,2 %; 2018 рік – 10,1 %) та видобувної промисловості (4,4 % в 2007 році; 5,9 % та 6,0 % в 2017 та 2018 роках відповідно) [4].

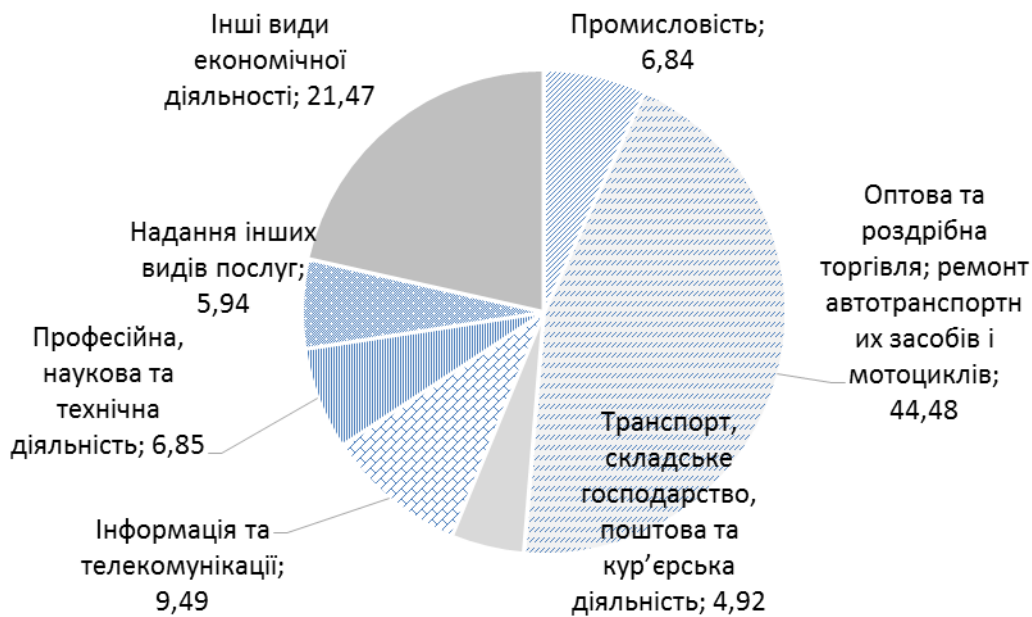


Рисунок 1.7 – Частка суб'єктів підприємництва в Україні за видами економічної діяльності в 2018 році, побудовано за даними [4]

Значний вплив на стан і розвиток підприємництва мають умови та легкість ведення бізнесу в країні. Відповідно пріоритетним завданням українського уряду в напрямку стимулювання розвитку вітчизняного підприємництва має стати спрощення процедур започаткування та поліпшення умов ведення існуючого бізнесу в країні, формування сприятливих і відносно прогнозованих умов для успішного розвитку національного підприємництва в перспективі.

Враховуючи це, одним із пріоритетних напрямків розвитку підприємництва, Урядом України визначено створення сприятливих умов для ведення бізнесу. Для втілення цієї мети поряд з реалізацією регу-

ляторної політики зусилля Уряду спрямовані на вдосконалення регуляторного середовища (дерегуляцію).

Дерегуляція передбачає скасування надмірних регуляторних обмежень та неефективних процедур контролю, скасування надлишкового ліцензування, застарілих систем сертифікації, моніторингу, здійснення експертиз та інших обмежень для бізнесу.

Легкість ведення бізнесу – шлях для залучення інвестицій в економіку (як іноземних, так і внутрішніх) та поштовх для відповідного зростання внутрішнього валового продукту.

Реалізація урядом таких кроків вже дає відповідні результати. Загалом у міжнародному рейтингу легкості ведення бізнесу Doing Business 2019 Україна покращила свої результати на п'ять позицій і нині перебуває на 71-му місці, зростаючи в рейтингу сьомий рік поспіль.

Аналітики оцінювали те, наскільки швидко можна відкрити власну справу: час, вартість, кількість документів, можливість отримувати електрику та будувати інфраструктуру.

З 2014 року Україна зросла в рейтингу Doing Business на 41 позицію, зайнявши друге місце у світі за темпами зростання у рейтингу з 2009 року.

У рейтингу Глобального індексу конкурентоспроможності (ГІК) 2018/2019 Україна погіршила свої позиції на 2 пункти, повернувшись до рівня ГІК 2016/2017, і зайняла 85 позицію серед 141 досліджуваної країни (ГІК 2017/2018 – 83 місце серед 140 країн) [5].

Серед рейтингу журналу Forbes «найкращих країн для бізнесу в світі» Україна посіла місце десь посередині рейтингу поруч зі Шрі-Ланкою та Аргентиною. Порівняно з попереднім роком вона піднялася на три позиції і нині посідає 77-ме місце (2016 – 74 місце з 139, 2015 – 61 місце з 144).

Видання оцінює умови для бізнесу за 15 критеріями, серед них – податковий клімат, рівень корупції, захищеність прав власності та інвестицій, розвиток технологій, свобода торгівлі, монетарна політика, бюрократичні перепони бізнесу тощо.

Лідером рейтингу другий рік поспіль стала Великобританія, на другому місці – Швеція, Гонконг – на третьому.

Показники зростання ВВП України в 2018 році, згідно з рейтингом, становлять 2,5 %, а ВВП на душу населення – 2,6 тис доларів при

чисельності в 44 млн осіб. Інфляцію оцінили в 14,4 %, а негативне сальдо торгового балансу – в 1,9 % [10].

Важливим напрямком підтримки має стати стимулювання розвитку інноваційного підприємництва в країні. Як показує світовий досвід, подолання глибокої кризи та подальше зростання неможливі без інноваційно-інвестиційного розвитку країни.

Bloomberg опублікував черговий рейтинг найбільш інноваційних економік світу Bloomberg Innovation Index. Цей рейтинг виходить вже сьомий рік поспіль, в цьому році (як і в минулому) лідером стала Південна Корея, слідом за нею йдуть Німеччина та Фінляндія.

На жаль, Україна в цій редакції опустилася на 7 позицій порівняно з минулим роком і займає 53 місце, на одну позицію країну обігнав Туніс, а відстає на одну позицію Індія. У минулому році Україна займала 46 місце рейтингу. «Серед економік, які оцінювалися в 2019 році, найбільше просіли Туніс і Україна, вони обидві випали з топ-50 рейтингу», – зазначають укладачі дослідження [11].

Водночас висхідне зростання України в більшості рейтингів не відповідає настроям та очікуванням бізнесу в країні. Згідно з дослідженням НБУ, індекс ділових очікувань (ІДО) в IV кварталі 2018 року становив 117,3 % (у III кварталі зменшився порівняно з II кварталом на 1,1 пункту до 117,2). Хоч значення індексу понад 100 і означає перевагу оптимістичних очікувань серед українських керівників підприємств, але зниження (II та III -й квартали) вказує на спад оптимізму. Основними негативними чинниками розвитку підприємств за результатами опитування залишаються занадто високі ціни на енергоносії, а також сировину та матеріали [6].

Водночас споживчі настрої покращилися. Чергове щомісячне дослідження настроїв споживачів від компанії GfK Ukraine зафіксувало зростання Індексу споживчих настроїв (ІСН) у грудні 2018 року на 2,4 п. порівняно з листопадом цього ж року (у вересні ІСН зріс на 2,3 пункти до 62,6, однак у жовтні – знову знизився на 5,7 п. до 56,9 порівняно з попередніми кварталами 2018 року). «Оптимізм споживачів відновився у грудні після невеликого спаду в жовтні-листопаді. Найбільшою мірою покращились споживчі настрої громадян із середнім та вище середнього рівнем доходу. У цих групах у грудні істотно зріс індекс очікуваних змін доходу в майбутньому та схильність до великих покупок. Натомість песимізм посилюється у групі громадян з

доходом нижче за середній», – коментують аналітики GfK Ukraine. Проте найбільших змін зазнав індекс очікуваного розвитку економіки країни у найближчі роки [12].

Підприємництво в Європі та світі стимулює розвиток конкуренції, спонукає великі компанії впроваджувати нові технології та поліпшувати якість виробництва. Сьогодні ефективність всієї економіки ЄС безпосередньо залежить від успішної діяльності малого та середнього бізнесу. Тому питання створення належних умов для поширення підприємницької діяльності є першочерговими. Вони впливають на неї через систему адміністративно-правового регулювання. На сучасному етапі розвитку України ця система потребує значного удосконалення та реформування. В той же час у Європі питанням підтримки та розвитку малого та середнього бізнесу почали активно займатися ще у 80-роках [13].

Реалії розвитку підприємництва в Україні, з одного боку, визначаються історичним минулим та закладеними інституційними деформаціями, а з іншого – новими явищами та тенденціями. Попередня модель, орієнтована на державне заступництво та підтримку, поєднується з новою, орієнтованою на соціальне залучення та розвиток. Сучасний стан підприємництва є результатом інституційної деформації, обумовленої історичною траєкторією розвитку господарства, що не сформувала конкурентного середовища, стимулів до технологічних інновацій, активного і відповідального суб'єкта економічної діяльності [14].

В контексті інтеграції економіки України до загальносвітового економічного простору та низька її конкурентоспроможність на міжнародній арені актуалізують необхідність модернізації національної економіки засобами формування потенціалу конкурентоспроможного розвитку. Відповідно актуалізується пошук напрямків для зростання національного підприємництва в контексті формування його нової парадигми, що відповідає цивілізаційному вибору країни як суб'єкта світової історії.

Основними засадами нової парадигми є соціальна відповідальність; мережева побудова підприємницького середовища; партнерство некомерційних і неприбуткових організацій, стартапів для обміну знаннями, технологіями та формування єдиного інституційного середовища соціального розвитку; взаємодія великого бізнесу з середнім і

малим, нові форми економічної інтеграції; триєдність соціального, ринкового та інноваційного орієнтирів діяльності. В Україні загально-світовим тенденціям відповідає розвиток соціально відповідальних ініціатив, інтеграція принципів корпоративної соціальної відповідальності у корпоративну стратегію, створення інноваційних форм підприємницької діяльності, що базуються на соціальному капіталі та ІТ-технологіях (краундфандингових, коворкінгових, шерінгових платформах та електронній комерції тощо) [14].

Враховуючи глобалізаційні та євроінтеграційні вимоги сьогодення, відновлення української економіки та її поступове зростання має ґрунтуватись на розбудові високотехнологічного підприємницького сектору та підвищення його конкурентоспроможності на європейському та глобальному ринках.

Одним із пріоритетних завдань державної політики мають стати впровадження європейських підходів до розвитку малого та середнього бізнесу в Україні із паралельним формуванням інституційної системи її забезпечення. Втілення цієї політики має здійснюватись цілеспрямовано, системно та послідовно в комплексі національної інноваційної системи.

Водночас, як вказують фахівці МВФ та Світового банку, складні умови міжнародної торгівлі, нестабільність світових фінансових ринків, протистояння на Сході країни несуть значні ризики для подальшого розвитку та зростання української економіки.

Проте національне підприємництво має невикористані резерви та перспективи зростання, які можуть стати потужним джерелом розвитку національної економічної системи в майбутньому.

### **Список використаних джерел**

1. Господарський Кодекс України [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18–22. – С. 144. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 40. – С. 365. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

3. Commission Recommendation of 6 May 2003 : concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises // Official Journal of the European Union. – 2003. – P. 36–41.



4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Міністерство економічного розвитку і торгівлі [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.facebook.com/mineconomdev/photos/rpp.174431545947835/2278571335533835/?type=3&theater>.
6. Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=85931490>.
7. Голубєва О. Епоха застою : яким був 2018 рік для української економіки? [Електронний ресурс] / О. Голубєва. – Режим доступу: <https://ua.112.ua/statji/epokha-zastoiu-yakum-buv-2018-rik-dlia-ukrainskoi-ekonomiku-475201.html>.
8. Концепція державної економічної програми розвитку малого і середнього підприємництва на період до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [lis.gov.ua/.../article/.../Proekt\\_Konsercii\\_do\\_2020\\_roku.doc](lis.gov.ua/.../article/.../Proekt_Konsercii_do_2020_roku.doc).
9. Структура економіки України : дослідження GTAI GERMANY TRADE & INVEST [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ukraine.ahk.de/fileadmin/ahk\\_ukraine/GTAI/Struktura\\_ekonomiki\\_\\_23-10-2018.pdf](http://ukraine.ahk.de/fileadmin/ahk_ukraine/GTAI/Struktura_ekonomiki__23-10-2018.pdf).
10. Карпенко О. Україна попала на 53 місце в рейтинге інновацій Bloomberg, просев на 7 позицій за год [Електронний ресурс] / О. Карпенко. – Режим доступу : <https://ain.ua/2019/01/22/ukraina-na-53-meste/>.
11. Україна потрапила в ТОП-100 найкращих країн для бізнесу [Електронний ресурс] // Економічна правда. – 2018. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/12/21/643817/>.
12. Споживчі настрої в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gfk.com/uk-ua/rishennja/>.
13. Деркевич Н. Як у Європі впроваджують регулювання для бізнесу [Електронний ресурс] / Н. Деркевич // Галицький кореспондент. – Режим доступу: <http://gk-press.if.ua/yak-u-yevropi-vprovadzhuut-regulyuvannya-dlya-biznesu/>.
14. Небрат В. В. Розвиток підприємництва в Україні : історичні детермінанти та перспективи / В. В. Небрат // Економіка і прогнозування. – 2017. – № 3. – С. 140–156.

## 1.2 Сучасні тенденції розвитку малого та середнього підприємництва в Україні

Соціальна стабільність, утвердження демократичних принципів та формування середнього класу, гнучкість виробництва, створення робочих місць, розвиток конкурентного середовища, обмеження монополізму великих підприємств, швидке насичення ринку товарами і послугами; загальне оздоровлення економіки і суспільства в цілому через виховання у підприємців господарської і ділової культури – традиційні функції, які властиві малому та середньому підприємству.

У сучасній економіці, завдяки глобалізації виробництва, розвитку світового ринку товарів і послуг, капіталів, інформатизації, інтелектуалізації економічного простору та його складових частин роль малого та середнього підприємництва поглиблюється і з'являються такі його функції, як:

- 1) підтримка в збалансованому стані економіки країн та їх розвиток;
- 2) розвиток наукового-технічного та інноваційного потенціалу економік країн;
- 3) розвиток світової економіки та міжнародної економічної інтеграції інновацій.

Завдяки малому та середньому підприємству забезпечується конкурентоспроможність внутрішньої економіки, що сприяє її вільній взаємодії з економіками інших країн [1]. Завдяки своїй маневреності, орієнтації на ефективну реалізацію нової продукції та готовності освоювати нові міжнародні ринки мале та середнє підприємство створює проникаючий ефект у зовнішньоекономічну сферу [2].

Мале та середнє підприємство істотно впливає на формування конкурентного середовища. Воно є антимонопольним за своєю природою, що проявляється в різних напрямках його діяльності. З одного боку, мале та середнє підприємство набагато меншою мірою піддається монополізації, ніж великий бізнес. З іншого боку, завдяки вузькій спеціалізації воно виступає в ролі конкурента, що може підірвати монополіні позиції навіть корпорацій. Тобто, сама присутність малого та середнього підприємства на ринку веде до зниження рівня цін, збільшення асортименту та підвищення якості продукції, посилення уваги виробників до змін в споживчому попиті.

Поряд із забезпеченням конкурентного середовища роль малого та середнього підприємництва для економіки визначається можливістю мобілізації і найбільш повного використання підприємницького ресурсу країни. Це пов'язано з тим, що мале та середнє підприємництво є формою масового підприємництва, яке, в свою чергу, обумовлено малими масштабами виробництва і високою проникаючою здатністю, що дає можливість організувати діяльність максимально повно використовуючи людські ресурси [3].

Мале та середнє підприємництво забезпечує робочими місцями активну частину населення, є основним джерелом доходів для середнього класу, що формує соціальну стійкість суспільства, а також додатковим джерелом надходження на товарний ринок стандартної та нестандартної продукції.

Більшість дослідників визнають, що основні проблеми, що заважають розвитку нормальних ринкових відносин і малого та середнього підприємництва, зокрема, – це проблеми макрорівня, і вони виникають у будь-якого підприємства на будь-якому етапі розвитку. Серед стримуючих факторів, які негативно впливають на розвиток малого та середнього підприємництва, необхідно вказати на такі: недосконалість податкової та фінансово-кредитної системи, відтік з країни кваліфікованих кадрів, загальний спад вітчизняного товарного виробництва, зростання цін, високий рівень інфляції, низький рівень платоспроможності населення, корупція, зниження якості освіти та професійної підготовки.

Крім факторів зовнішнього середовища на зростання невизначеності і рівень ризиків у діяльності малого та середнього підприємництва впливають характеристики, обумовлені внутрішнім середовищем їх життєдіяльності. Це умови: фінансування, стратегічного планування, управління підприємством та вибір організаційної, маркетингової, кадрової політики корпоративної культури [4].

Основними цілями розвитку малого та середнього підприємництва є підвищення конкурентоспроможності та зниження ризику.

Конкурентоспроможність гарантує підприємству одержання високого прибутку в ринкових умовах. При цьому підприємство прагне до такого рівня конкурентоспроможності, який би допоміг йому функціонувати протягом тривалого періоду [5].

Конкурентоспроможність залежить насамперед від конкурентних переваг, які підвищують стійкість підприємництва на ринку і дають

можливість отримати великий прибуток. Для малого та середнього підприємництва визначальними чинником конкурентоспроможності є наявність висококваліфікованих кадрів, достатній розмір власного та позикового капіталу, а також, доступ до надійної і своєчасної інформації.

Для малого та середнього підприємництва характерна обмеженість капіталу, що викликано як браком власних коштів, так і слабкими позиціями порівняно з великими підприємствами у доступі до фінансових ресурсів. Банки та інші фінансові установи часто відмовляють малим підприємствам в кредиті, а якщо й надають, то під дуже високі відсотки, що обертається зростанням собівартості продукції. Недостатність фінансування ускладнює проведення наукових досліджень, закупівлю нового обладнання та модернізацію виробництва, освоєння інноваційної продукції та впровадження її на ринок. Крім того, дефіцит фінансових ресурсів загострює проблему їх використання. Навіть незначна помилка в розрахунку потреб у капіталі, напрямів інвестування може призвести до зниження конкурентоспроможності і, природно, до банкрутства підприємства.

Фінансування діяльності малого та середнього підприємництва за рахунок бюджетних коштів здійснюється, переважно, відповідно до цілей і пріоритетів державної науково-технічної та інноваційної політики через різні державні фонди (наприклад, в Україні це Фонд підтримки малого інноваційного бізнесу, Український фонд підтримки підприємництва), також програми підтримки наукової, технологічної та інноваційної діяльності. Участь держави у фінансуванні діяльності малого та середнього підприємництва, безумовно, зміцнює внутрішні позиції підприємств, підвищує їхню ринкову стійкість, проте вона є невеликою за розмірами і дуже часто спрямована на створення гарантійних і венчурних фондів, впровадження механізму спільного інвестування. У розвинених країнах саме різні державні програми з розвитку фінансової інфраструктури для малого підприємництва дозволили комерційним банкам запропонувати для нього великий асортимент кредитних продуктів, мінімізуючи ризики для обох сторін.

Венчурне фінансування інвестиційної діяльності в усіх розвинених країнах зарекомендувало себе як один з найбільш дієвих інструментів промислового освоєння нової техніки і технологій, посилення конкурентних позицій товаровиробників на внутрішніх і зовнішніх ринках, зни-

ження індивідуальних ризиків інвесторів. Однак, в Україні таке джерело формування фінансових ресурсів не має належного рівня розвитку.

Таким чином, проблема забезпечення малого та середнього підприємництва фінансовими ресурсами є головною для розвитку бізнесу. Незважаючи на значну палітру можливостей, вибір джерела фінансування діяльності є складним і ризиковим аспектом [6].

Наступною проблемою, що впливає на внутрішнє середовище малих промислових підприємств, є планування діяльності. Лише невелика частина суб'єктів малого та середнього підприємництва здійснює стратегічне планування. Відсутність стратегічного планування негативно позначається на структурі, порядку розробки та реалізації цілей підприємства, а також на можливостях передбачати і моделювати майбутнє.

Що стосується кадрової політики, то конкурентоспроможність малого та середнього підприємництва також залежить від знань і таланту людей, що там працюють, їх схильності займатися науковими дослідженнями, вмінню не тільки виробляти, а й комерціалізувати ідеї.

Ознакою успішного функціонування ринків є те, що на них працюють як великі, так і малі підприємства. А також те, що між великими, середніми та малими підприємствами існує активна та різноманітна взаємодія. Підприємства взаємодіють між собою. Проте, сучасні ринкові реалії вимагають від підприємств формувати взаємодію з університетами, науково-дослідними інститутами та іншими організаціями, що продукують знання, у різноманітних формальних і неформальних організаційних формах (науково-дослідні консорціуми, дослідницькі та технологічні програми, технологічні платформи, інноваційні форуми та кластери).

Партнерська взаємодія дозволяє підвищити ефективність розвитку та отримати конкурентні переваги, пов'язані з покращенням умов розробки та впровадженням технологічних інновацій, швидким освоєнням нової продукції та послуг, нарощуванням інвестиційних ресурсів.

Завдяки тенденціям скорочення циклу розвитку технології і продуктів партнерська взаємодія набуває все більшої значимості, оскільки допомагає швидше і на більшій території впроваджувати технологічні інновації.

Проведене дослідження впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища дозволило обґрунтувати і систематизувати сучасні тенденції розвитку та характерні особливості малого та середнього підприємництва (табл. 1.2 та 1.3).

Таблиця 1.2 – Сучасні тенденції розвитку малого та середнього підприємництва

Тенденції	Зміст
Інноваційна спрямованість	Гнучкість і мобільність, здатність швидко реагувати на зміни ринку і споживчого попиту, налагодження нового виробництва або зміна існуючого, удосконалення технологічних інновацій, освоєння унікальної продукції, що випускається невеликими партіями. Пріоритетність вибору напрямків партнерської взаємодії, що сприяють розвитку інновацій, розширенню випуску вітчизняної конкурентоздатної продукції
Підвищення значущості людських ресурсів	Заохочення ініціативності персоналу, залученого в процес розробки та впровадження технологічних інновацій, стимулювання творчості та свободи мислення, підвищення якості бізнескультури та кадрового потенціалу
Державна підтримка	Сприяння інтеграції науки, виробництва та освіти Сприяння трансферу технологій
Формування конкурентних переваг за рахунок партнерства	Використання нових підходів до взаємодії, заснованих на переході від жорстких структур до більш гнучких, від ієрархічної взаємодії до партнерської

*Примітка: розробка автора*

Таблиця 1.3 – Характерні особливості малого та середнього підприємництва за окремими елементами

Особливості	Елементи
1	2
<b>1. Організаційно-управлінські особливості</b>	
<p>Нестійке ділове середовище, що швидко змінюється</p> <p>Брак аналітичної інформації про стан, перспективи функціонування, розвитку та потреб ринку</p> <p>Непередбачуваність результатів діяльності</p> <p>Недостовірна оцінка попиту на продукцію, незадовільна якість продукції</p> <p>Ризик недофінансування</p> <p>Ризик, пов'язаний із забезпеченням прав власності</p> <p>Ризик виникнення непередбачених витрат і зниження доходів (недоотримання прибутку, перевищення витрат)</p> <p>Брак кваліфікованого персоналу</p>	Ризики

Продовження табл. 1.3

Особливості	Елементи
Наявність персоналу зайнятого дослідженнями і розробками, у т. ч. кадрів найвищої кваліфікації Перепідготовка та підвищення кваліфікації персоналу для нового або модернізованого виробництва Суміщення виконання декількох різнорідних функцій	Персонал
Демократичний стиль керівництва Впровадження сучасних методів організації та управління господарською діяльністю	Стиль керівництва
Розвиток взаємодії з державою, великими виробничими підприємствами, науковими і фінансовими установами Трансфер технологій	Взаємодія
<b>2. Економічні особливості</b>	
Гранти, венчурне фінансування, інвестиційне фінансування – на комерціалізацію бізнес-ідеї та впровадження інновацій, пільгове кредитування	Фінансування діяльності
Витрати на: – закупівлю, модернізацію та обслуговування обладнання – підготовку і залучення кваліфікованих кадрів – експертизу інноваційних проектів – сертифікацію нової продукції – комерціалізацію інновацій (патентування і придбання нематеріальних активів)	Витрати
Розробка технічної документації, створення дослідних зразків, публікація результатів наукових досліджень Впровадження нових або значно поліпшених продуктів або способів (процесів) виробництва	Результат діяльності
<b>3. Технологічні особливості</b>	
Орієнтир на нові види технологій і процесів Розробка нових продуктів та процесів або їх поліпшення Використання потенціалу наукових знань і результатів діяльності у формі технологічного трансферу	Інноваційна активність
Наявність необхідної господарської та науково-технічної інфраструктури (матеріально-технічної бази інноваційної діяльності), гнучкість і мобільність	Інфраструктура
Одиничне (проектне); Дрібносерійне	Тип виробництва
Застосування інформаційних технологій на всіх етапах життєвого циклу технологічної інновації (проектування, виготовлення і збут) та програмних комплексів для автоматизованого проектування, розрахунку, технологічної підготовки виробництва	Застосування сучасних інформаційних технологій

Особливості	Елементи
4. Особливості корпоративної культури	
Творчість, новаторство, свобода мислення, підтримка та заохочення інноваційної активності, наявність системи стимулювання творчості, неформальної обстановки, заохочення командного духу, підвищення бізнес-культури	Тип організаційної культури підприємства
5. Особливості нормативно-правового регулювання	
Додержання обов'язкових державних стандартів Забезпечення та реалізація умов для створення і виробництва продукції, що підлягає сертифікації Організації та проведення сертифікації продукції, як підтвердження її відповідності вимогам нормативно-технічної документації Сертифікат на відповідність стандарту ДСТУ ISO 9001: 2009	Сертифікація діяльності і системи якості
Управління і захист об'єктів інтелектуальної власності на підприємстві (винаходів, товарних знаків, промислових зразків, корисних моделей, ноу-хау, запланованих проектів) Патентування Патентний пошук	Інтелектуальна власність
Необхідність державної підтримки Необхідність взаємодії з великими підприємствами, науковими та освітніми організаціями Використання нових підходів до інтеграції з іншими суб'єктами господарювання, заснованій на переході від жорстких структур до більш гнучких, від ієрархічної взаємодії до кластерної	Стимулювання розвитку

*Примітка: розробка автора*

Аналізуючи інформацію, наведену в табл. 1.2 та 1.3 можна зробити висновок, що мале та середнє підприємництво формує конкурентне середовище, може бути лідером в галузях економіки, що зароджуються. Суб'єкти малого та середнього підприємництва опановують нові ринки або їх сегменти, розробляють і впроваджують інновації.

Мале та середнє підприємництво, з врахуванням його характерних особливостей і сучасних тенденцій розвитку, можна розглядати, як форму господарювання, що характеризується інноваційною активністю. Мале та середнє підприємництво функціонує в умовах високого ризику, а тому його суб'єкти прагнуть до взаємовигідного партнерства з іншими суб'єктами ринку з метою підвищення своєї стійкості та конкурентоспроможності.



## Список використаних джерел

1. Васильєва Д. В. Актуальні проблеми розвитку малого бізнесу в Україні / Д. В. Васильєва // Механізм регулювання економіки. – 2011. – № 3. – С. 188–196.

2. Рижакова Г. М. Роль і місце малого підприємництва в національній економіці України [Електронний ресурс] / Г. М. Рижакова // Ефективна економіка. – К. : 2011. – №1. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=450>. – Доступно на 03.02.2019р.

3. Яковлев А.І. Інноваційна діяльність як фактор економічного розвитку малих підприємств : [Електронний ресурс] / А. І. Яковлев // Економіка: реалії часу. – 2014. – № 2 (12). – С. 115–119. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n2.html>. – Дата звернення 03.02.2019 р.

4. А «Small Business Act» for Europe : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/index\\_en.htm#ff2](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/index_en.htm#ff2). – Назва з екрана. – Дата звернення 03.02.2019 р.

5. Саліхова О. Б. Адресна державна підтримка як чинник стимулювання розвитку високотехнологічних виробництв в Україні / О. Б. Саліхова // Економіка і прогнозування : науково-аналітичний журнал. – 2011. – № 2. – С. 9–23.

6. Глущенко Л. Д. Теоретико-методичні засади розвитку малих промислових підприємств з технологічними інноваціями / Л. Д. Глущенко. – Вінниця : Вінницька газета, 2015. – 211 с.

### 1.3 Особливості розвитку соціального підприємництва в Україні

В сучасних умовах господарювання соціальне підприємництво є новою формою господарювання, що поступово розвивається на території України, є перспективною формою господарювання в умовах сучасної кризи, оскільки, має за мету, не лише отримання прибутку, але, й вирішення соціальних проблем у суспільстві.

Дослідженнями щодо проблем та перспектив розвитку соціального підприємництва в Україні займалися такі вчені: І. П. Босак, Г. І. Давидовська, О. Б. Кіреєва, О. В. Сотула, Т. В. Шаповалова та інші.

Метою є дослідження особливостей соціального підприємництва в Україні та визначення його проблем та перспектив розвитку.

Політична та економічна нестабільність, недосконалість виробничої і соціальної інфраструктури, правової бази, недостатність інформаційного забезпечення є тими негативними чинниками, які впливають на господарський розвиток країни, регіонів, а також кожного конкретного суб'єкта підприємництва як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі. З цього огляду потрібно формувати та запроваджувати прогресивні методи вдосконалення структури соціальної сфери, а також шукати оптимальні та дієві способи підвищення ефективності функціонування кожного суб'єкта господарювання [1].

Як зазначається [2], одним з найважливіших етапів у боротьбі з убогістю в світі є створення робочих місць, і найбільш конкурентоспроможним і успішним в цьому напрямку є саме соціальне підприємство. Завдання соціальних підприємств – сприяти вирішенню соціальних проблем суспільства та наданню людям засобів до існування. Соціальні підприємства забезпечують робочими місцями сотні тисяч осіб в різних галузях: виробництво продуктів харчування, збут, кредитування, страхування, транспортні перевезення тощо [2].

О. Сотула зазначає [3], що стратегічною перспективою і основною тенденцією сталого і динамічного соціально-економічного прогресу держав стає соціально орієнтований розвиток, одним із головних генераторів якого можуть і повинні стати соціальні інновації. До інноваційних технологій належать неординарні способи вирішення соціальних проблем, які не мали раніше аналогів. У сучасній соціальній державі саме соціальні інновації формують інноваційне середовище, яке сприяє науково-технічним, технологічним та інформаційним нововведенням, забезпечують їх прискорення, підвищують ефективність використання нової техніки і технологій, скорочують інноваційні витрати. Соціальне підприємство є тією соціальною інновацією, яка служить механізмом соціальних перетворень і сталого розвитку в рамках неприбуткової або прибуткової підприємницької діяльності [3].

Погоджуємося з думкою Т. В. Шаповалової, що важливою характеристикою соціального підприємництва є його унікальне поєднання інноваційної, фінансової та соціальної складових. Як зазначається [2], соціальне підприємство – це бізнес-рішення соціальної проблеми. Соціальна проблема, яку намагається вирішити соціальний підприємець, – це відправна точка його бізнесу. Немає соціальної проблеми – немає соціального підприємства. Соціальне підприємство – це

новаторська діяльність, перш за все спрямована на вирішення або пом'якшення соціальних проблем суспільства на умовах самоокупності та стійкості. Соціальне підприємництво – це баланс соціальних цілей і комерційної складової, де гроші – не мета, але засіб досягнення цих соціальних цілей, що дозволяє підприємцю залишатися стійким та незалежним від постійних донорських вливань [2].

На думку авторів [3], соціальне підприємництво – це заснована на самоокупній основі господарська діяльність з виробництва соціально значущого продукту або послуги із застосуванням інноваційних рішень, які перетворюють на користь суспільства саму послугу та/або механізми її економічної реалізації. Кінцева мета такої діяльності – не отримання прибутку, а виробництво продукту або послуги, призначеної для вирішення суспільної проблеми. Соціальне підприємництво має такі компоненти [3]:

1) соціальна проблема, яка впродовж тривалого часу існує в суспільстві через обмежений доступ певної цільової групи до фінансових і політичних ресурсів для її вирішення;

2) розробка та впровадження механізму інноваційного вирішення проблеми, яка порушує стабільний, але несправедливий баланс;

3) створення нового, стійкого балансу, що вивільняє ресурси для згаданої цільової групи і передбачає краще майбутнє не тільки для цих людей, а й для суспільства загалом. Соціальне підприємництво – це діяльність, яка має три орієнтири: соціальний, ринковий та інноваційний [3].

Позитивним моментом розвитку соціального підприємництва в Україні варто відмітити підвищення попиту на культуру споживання. Сьогодні, перш, ніж купувати товар, споживачі детально вивчають не тільки цінову політику товару, а й країну-виробника, якісні характеристики та наявність соціальної складової. А це стає вагомим аргументом щодо поширення соціального підприємництва в Україні. Оскільки соціальних підприємств в Україні не так багато, то соціальні підприємці можуть легко зайняти відповідну нішу і мати своїх безпосередніх клієнтів, вирішуючи при цьому фінансову складову підприємства і налагоджуючи контакт із громадськістю. В останні роки в Україні соціальне підприємництво набуває все більшої популярності серед

громадських організацій, як ефективний механізм вирішення локальних соціальних та економічних проблем територіальних громад [4].

Соціальне підприємство – відносно нове, складне й унікальне соціально-економічне явище. До сьогодні немає одностайності у формуванні дефініції «соціальне підприємство» та виборі оптимальної економічної та правової моделі серед вчених, що унеможливорює уніфіковане його розуміння. Компоненти-ознаки визначення варіюються від соціальної справедливості, соціальної цінності, життєздатних соціально-економічних структур, формування нової рівноваги, використання інновацій, підприємницьких навичок, прогалів на ринку, вирішення соціальних проблем до соціального підприємця як агента соціальних змін [5].

Коаліція соціальних підприємств Великобританії (UK-based Social Enterprise Coalition) дає найпростіше визначення соціального підприємства – комерційний бізнес для соціальних цілей. Коаліція пропонує декілька спільних ознак, які характеризують соціальні підприємства [6]:

1. Бізнес-орієнтація – підприємства безпосередньо залучені у виробництво товарів або надання послуг і мають ринок збуту.

2. Соціальні цілі – підприємства мають чітко виражені соціальні цілі: створення робочих місць, навчання або надання місцевих послуг. Їх етичні цінності включають зобов'язання щодо розбудови навичок в місцевих громадах. Їх прибутки обов'язково реінвестуються для досягнення соціальних цілей.

3. Соціальна власність – це автономні організації зі структурою управління та правом власності, що базується на участі зацікавлених сторін (наприклад, працівників, користувачів, клієнтів, місцевих громадських груп та соціальних інвесторів) або довірених осіб. Вони підзвітні перед зацікавленими особами та широкою громадськістю за їх соціальний, економічний вплив та вплив на зовнішнє середовище. Прибуток розподіляється серед зацікавлених осіб або використовується на благо громади.

В дослідженні Кім Алтер зазначено, що соціальне підприємство – це загальний термін, який використовується для позначення бізнесових підприємств, створених некомерційними організаціями, або заходів для отримання доходів з метою позитивного соціального впливу, які водночас фінансово окупаються [6].

Підсумовуючи зазначене вище, можна зробити висновок, що термін «соціальне підприємство» використовується для опису різних видів діяльності, до яких можна віднести такі [6]:

1. Підприємства, що спрямовують свої прибутки на соціальні потреби окремих вразливих груп населення чи громади в цілому.

2. Підприємницькі заходи громадських організацій, що здійснюються з метою отримання фінансових ресурсів для виконання своєї соціальної місії та забезпечення сталості.

3. Підприємницькі заходи громадських організацій, які реалізуються через партнерство з підприємствами, і здійснюються з метою забезпечення робочих місць та соціальної інтеграції для соціально незахищених верств населення [6].

Погоджуємось з авторами [7–17], що сподіватися на державу у вирішенні якихось проблем за рахунок бюджетних коштів фактично не реально, тому представники вразливих груп населення замислюються над тим, чи не створити їм свій бізнес, де б вони всі були працевлаштованими і самостійно себе забезпечували. А це вже можна назвати соціальним підприємництвом. Хоча слід сказати, що існує два типи соціальних підприємств. До першого типу відносяться соціальні підприємства, які створюються спеціально для працевлаштування людей із вразливих груп населення. А другий тип базується на створенні власного бізнесу з метою отримання прибутку, який буде витратитися на статутні цілі громадських організацій. В Україні здебільшого сповідується і популяризується так звана британська модель. Відповідно до цієї моделі, соціальне підприємництво має чотири чіткі критерії: бізнес; соціальна мета – те, для чого працює цей бізнес; розподіл прибутку, де чітко визначено, скільки відсотків буде йти на соціальну мету або, наприклад, на реінвестування цього бізнесу; демократичне управління [7].

Особливістю вітчизняного соціального бізнесу, на думку Г. Давидовської [7], є те, що соціальним підприємництвом в Україні здебільшого займаються неприбуткові громадські чи благодійні організації, не маючи на те законних підстав. Відсутність законодавчо закріпленого визначення «соціального підприємництва» та належної нормативно-правової бази створює суттєві перепони на шляху до розвитку такої сфери діяльності. Більшість громадських організацій, отримуючи прибуток від своєї діяльності, намагаються покрити власні

витрати на поточну діяльність, але цього абсолютно недостатньо для ефективного функціонування організації. Саме тому існує необхідність у розробці та прийнятті нормативно-правової бази, яка регламентуватиме діяльність соціальних підприємців. [7].

В свою чергу О. Кіреєва зазначає, що соціальні підприємства для свого розвитку потребують сприятливого клімату, який повинні створити уряд і місцева влада. Уряд має чітко усвідомлювати, що соціальне підприємство є інструментом, який сприяє розвитку суспільства. Головним завданням, у контексті цього, стає подолання недостатньої обізнаності щодо його природи. Посадовці мають бути залучені до соціального підприємництва як ресурсу для досягнення державного завдання – подолання бідності в Україні [8].

Аналітиками підкреслюється [8], що сьогодні існує також нагальна потреба в належній законодавчій базі. Головна складність тут полягає в тому, що соціальні підприємства являють собою абсолютно нестандартні інституції. Тобто вони не є приватним сектором, водночас не належать повністю громадському сектору. Також ускладнює процес відсутність в Україні розвинутих механізмів залучення бізнесу і громадськості до вирішення суспільних проблем. Саме визнання соціального підприємництва як потужного інструмента розвитку громад приведе до врахування їх потреб у державній політиці. Актуальність цього питання посилюється в контексті запровадження в Україні адміністративно-територіальних реформ, у результаті яких очікується трансформація ролі громади [8, 18].

Беззаперечно, уряд зацікавлений, щоб кожен бізнес діяв з урахуванням потреб громади. Чинниками такої зацікавленості є, насамперед, належні податкові стимули. Ідея мікрокредитування є такою важливою і для соціальних підприємств. Також можна залучати соціальні підприємства для виконання певних контрактних послуг. Місцева влада повинна опікуватися забезпеченням належних умов для створення соціальних підприємств, як-от забезпеченням приміщенням, фінансовою допомогою тощо. При створенні соціального підприємства необхідно пам'ятати про відповідність його базовим характеристикам. Насамперед необхідна чітка та зрозуміла місія соціального спрямування, яка передбачає вирішення певних суспільних проблем. Підходи до вирішення соціальних проблем повинні мати інноваційний характер. Головне – пам'ятати, що кінцева мета – не прибуток, а досягнення

позитивних соціальних перетворень. Соціальне підприємство має колективну форму власності, яка охоплює учасників соціального підприємства, його працівників, цільову групу, волонтерів та ін. Тобто соціальне підприємництво є поєднанням організацій із соціальними місіями та комерційного підходу до самофінансування їх соціальних заходів. Для досягнення місії підприємці залучають значні ресурси, у той самий час отримують чисті прибутки, адже діють відповідно до законів бізнесу. Зазначають, що соціальне підприємництво виявляється у формі соціальної відповідальності бізнесу, однак між ними існує відмінність. Соціальна відповідальність – це метод ведення бізнесу, а соціальне підприємництво – це саме ядро діяльності й головна місія [8].

Розглянувши різні підходи до визначення соціального підприємництва, досвід його застосування в економіці різних країн, автори виділили такі основні ознаки соціального підприємства, як [9–24]:

- двоєдина спрямованість
- здатність соціального підприємництва отримувати прибуток для подальшого розвитку та досягнення цілей у соціально-економічній сфері, а також можливість залучення до підприємницької діяльності соціально незахищених верств населення;
- фінансова доцільність та обґрунтованість – здатність соціальних підприємств підвищувати ефективність шляхом скорочення потреби у пожертвах і фундаціях та підвищувати якість соціальних програм за рахунок підприємницької діяльності;
- автономність – діяльність організації здійснюється переважно приватним сектором або домогосподарствами, які самостійно приймають рішення щодо економічного розвитку та вирішення певних соціальних проблем;
- інноваційний соціальний вплив – можливість вирішення або пом'якшення наявних соціальних проблем новими інноваційними методами, які в змозі збільшити соціальний ефект;
- масштабність та тиражування – збільшення масштабу діяльності соціального підприємства на національному та міжнародному рівнях і поширення досвіду з метою збільшення соціального впливу;
- соціальна віддача – наявність соціальних проектів, кінцевий результат яких несе в собі довгострокові позитивні соціальні зміни у суспільстві [9].

Підсумовуючи зазначене вище, можна зробити висновок, що соціальне підприємництво є особливою формою господарювання у сфері підприємницької діяльності, яка орієнтована на вирішення суспільних проблем. Соціальне підприємництво в Україні має значний потенціал та характеризується наявністю дієвих засобів для вирішення суспільних проблем.

Основними перешкодами на шляху розвитку соціального підприємництва в Україні є:

1. Відсутність нормативно-правової база у сфері соціального бізнесу.
2. Слабка державна підтримка соціальних підприємств.
3. Низький рівень інформованості серед населення про особливості діяльності підприємств у соціальному бізнесі.
4. Низький рівень рентабельності соціальних підприємств.
5. Недовіра з боку населення до нових форм господарювання в соціальній сфері.

### **Список використаних джерел**

1. Россіхіна О. Є. Основні фактори конкурентоспроможності підприємства / О.Є. Россіхіна // Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». – 2010. – № 2. – С. 184–187.

2. Пілявоз Т. М. Венчурне підприємництво як напрямок мобілізації ресурсів ефективної господарської діяльності та розвитку підприємств / Т. М. Пілявоз, Л. Д. Глущенко // Економічні, фінансово-облікові та правові проблеми діяльності підприємств : монографія / за заг. ред. Л. М. Савчук. – Дніпро : Герда, 2016. – С. 319–328.

3. Інновації в Україні: пропозиції до політичних заходів // Інновації в Україні: Європейський досвід та рекомендації для України : проєкт ЄС «Вдосконалення стратегій, політики та регулювання інновацій в Україні». – К. : Фенікс, 2011. – Т. 3. – 76 с.

4. Босак І. П. Соціальне підприємництво: основні ознаки та особливості розвитку. Наукові записки [Української академії друкарства]. 2017. Вип. 1 (54). С. 99–104.

5. Шаповалова Т. В. Соціальне підприємництво і фандрейзинг: навчальний посібник / Т. В. Шаповалова. – К. : МФСА, 2016. – 186 с.

6. Сотула О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки [Електронний ресурс] / О. В. Сотула // Ефективна



економіка. – 2014. – №4. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1988>.

7. Dees J. G. The meaning of social entrepreneurship [Електронний ресурс] / Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business, 2001. (revised vers.). – Режим доступу: [http://www.caseatduke.org/documents/dees\\_sedef.pdf](http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf).

8. Московская А. А. Социальное предпринимательство как гибрид бизнеса и некоммерческой деятельности и его социальный потенциал в России / А. А. Московская // Модернизация экономики и глобализация : в 3-х книгах / отв. ред. Е. Г. Ясин. – М. : ИД ГУ-ВШЭ, 2009. – С. 364–371.

9. Попович Д. В. Соціальне підприємництво як перспективний інструмент вирішення проблем сучасного суспільства / Д. В. Попович, М.-С. Б. Баранова // Молодий вчений. – 2017.- № 5 (45). С. 701–705.

10. Наумова М. Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства [Електронний ресурс] / М. Наумова. – Режим доступу: [http://www.file:///C:/Users/user/Downloads/Uap\\_2014\\_4\\_7%20\(1\).pdf](http://www.file:///C:/Users/user/Downloads/Uap_2014_4_7%20(1).pdf).

11. Boschee J. Toward a better understanding of social entrepreneurship: some important distinctions [Електронний ресурс] / J. Boschee, J. McClurg ; Institute for Social Entrepreneurs, 2003. – Режим доступу: <http://www.caledonia.org.uk/papers/Social-Entrepreneurship.pdf>

12. Ільченко Н. В. Соціальне підприємство як інструмент економічного та соціального розвитку територіальної громади суспільства / Н. В. Ільченко // Економіка та держава. – 2010. – № 12. С. 127–129.

13. A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges / S. A. Zahra, et. al. // Journal of business venturing. – 2009. – № 24. – P. 519–532. DOI: 10.1016/j.jbusvent.2008.04.007.

14. Laužikas M. The model of social innovations in the emerging market of Lithuania / M. Laužikas, M. E. Cernikovaitė // Intelektinė ekonomika. – 2011. – № 5 (3). – P. 388–400.

15. The UK-based Social Enterprise Coalition. – Available: <http://www.socialenterprise.org.uk>.

16. Alter, Sutia Kim. Case Studies in Social Enterprise: Counterpart International's Experience, Counterpart International. – Washington DC, 2002.

17. Давидовська Г. І. Проблеми соціального підприємництва в Україні / Г. І. Давидовська // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – № 7 (Ч.1). – С. 106–109.

18. Назарук В. Поки соціальні підприємці в Україні не можуть конкурувати за ресурси з бізнесом [Електронний ресурс] / В. Назарук. – Режим доступу: <http://www.gurt.org.ua/interviews/29086/>.

19. Кіреєва О. Б. Соціальне підприємництво як засіб соціального розвитку / О. Б. Кіреєва // Пробл. упр. соц. та гуманіст. розв. : матеріали III регіон. наук.-практ. конф. / за заг. ред. В. Г. Вікторова. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2009. – С. 79–82.

20. Сандакова О. Соціальне підприємництво: що це? / О. Сандакова // Наша громада. – 2010. – № 1. – С. 19–24.

21. Гончарова С. Ю. Соціальне підприємництво: сутність, ознаки та місце у діяльності сучасних домогосподарств / С. Ю. Гончарова, І. В. Буряк, А. Б. Гончаров // Науковий вісник Херсонського державного університету – 2017. – № 27 (Ч.2). С. 125–130.

22. Ben Thornley. The Facts on U. S. Social Enterprise. [Електронний ресурс] – 2012. – Режим доступу: [http://www.huffingtonpost.com/ben-thornley/social-enterprise\\_b\\_2090144.html](http://www.huffingtonpost.com/ben-thornley/social-enterprise_b_2090144.html).

23. Social Enterprise fund. What is a Social Entrepreneur? [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.csef.ca/what\\_is\\_a\\_social\\_entrepreneur.php](http://www.csef.ca/what_is_a_social_entrepreneur.php).

24. Social Enterprise: A New Model for Poverty Reduction and Employment Generation [Електронний ресурс] / EMES: International research network. – Режим доступу: [https://emes.net/content/uploads/publications/ECSP-R11-19\\_Blundel\\_et\\_al.pdf](https://emes.net/content/uploads/publications/ECSP-R11-19_Blundel_et_al.pdf).

## 2 ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

### 2.1 Кількісні показники розвитку підприємництва в Україні за 2013–2017 роки

Одним із показників, за допомогою якого можна характеризувати стан та розвиток підприємницької діяльності в Україні, є кількість суб'єктів господарювання, які офіційно займаються підприємницькою діяльністю. Проаналізуємо кількість і структуру суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності, які займаються підприємницькою діяльністю і працюють у формі підприємства, виокремивши такі галузі, як промисловість та оптову і роздрібну торгівлю, тобто галузі, в яких створюється реальна додана вартість (це промисловість) та здійснюється її перерозподіл (це торгівля) [1]. Результати досліджень зведено в табл. 2.1 та показано на рис. 2.1.

Таблиця 2.1 – Кількість та структура суб'єктів господарювання, підприємств в Україні, за видами економічної діяльності

Р о к и	Суб'єкти господарювання, що займаються підприємницькою діяльністю (підприємства)	Кількість, шт.	у %
2013	Всього	393327	100
	у т.ч. у промисловості	49130	12,5
	у торгівлі	110414	28,1
2014	Всього	341001	100
	у т.ч. у промисловості	42187	12,4
	у торгівлі	93972	27,6
2015	Всього	343440	100
	у т.ч. у промисловості	42564	12,4
	у торгівлі	93643	27,3
2016	Всього	306369	100
	у т.ч. у промисловості	38555	12,6
	у торгівлі	82192	26,8
2017	Всього	338254	100
	у т.ч. у промисловості	42333	12,5
	у торгівлі	90140	26,6

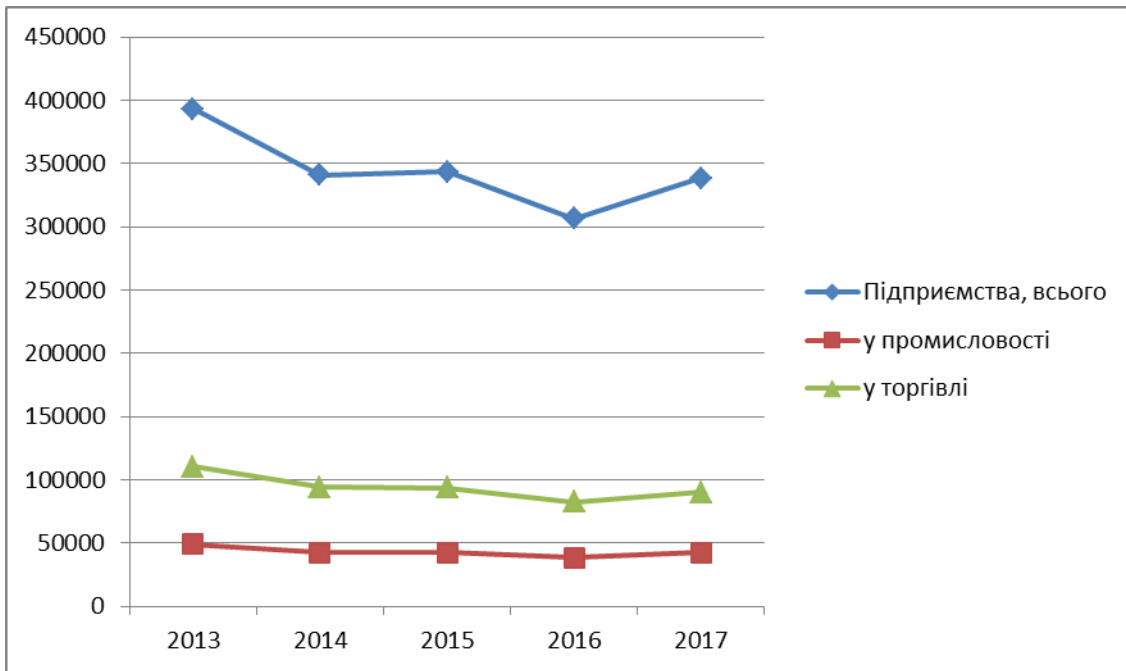


Рисунок 2.1 – Кількість підприємств (загальна, в промисловості та в торгівлі), що займаються в Україні підприємницькою діяльністю

Аналіз даних табл. 2.1 та графіків, наведених на рис. 2.1, показує, що негативним можна вважати той факт, що у 2016 році порівняно з 2013 роком кількість підприємств в Україні, що займаються підприємницькою діяльністю, скоротилася з 393327 шт. до 306369 шт., або на 22 %, Це свідчить, що займатися в Україні цивілізованим бізнесом у цей період часу і сплачувати всі податки стало важче. Разом з тим, у 2017 році порівняно з 2016 роком спостерігається незначне збільшення кількості таких суб'єктів: з 306369 шт. до 338254 шт. або на 10 %. Це опосередковано свідчить про покращення економічної ситуації в країні, оскільки більша кількість підприємств – суб'єктів господарювання почала займатися підприємницькою діяльністю.

Далі проаналізуємо, яку частку підприємств – суб'єктів господарювання, що займаються підприємницькою діяльністю, складають підприємства, що працюють у промисловості та в оптовій і роздрібній торгівлі. Аналіз даних, наведених в табл. 2.1 і рис. 2.1, показує, що серед всіх підприємств, що займаються підприємницькою діяльністю, частка промислових підприємств протягом 2013–2017 років знаходиться на рівні 12,4 %–12,6 %, тобто практично не змінюється. Що ж стосується частки підприємств оптової та роздрібною торгівлі, що займаються підприємницькою діяльністю, то ця частка протягом

2013–2017 років також практично не змінюється, знаходиться на рівні 26,6 %–28,1 % і перевищує частку промислових підприємств більше ніж у два рази. Тобто переважна більшість підприємств – суб'єктів господарювання, що займаються підприємницькою діяльністю, працює в оптовій та роздрібній торгівлі (26,6 %–28,1 % всіх суб'єктів), де здійснюється переважно перерозподіл створеної доданої вартості, в той час, як у промисловості, де безпосередньо створюється нова додана вартість, частка таких суб'єктів складає всього 12,4 %–12,6 %.

Далі проаналізуємо динаміку зміни кількості підприємств промисловості та підприємств оптової і роздрібною торгівлі, які займаються підприємницькою діяльністю (див. табл. 2.1 та рис. 2.1.)

Аналіз графіків, наведених на рис. 2.1, показує, що кількість промислових підприємств та підприємств оптової і роздрібною торгівлі, що займаються підприємницькою діяльністю, протягом 2013–2016 років постійно зменшувалася. Зокрема, кількість промислових підприємств зменшилася з 49130 у 2013 році до 38555 у 2016 році, тобто зменшилася на 21,5 %. Кількість підприємств оптової та роздрібною торгівлі у цей період часу скоротилася з 110414 у 2013 році до 82192 у 2016 році, або на 25,5 %. Наведені вище показники, на наш погляд, свідчать про виникнення значних проблем в організації підприємницької діяльності в Україні в даний проміжок часу. Разом з тим, вже у 2017 році ситуація значно покращилася: кількість підприємств промисловості зросла до 42333, або 9,8 %, а кількість підприємств оптової та роздрібною торгівлі зросла до 90140, або на 9,7 %. Це також свідчить про покращення економічної ситуації в країні.

Далі детальніше проаналізуємо динаміку зміни структури підприємств промисловості та оптової і роздрібною торгівлі, беручи за основу такий показник, як належність цих підприємств до великих, середніх або малих. Інформацію щодо динаміки зміни структури промислових підприємств, підприємств оптової та роздрібною торгівлі за їх розмірами наведено в табл. 2.2 [1] та показано на рис. 2.2 (для промислових підприємств) та на рис. 2.3 (для підприємств оптової та роздрібною торгівлі).

Аналіз графіків, наведених на рис. 2.2, показує, що протягом 2013–2016 років кількість великих, середніх і малих промислових підприємств в Україні постійно зменшувалася. Так, кількість великих промислових підприємств за 2013–2016 р. зменшилася з 383 у 2013 р.

до 208 у 2016 році, або на 175 чи на 45,7 %. На наш погляд, цей факт не можна вважати позитивним, оскільки таке суттєве зменшення кількості великих підприємств, які в усьому світі є основними фінансис- тами науково-технічного прогресу, може свідчити про часткову деін- дустриалізацію вітчизняної економіки.

Таблиця 2.2 – Структура підприємств в Україні за їх розмірами

	2013	2014	2015	2016	2017
Промислові підприємства, всього	49130	42187	42564	38555	42333
- великі	383	289	233	208	210
- середні	5569	4791	4691	4652	4707
- малі	43179	37107	37640	33695	37416
Підприємства оптової та роздрібно́ї торгівлі	110414	93972	93643	82192	90140
- великі	164	126	106	116	130
- середні	3675	3004	2714	2644	2849
- малі	106575	90842	90823	79432	87161

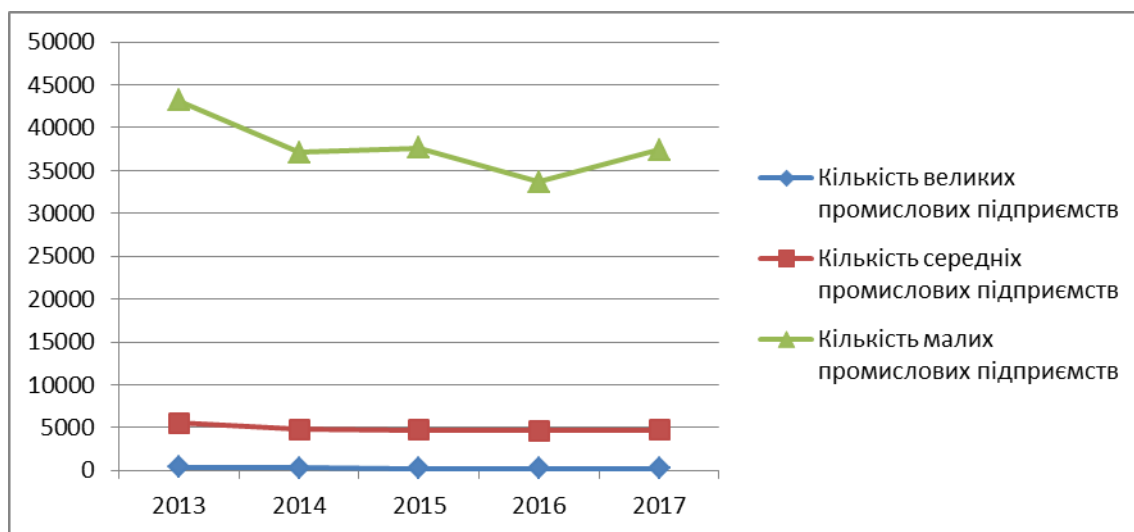


Рисунок 2.2 – Динаміка зміни структури промислових підприємств, що працюють в Україні

Суттєво також скоротилася в Україні кількість середніх і малих промислових підприємств. Так, кількість середніх за розмірами промислових підприємств скоротилася з 5569 у 2013 році до 4652 у 2016 році, або на 917 чи на 16,5 %, а кількість малих за розмірами промислових підприємств скоротилася з 43179 у 2013 році до 33695 у

2016 році, або на 9484, чи на 21,9 %. Така тенденція, на наш погляд, віддзеркалює складні економічні процеси, що спостерігаються в українській економіці протягом 2013–2016 років.

У 2017 році порівняно з 2016 роком ситуація дещо покращилася. До великих промислових підприємств додалися ще два, кількість середніх промислових підприємств зросла з 4652 до 4704, а кількість малих промислових підприємств зросла найбільше – з 33695 до 37414, або на 3719 чи на 11 %.

Далі проаналізуємо динаміку зміни структури підприємств оптової та роздрібної торгівлі, результати якої наведено на рис. 2.3.

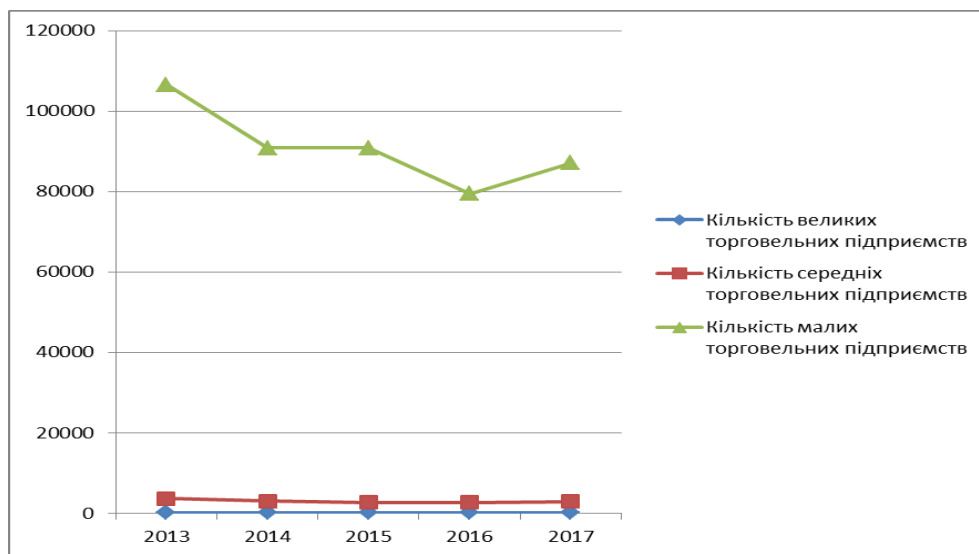


Рисунок 2.3 – Динаміка зміни структури підприємств оптової та роздрібної торгівлі, що працюють в Україні

Аналіз графіків, наведених на рис. 2.3, показує, що протягом 2013–2016 років кількість великих, середніх і малих підприємств оптової та роздрібної торгівлі в Україні також постійно зменшується. Так, кількість великих підприємств оптової та роздрібної торгівлі за 2013–2016 рр. зменшилася з 164 у 2013 році до 116 у 2016 році, тобто зменшилася на 48 чи на 29,3 %.

Окрім того слід зазначити, що кількість великих торговельних підприємств в Україні є незначною: їх частка у загальній кількості підприємств оптової та роздрібної торгівлі складала у 2016 році всього 0,014 %.

Також скоротилася в Україні кількість середніх і малих підприємств оптової та роздрібної торгівлі. Так, кількість середніх за розмірами підприємств оптової та роздрібної торгівлі скоротилася з 3675

підприємств у 2013 році до 2644 у 2016 році, або на 1031 підприємство чи на 28 %, а кількість малих за розмірами оптових і роздрібних підприємств торгівлі скоротилася з 106575 у 2013 році до 7943 у 2016 році, або на 27143 підприємства чи на 25,5 %. Така тенденція, на наш погляд, віддзеркалює складні економічні процеси, що спостерігаються в українській економіці протягом 2013–2016 років.

У 2017 році порівняно з 2016 роком ситуація дещо покращилася. Кількість великих підприємств оптової та роздрібною торгівлі зросла на 14, кількість середніх підприємств оптової та роздрібною торгівлі зросла з 2644 до 2849, або на 205, чи на 7,8 %, а кількість малих підприємств оптової та роздрібною торгівлі зросла найбільше: з 79432 до 87161, або на 7729 чи на 9,7 %.

Далі проведемо порівняльний аналіз динаміки зміни структури кількості промислових підприємств (за розмірами) з кількістю підприємств оптової та роздрібною торгівлі (за розмірами). Результати проведеного аналізу наведено на рис. 2.4–2.6.

Аналіз графіків, наведених на рис. 2.4, показує, що протягом аналізованого періоду кількість великих промислових підприємств практично в два рази перевищує кількість великих торговельних підприємств, причому тенденції в зміні кількості таких підприємств є тотожними. Особливо помітним є скорочення кількості великих промислових і торговельних підприємств у період з 2013 по 2015 роки, що пояснюється нестабільним станом економіки України.

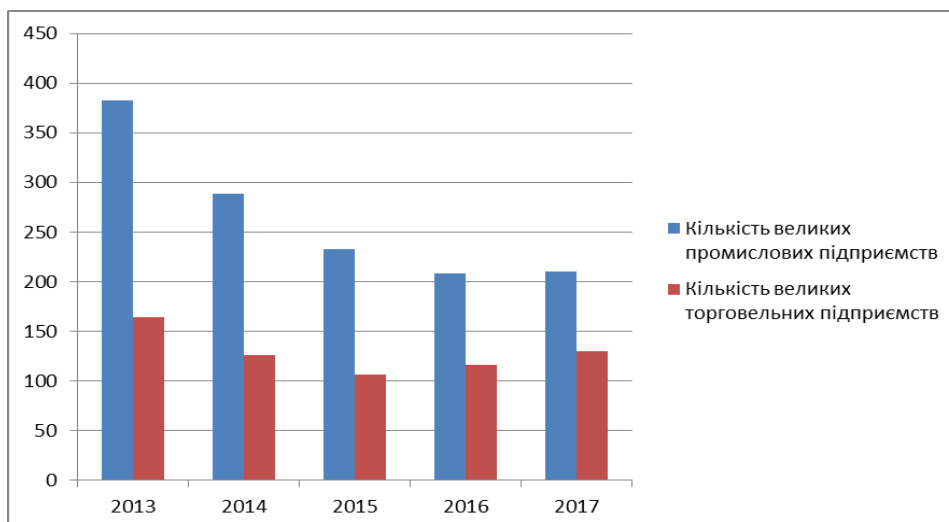


Рисунок 2.4 – Порівняльна динаміка зміни структури великих промислових і торговельних підприємств в Україні за 2013–2017 рр.



Аналогічні тенденції характерні і для середніх промислових і торговельних підприємств (див. рис. 2.5).

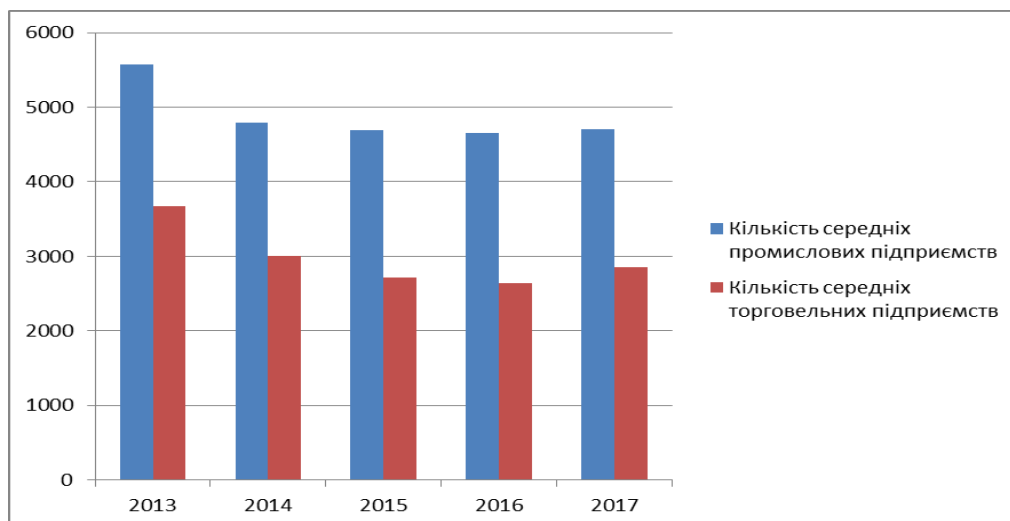


Рисунок 2.5 – Порівняльна динаміка зміни структури середніх промислових і торговельних підприємств в Україні за 2013–2017 рр.

Тут також кількість середніх промислових підприємств практично в два рази перевищує кількість середніх торговельних підприємств і тенденції в зміні кількості таких підприємств є тотожними з великими підприємствами.

Що ж стосується малих промислових і торговельних підприємств (див. рис. 2.6), то тут навпаки, кількість малих торговельних підприємств більше ніж у два рази перевищує кількість малих промислових підприємств, хоча тенденції в зміні кількості таких підприємств є тотожними з великими та середніми підприємствами.

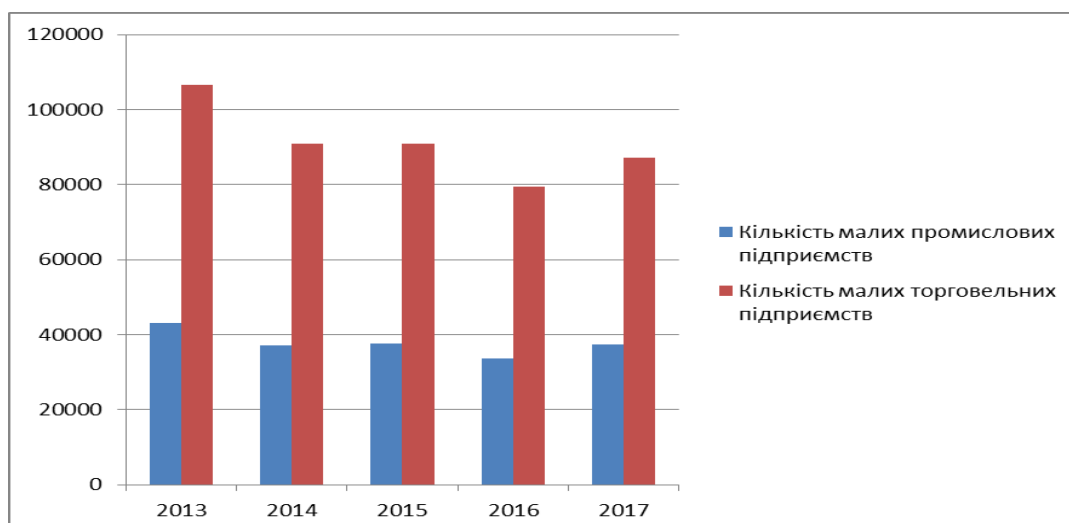


Рисунок 2.6 – Порівняльна динаміка зміни структури малих промислових і торговельних підприємств в Україні за 2013–2017 рр.

Аналізуючи діаграми, які наведено на рис. 2.6, можна зробити висновки, що як для кількості малих промислових підприємства, так і для кількості малих торговельних підприємств характерні загальні тенденції: протягом 2013–2017 років їх кількість постійно зменшувалася, хоча в 2017 році спостерігається незначне збільшення кількості цих підприємств, що може свідчити про покращення економічної ситуації в Україні та певну активізацію підприємницької діяльності.

## **2.2 Фінансові результати діяльності промислових та торговельних підприємств України за 2013–2017 роки**

Аналіз фінансових результатів діяльності підприємств України повинен дати відповідь на питання: працюють вітчизняні підприємства прибутково чи збитково, і якими є причини виявлених тенденцій. Такий аналіз проведемо для двох основних груп підприємств: промислових підприємств та торговельних підприємств (включаючи ремонт автотранспортних засобів та мотоциклів) з виокремленням підприємств великого, середнього та малого підприємництва.

Спочатку розглянемо фінансові результати діяльності промислових підприємств (табл. 2.3 [2] та рис. 2.7).

Таблиця 2.3 – Фінансові результати діяльності промислових підприємств до оподаткування (млн. грн)

Рік	Підприємства	Отримали прибутки		Отримали збитки		Фінансовий результат до оподаткування	
		у %	Величина	у %	Величина		
2013	Всі промислові підприємства	63,3	81 336,9	36,7	67 638,6	+13 698,3	
	у т.ч.	великі	65,1	59 506,0	34,9	41 224,8	+18 281,2
		середні	60,8	17 779,8	39,2	18 932,7	–1 152,9
		малі	63,6	4 051,1	36,4	7 481,1	–3 430,0
2014	Всі промислові підприємства	63,3	76 253,3	36,7	242 667,3	–166 414	
	у т.ч.	великі	49	48 639,9	51	134 948,2	–86 308,3
		середні	58	23 050,0	42	91 147,7	–68 097,7
		малі	64,1	4 563,4	35,9	16 571,4	–12 008,0
2015	Всі промислові підприємства	72,9	90 315,9	27,1	271 676,8	–181 360,9	
	у т.ч.	великі	47,2	46 833,3	52,8	170 194,2	–123 360,9
		середні	67,0	35 397,1	33,0	86 947,7	–51 550,6
		малі	73,8	8 085,5	26,2	14 534,9	–6 449,4

Рік	Підприємства	Отримали прибутки		Отримали збитки		Фінансовий результат до оподаткування	
		у %	Величина	у %	Величина		
2016	Всі промислові підприємства	72,8	141 475,3	27,2	149 044,9	-7 569,6	
	у т.ч.	великі	58,2	80 789,3	41,8	79 374,4	+1 414,9
		середні	71,0	50 662,9	29,0	60 855,8	-10 192,9
	малі	73,2	10 023,1	26,8	8 814,7	+1 208,4	
2017	Всі промислові підприємства	71,6	227 886,2	28,4	142 456,7	+85 429,5	
	у т.ч.	великі	72,2	152 481,2	27,8	65 346,9	+87 134,3
		середні	73,3	64 020,5	26,7	60 352,6	+3 667,9
	малі	71,4	11 384,5	25,6	16 757,2	-5 372,7	

Аналіз діаграм, наведених на рис. 2.7, показує, що протягом 2013–2017 років більш-менш стабільними можна вважати фінансові результати діяльності малих промислових підприємств, які практично протягом усіх років аналізованого періоду (окрім 2016 року) були від’ємними. І тільки у 2016 році фінансові результати діяльності малих промислових підприємств були додатними і становили 1,2 млрд грн. Окрім того потрібно відмітити, що вплив малих промислових підприємств на загальні фінансові результати діяльності підприємств промисловості є надто малим, і спростовує поширену серед деяких фахівців думку, що розвиток саме малого промислового підприємництва є тим основним стрижнем, за допомогою яких повинна розвиватися вітчизняна економіка. Навпаки, вирішальну роль тут повинні відігравати великі та середні промислові підприємства.

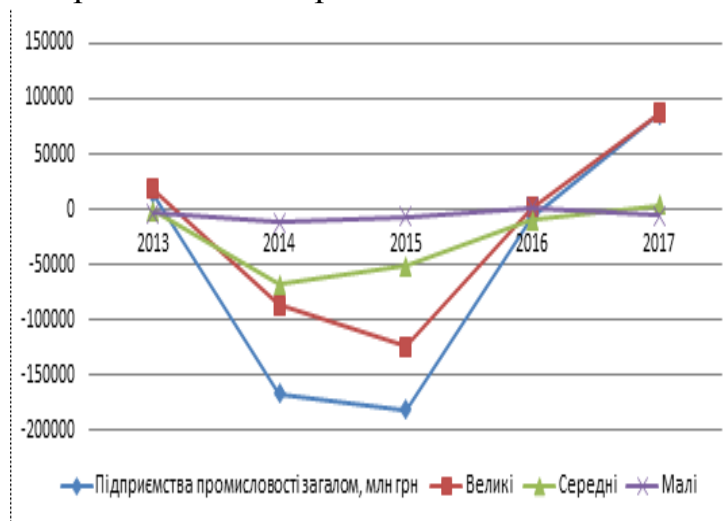


Рисунок 2.7 – Фінансові результати діяльності промислових підприємств (всіх, великих, середніх і малих) до оподаткування (млн грн)

Так, якщо у 2013 році всі промислові підприємства України отримали від своєї діяльності додатний фінансовий результат (тобто прибуток), який до речі був не дуже великим і становив 13,698 млрд грн, то великі промислові підприємства отримали прибуток у розмірі 18,281 млрд грн, а всі середні та малі промислові підприємства отримали фінансові збитки від своєї діяльності.

Абсолютний «фінансовий провал» у діяльності всіх промислових підприємств відбувся у 2014–2015 роках, коли їх підприємницька діяльність принесла величезні збитки. Так, у 2014 році збитки від діяльності всіх промислових підприємств становили 166,414 млрд грн, а в 2015 році – 181,360 млрд грн (!). Для великих промислових підприємств фінансові збитки становили відповідно 86,308 млрд грн та 123,36 млрд грн; для середніх – 68,097 млрд грн та 51,55 млрд грн, для малих – 12,0 млрд грн та 6,449 млрд грн. І тільки з 2016 року почали відбуватися позитивні зрушення у цьому питанні, коли діяльність всіх промислових підприємств принесла їм фінансові збитки всього-то у 7,569 млрд грн (тобто у 24 рази менші, ніж у попередньому 2015 році), в той час, як великі промислові підприємства вже отримали прибутки величиною у 1,41 млрд грн, середні – працювали зі збитком у 10,19 млрд грн, а малі – отримали невеликі прибутки величиною 1,20 млрд грн.

Але вже у 2017 році ці позитивні тенденції набули стрімкого розвитку. У цьому році всі промислові підприємства отримали прибуток величиною у 85,429 млрд грн, великі – величиною у 87,134 млрд грн, середні – величиною у 3,667 млрд грн, і тільки малі промислові підприємства отримали від своєї діяльності фінансові збитки величиною у 5,372 млрд грн. Така тенденція свідчить про те, що в діяльності промислових підприємств намітилися певні позитивні зрушення: вони пристосувалися до тих змін, які відбулися в політико-економічній системі України, що, у свою чергу, повинно сприяти подальшому розвитку вітчизняної економіки загалом.

Що ж стосується від'ємних фінансових результатів діяльності малих промислових підприємств, то, на нашу думку, вони значною мірою спричинені недоліками у податковій політиці, яка, на думку багатьох дослідників [3, 4], є недосконалою та неефективною і тому стримує розвиток малого підприємництва. Тому удосконалення системи оподаткування саме малих промислових підприємств повинно стати

першочерговою і невідкладною задачею економічної науки на шляху подальшого реформування вітчизняної економіки.

Далі проаналізуємо структуру промислових підприємств за їх розмірами (великі, середні, малі), які протягом аналізованого періоду отримали додатні фінансові результати від своєї діяльності, тобто працювали з прибутком, а також проаналізуємо структуру промислових підприємств, які працювали зі збитками. Інформацію з цього питання було подано в табл. 2.3, на основі якої були побудовані відповідні графіки, наведені на рис. 2.8.

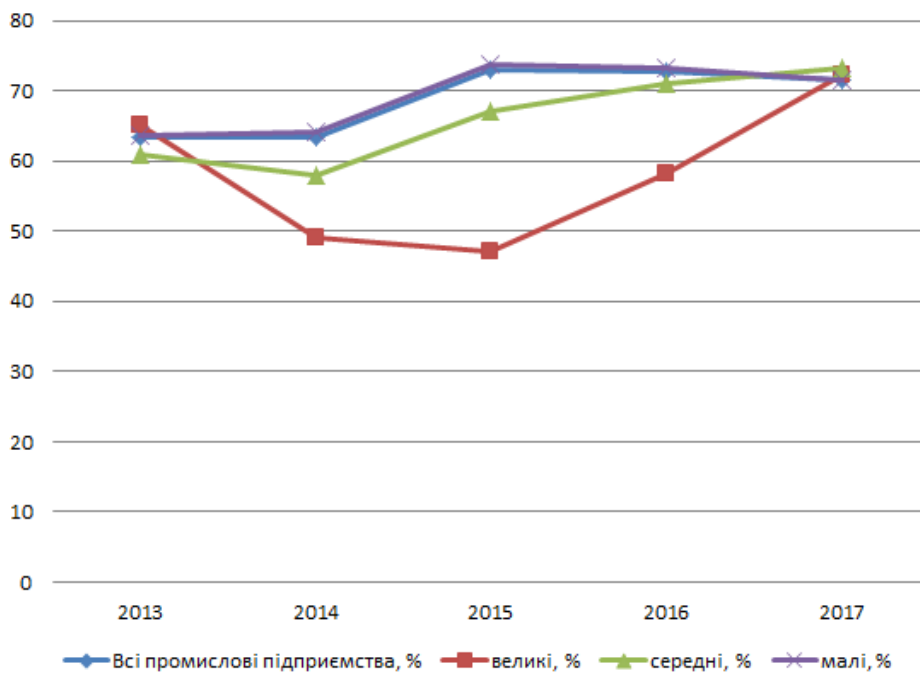


Рисунок 2.8 – Частка (в %) промислових підприємств (всіх, великих, середніх і малих), які працювали з прибутком

Аналіз діаграм, наведених на рис. 2.8, показує, що протягом 2013–2017 років приблизно 62–73 % всіх промислових підприємств України працювали з прибутком. Цікавим є факт, що частка малих промислових підприємств, які працюють з прибутком, практично повністю збігається з часткою всіх промислових підприємств, які працюють з прибутком. Пояснення цього факту є дуже простим і полягає у тому, що кількість промислових підприємств малого підприємництва більше ніж у 100 разів перевищує кількість великих підприємств та приблизно у 10 разів перевищує кількість середніх підприємств.

Якщо ж проаналізувати частку великих і середніх промислових підприємств, що працювали з прибутком, то картина виглядає таким чином: частка прибуткових великих промислових підприємств коливається в межах 47–72 % від загальної кількості промислових підприємств, а частка прибуткових середніх промислових підприємств – в межах 58–73 %. Ці показники не можна вважати задовільними, оскільки наявність в економіці України кожного третього (а в деякі періоди часу і кожного другого) збиткового великого та середнього промислового підприємства суттєво погіршують фінансовий стан країни загалом.

Особливо несприятлива ситуація з прибутковістю великих і середніх промислових підприємств склалася в 2014–2015 роках, коли частка великих промислових підприємств, що працювали з прибутком, скоротилася до рівня 47–49 %, а частка середніх промислових підприємств, які працювало прибутково, скоротилася до рівня 58–67 %, що пояснюється нестабільною економічною ситуацією, яка виникла в Україні у зв'язку з відомими подіями кінця 2013 – початку 2014 року.

І тільки у 2017 році ситуація з прибутковістю великих і середніх промислових підприємств повернулася до показників 2013 року, склавши для великих промислових підприємств рівень 72,2 % а для середніх – 73,3 %, що також не можна вважати позитивною стороною діяльності цих підприємств.

Висновок напрашується такий: або промислові підприємства (як великі, так і середні) цілеспрямовано і свідомо приховують свої доходи, використовуючи різні схеми ухиляння від сплати податків, або покривають свої витрати за рахунок державного (місцевого) бюджетів замість того, щоб навпаки наповнювати ці бюджети коштами, що є основною ознакою і головною задачею цивілізованого бізнесу.

Далі, для порівняння, проведено аналіз фінансових результатів діяльності за 2013–2017 роки підприємств оптової та роздрібної торгівлі (торговельних підприємств) і зіставимо їх з фінансовими результатами діяльності промислових підприємств. Інформацію щодо фінансових результатів діяльності торговельних підприємств наведено в табл. 2.4 [2] та показано на рис. 2.9.

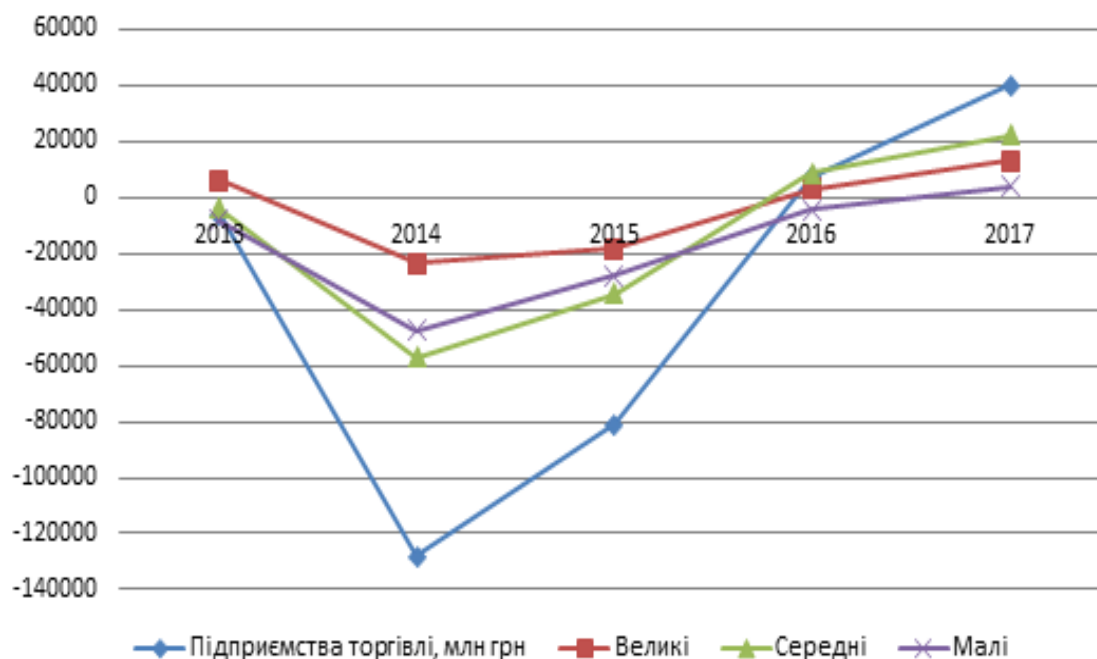


Рисунок 2.9 – Фінансові результати діяльності торговельних підприємств (всіх, великих, середніх і малих), млн грн

Аналіз діаграм, наведених на рис. 2.9, показує, що протягом 2013–2015 років всі торговельні підприємства України працювали зі збитком, а у 2016 та 2017 роках – з прибутком. Так, у 2013 році всі торговельні підприємства України отримали від своєї діяльності від’ємний фінансовий результат (тобто збиток) у 6,0465 млрд грн, в той час, як великі торговельні підприємства отримали прибуток величиною у 6,0798 млрд грн, середні підприємства – отримали збиток величиною у 3,7936 млрд грн, а малі підприємства – збиток у 8,3337 млрд грн.

Найгірше спрацювали торговельні підприємства у 2014–2015 роках, коли їх підприємницька діяльність принесла нашій країні величезні збитки. Так, у 2014 році фінансові збитки від діяльності торговельних підприємств становили 128,1348 млрд грн, а в 2015 році – збитки у 80,5643 млрд грн. Для великих торговельних підприємств ці збитки становили, відповідно, 23,587 млрд грн та 18,3695 млрд грн; для середніх торговельних підприємств, збитки становили, відповідно, 56,8582 млрд грн та 34,4109 млрд грн, для малих – збитки становили, відповідно, 47,6895 млрд грн та 27,7839 млрд грн.

Таблиця 2.4 – Фінансові результати діяльності торговельних підприємств (включаючи ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів, млн грн)

Рік	Підприємства		Отримали прибутки		Отримали збитки		Фінансовий результат до оподаткування
			у %	Величина	у %	Величина	
2013	Всі підприємства торгівлі		67,2	36 528,5	32,8	42 576	-6 047,5
	у т.ч.	великі	74,1	9 232,9	25,9	3 153,1	+6 079,8
		середні	69,6	16 954,2	30,4	20 747,8	-3 793,6
		малі	67,1	10 341,4	32,9	18 675,1	-8 333,7
2014	Всі підприємства торгівлі		66,7	34 360,9	33,3	162 495,7	-128 134,8
	у т.ч.	великі	50,8	7 897,9	49,2	31 485	-23 587,1
		середні	60,3	15 834,7	39,7	72 692,9	-56 858,2
		малі	66,9	10 628,3	33,1	58 317,8	-47 689,5
2015	Всі підприємства торгівлі		76,1	56 898,4	23,9	137 462,1	-80 564,3
	у т.ч.	великі	59,2	12 846,1	40,8	31 215,6	-18 369,5
		середні	71,5	23 859,5	28,5	58 270,4	-34 410,9
		малі	76,2	20 192,8	23,8	47 976,7	-27 783,9
2016	Всі підприємства торгівлі		75,8	74 418,1	24,2	67 141,1	+7 277,0
	у т.ч.	великі	69,0	15 389,3	31,0	12 487,2	+2 902,1
		середні	80,0	33 344,7	20,0	24 648,6	+8 696,1
		малі	75,6	25 684,1	24,4	30 005,3	-4 321,2
2017	Всі підприємства торгівлі		75,1	90 270,3	24,9	51 093,9	+39 176,4
	у т.ч.	великі	73,6	21 911,5	26,4	9 080,9	+12 830,6
		середні	79,5	39 061,1	20,5	16 568,0	+22 493,1
		малі	75,0	29 297,7	25,0	25 445,0	+3 852,7

І тільки у 2016 році відбулися незначні позитивні зрушення у цьому питанні, коли діяльність всіх торговельних підприємств почала приносити державі невеликий прибуток у розмірі 7,277 млрд грн, в той час, як великі торговельні підприємства отримали прибутки величиною у 2,9021 млрд грн, середні підприємства отримали прибутки величиною у 8,6961 млрд грн, і тільки малі торговельні підприємства отримали збитки величиною 4,3212 млрд грн.



У 2017 році ці позитивні тенденції набули подальшого розвитку. У цьому році всі торговельні підприємства отримали прибуток величиною у 39,1764 млрд грн, великі – величиною у 12,8306 млрд грн, середні – величиною у 22,4931 млрд грн, малі – 3,8527 млрд грн. Ця тенденція свідчить про те, що в політико-економічній системі України відбуваються позитивні зрушення, що, у свою чергу, повинно сприяти подальшому розвитку вітчизняної економіки загалом.

Певний інтерес викликає порівняння фінансових результатів діяльності промислових і торговельних підприємств (рис. 2.10).



Рисунок 2.10 – Порівняльний аналіз фінансових результатів діяльності промислових і торговельних підприємств, млн грн

Аналіз графіків, наведених на рис. 2.10, показує, що протягом 2013–2017 років фінансові результати діяльності торговельних підприємств (включаючи ремонт автотранспорту та мотоциклів) є дещо кращими за фінансові результати діяльності промислових підприємств, хоча і їх також не можна вважати прийнятними і такими, що свідчать про успішність організації підприємницької діяльності у сфері торгівлі. Окрім цього, динаміка зміни фінансових результатів діяльності для всіх підприємств промисловості та всіх підприємств торгівлі практично є ідентичною.

Аналізуючи графіки, наведені на рис. 2.10, можна виявити цікаву закономірність: у 2013 та 2017 роках (а ці роки можна вважати періодами відносної стабілізації в економіці) фінансові результати діяльності всіх промислових підприємств були кращими, ніж фінансові результати діяльності всіх торговельних підприємств, а в 2014, 2015 та

2016 роках (а ці роки можна вважати періодами значної економічної нестабільності) фінансові результати діяльності всіх торговельних підприємств були кращими (хоча і мали від’ємне значення), ніж фінансові результати діяльності всіх промислових підприємств.

На підставі проведеного аналізу знову постає питання: як працює і «виживає» переважна більшість підприємств оптової і роздрібною торгівлі, якщо вони працюють зі збитками, загальна величина яких, наприклад, у 2014 році, як було наведено вище, становила величину у 128,1348 млрд грн, а у 2015 році – 80,5643 млрд грн.

Далі проаналізуємо, яка частка великих, середніх та малих торговельних підприємств працює з прибутком, а яка – зі збитком. Інформацію з цього приводу наведено в табл. 2.4 та показано на рис. 2.11.

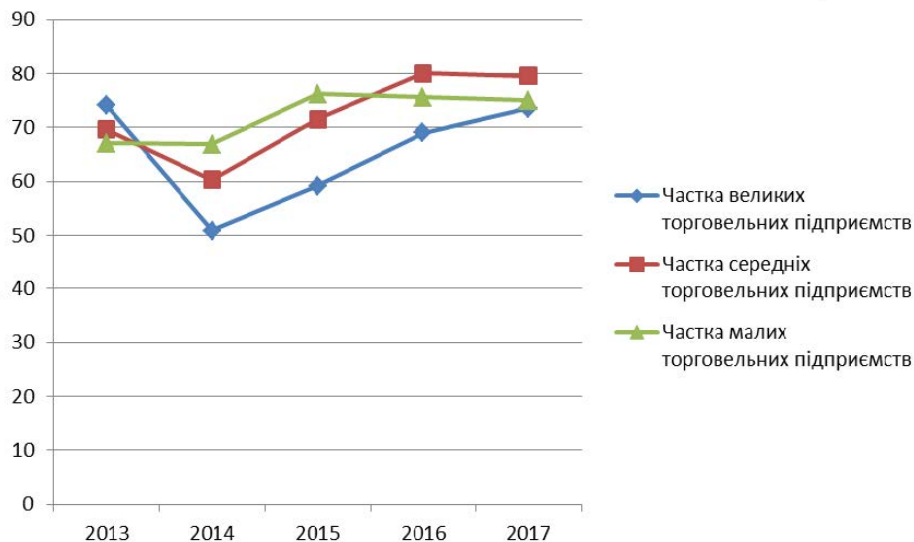


Рисунок 2.11 – Частка (у %) торговельних підприємств (великих, середніх і малих), які працюють з прибутком

Аналіз даних табл. 2.4 та діаграм, наведених на рис. 2.11 показує, що протягом 2013–2016 років 66–75 % всіх торговельних підприємств України працювати з прибутком. Цей показник є дещо вищим, ніж для аналогічний показник для промислових підприємств (62–67 %). Разом з тим, не можна не звернути уваги та те, що частка великих торговельних підприємств, що працювали з прибутком, є значно нижчою (окрім 2013 року), ніж в середньому по торговельних підприємствах і становить всього 50–69 %. Викликає сумнів, що кожна друга величезна торговельна мережа працює собі у збиток.

Частка середніх і малих торговельних підприємств, що працювали з прибутком, є дещо вищою, ніж в аналогічних за розмірами підприємствах промисловості, і становить приблизно 68–80 %, що є, на наш погляд, також обґрунтованим, оскільки засновники цих підприємств практично завжди є їх керівниками і особисто зацікавлені у розвитку створених ними суб'єктів підприємництва.

Винятком для торговельних підприємств є тільки 2014 рік, коли частка торговельних підприємств (великих, середніх і малих), які отримували прибуток до оподаткування, суттєво зменшилася (до рівня 51–67 %), що пояснюється нестабільною економічною ситуацією, яка виникла в Україні у зв'язку з відомими подіями 2013–2014 років.

Позитивним можна вважати той факт, що частка великих торговельних підприємств, які у 2017 році почали працювати з прибутком, суттєво збільшилася до рівня 73,6 % порівняно з 69 % у 2016 році.

І на завершення, зробимо порівняльний аналіз частки промислових та торговельних підприємств (великих, середніх і малих), які протягом 2013–2017 років працювали з прибутком. Результати проведеного аналізу наведено на рис. 2.12–2.14.

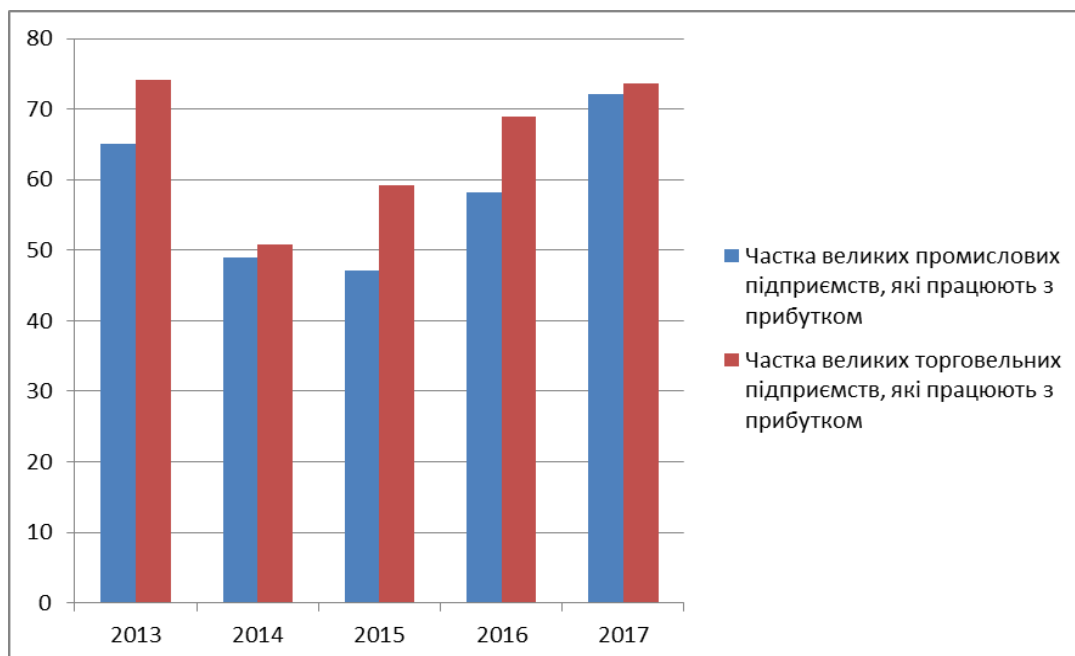


Рисунок 2.12 – Частка (у %) великих промислових і торговельних підприємств, які працюють з прибутком

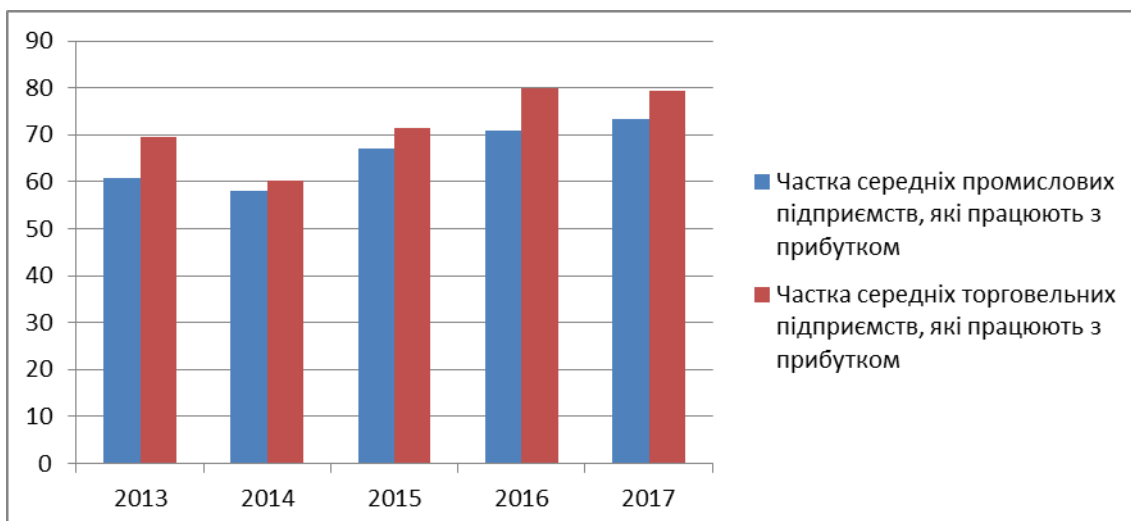


Рисунок 2.13 – Частка (у %) середніх промислових і торговельних підприємств, які працюють з прибутком

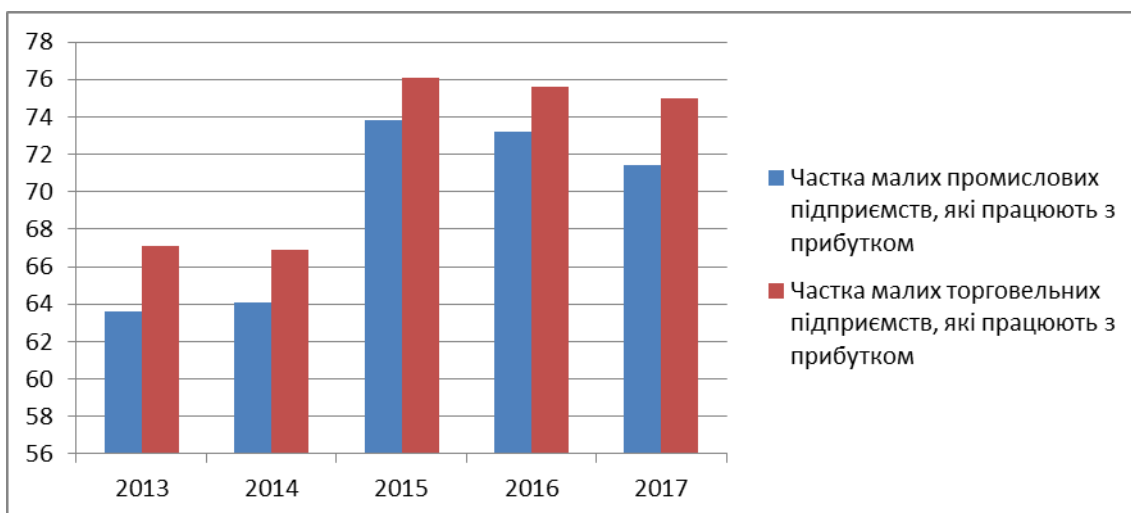


Рисунок 2.14 – Частка (у %) малих промислових і торговельних підприємств, які працюють з прибутком

Аналіз графіків, наведених на рис. 2.12–2.14, показує, що частка великих, середніх і малих торговельних підприємств, які працюють з прибутком, є дещо вищою (приблизно на 5 %–10 %), ніж частка великих, середніх і малих промислових підприємств, які отримують від своєї діяльності додатний фінансовий результат. Такий висновок є зрозумілим, оскільки період обертання торговельного капіталу є значно коротшим за період обертання промислового капіталу.

Разом з тим, певне занепокоєння викликає той факт, що якщо частка великих та середніх промислових та торговельних підприємств, які працювали з прибутком, протягом 2015–2017 років постійно зрос-

тала, то частка малих промислових та торговельних підприємств, які працювали протягом аналогічного періоду часу, навпаки постійно падала: для промислових підприємств – з 73,8 % (2015 р.) до 73,2 % (2016 р.) і до 71,4 % (2017 р.), а для торговельних підприємств – з 76,1 % (2015 р.) до 75,6 % (2016 р.) і до 75,0 % (2017 р.) (див. табл. 2.2 та 2.3).

Тому одним із першочергових завдань подальших трансформаційних перетворень в Україні повинно стати стимулювання розвитку малих форм підприємництва як у промисловості та торгівлі, так і в усіх інших сферах економічної діяльності: будівництві, сільському господарстві, наданні послуг тощо.

Підсумком проведеного аналізу результатів фінансової діяльності підприємств промисловості та торгівлі є констатація того факту, що на початок 2018 року досить значна кількість промислових і торговельних підприємств всіх розмірів, здійснюючи свою підприємницьку діяльність, працюють збитково і не наповнюють державний та місцеві бюджети достатніми коштами, які повинні слугувати розвитку суспільства і гарантувати подальший розвиток економіки.

Причини такого явища відомі, вони описані багатьма науковцями [3, 4]. Серед них: а) свідоме та цілеспрямоване приховування підприємствами своїх доходів; б) використання підприємствами, особливо великими, офшорів, які дають можливість мінімізувати сплату податків; в) це суттєві недоліки в оподаткуванні суб'єктів бізнесу, складність та неоднозначність (на думку багатьох) чинної системи оподаткування; г) це існування у господарській діяльності багатьох «дозвільних» бюрократичних процедур, які використовуються при регулюванні підприємництва, що, у свою чергу, створює сприятливі умови для розквіту корупції; д) це часто нічим не обґрунтований тиск силових структур на підприємницькі структури з метою контролю за їх діяльністю або перерозподілу власності; е) це назріла необхідність удосконалення нормативної бази, яка б спрощувала процедуру створення та функціонування суб'єктів підприємництва; є) це відсутність надійних гарантій з боку держави про неможливість насильницького захоплення чужого бізнесу тощо; ж) це, нарешті, необхідність проведення в країні глибинних інституційних перетворень та створення такого соціально-психологічного клімату, який би сприяв розвитку бізнесу, за-

безпечував активізацію підприємницької діяльності всіх суб'єктів господарювання.

### **Список використаних джерел**

1. Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 1.07.2018). – Назва з екрана.

2. Фінансові результати до оподаткування за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства [Електронний ресурс] : [сайт] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 5.07.2018). – Назва з екрана.

3. Козловський, В. О. Основи підприємництва : навчальний посібник : у 2-х ч. / В. О. Козловський [2-ге вид., перероблене та доповнене]. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – Ч. I – 119 с.

4. Козловський, В. О. Основи підприємництва : навчальний посібник. : у 2-х ч. / В. О. Козловський [2-ге вид., перероблене та доповнене]. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – Ч. II – 116 с.

### **2.3. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства: логістичні складові**

Невід'ємною складовою успішного функціонування підприємства за умов ринкової економіки є його здатність бути конкурентоспроможним на ринку. В зв'язку із цим виникає потреба подальших досліджень забезпечення конкурентоспроможності підприємства із врахуванням логістичної складової, що було викладено авторами у матеріалах попередніх праць [1]. На ринку сьогодні представлено велике розмаїття продукції вітчизняних та зарубіжних виробників, які намагаються привернути увагу споживача, поліпшуючи якісні показники продукції та знижуючи вартісні. Відтак, ефективне управління конкурентоспроможністю підприємства повинне бути ключовим у політиці будь-якого підприємства.

Крім того, конкурентоспроможність продукції набуває особливої актуальності в умовах євроінтеграції, коли продукція повинна відповідати європейським вимогам якості та стандартизації і бути готовою до виходу на міжнародні ринки.

Важливо також зазначити, що основні теоретико-практичні зусилля із підвищення конкурентоспроможності підприємства слід спрямо-

вувати на ті вітчизняні галузі промисловості, які сьогодні мають вагомий потенціал і можуть представляти нашу країну на закордонних ринках збуту. Що стосується Вінницької області, то на її території зосереджена велика кількість кар'єрів відкритого добування, продукція яких має достатній рівень попиту. Основними споживачами такої продукції є заводи залізобетонних конструкцій, виробники товарного бетону, організації, які займаються будівництвом та обслуговуванням автодоріг, будівельні компанії тощо.

Представниками гірничодобувних підприємств на ринку пропонується широкий асортимент різноманітних товарів від високоякісного гранітного щебеню до складних архітектурно-будівельних виробів із граніту.

Зважаючи на сьогоднішній стан технологічного оснащення та високу фізичну і моральну зношеність основних фондів підприємств гірничодобувної галузі, підвищення їх конкурентоспроможності через показники якості продукції можливо лише за умови техніко-технологічної модернізації та підвищення інвестиційної активності. Оскільки такі заходи потребують величезних фінансових інвестицій, на які підприємства сьогодні просто не здатні, авторами запропоновано звернути увагу на заходи поліпшення конкурентоспроможності, що базуються на покращенні організації виробничого процесу, зниженні собівартості продукції, сприянні збільшенню обсягів продажу. Зміст цих заходів знаходить своє відображення у логістичному підході до підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Як показує досвід сучасних підприємств, врахування логістичних аспектів в управлінні конкурентоспроможністю дозволяє сформулювати нові джерела конкурентних переваг підприємства. Це обумовлює актуальність дослідження перспектив використання логістичних складових для забезпечення конкурентоспроможності підприємств гірничодобувної галузі.

Питанню конкурентоспроможності підприємства присвячено теоретичні та практичні дослідження багатьох вітчизняних та закордонних вчених. Особливої уваги заслуговують роботи Л. С. Кобиляцького, А. В. Котлика, Р. Л. Лупака, О. І. Драган [2–5]. Науковці ґрунтовно підходять до визначення поняття конкурентоспроможності підприємства, підходів до її оцінки та шляхів підвищення.

Питання підвищення конкурентоспроможності підприємства на засадах логістики досліджуються в працях таких науковців й практиків, як Н. В. Хвищун, А. М. Бутов [6, 7]. В їх роботах розглядаються особливості формування ефективної системи управління логістикою у напрямі використання логістичних стратегій на підприємстві з метою забезпечення його конкурентоспроможності.

Незважаючи на зростання кількості досліджень і публікацій з проблем формування і реалізації конкурентного потенціалу підприємства, недостатньо вивчено логістичні складові підвищення конкурентоспроможності підприємств гірничодобувної галузі. Це і визначило мету дослідження.

Метою дослідження є обґрунтування шляхів підвищення рівня конкурентоспроможності гірничодобувних підприємств на основі вибору її логістичних складових.

В умовах ринкової економіки конкурентоспроможність підприємства є одним з найважливіших об'єктів дослідження та управління, оскільки її рівень визначає здатність суб'єктів господарювання адаптуватись до умов конкурентного середовища. Складність дослідження рівня конкурентоспроможності пояснюється динамічністю та мінливістю цієї категорії. Окрім того, в залежності від об'єкта дослідження, фактори, які формують конкурентоспроможність, а також наслідки високого або низького її рівня можуть бути різними.

Сучасні підприємства в умовах жорсткої конкуренції повинні постійно вишукувати нові резерви зміцнення своїх конкурентних позицій на ринку. Одним із таких резервів є логістика, яка пропонує нові методи управління постачанням, виробництвом та розподілом.

Значні переваги логістики в конкурентній боротьбі підтверджуються результатами досліджень британських вчених, згідно з якими в структурі собівартості продукції близько 70 % складають витрати, пов'язані із зберіганням, транспортуванням, упаковкою та іншими операціями з переміщення товарно-матеріальних цінностей. Звідси випливає, що саме в сфері логістики, а не виробництва, як вважалося раніше, містяться найбільші резерви щодо покращення конкурентних позицій підприємства. Тому логістика повинна стати частиною механізму функціонування підприємств.

Для дослідження рівня конкурентоспроможності та її логістичних складових обрано підприємства гірничодобувної галузі Вінницької



області, які спеціалізуються на видобутку й переробці будового каменю, сипких будівельних матеріалів.

Згідно з даними Департаменту міжнародного співробітництва Вінницької ОДА, обсяги промислового виробництва у розробленні кар'єрів та добувній промисловості Вінницької області у 2016 році порівняно із 2015 роком зменшились на 15,9 %. Лише половина підприємств були прибутковими, їх обсяг прибутків зріс майже у два рази та склав 180 мільйонів гривень. Всі гранітні кар'єри області зорієнтовані на експорт. Зокрема, 80 % видобутого на Вінниччині граніту вивозили за кордон – у Російську Федерацію, Білорусь. Однак, після 2014 року підприємства потрапили під російські санкції і суттєво зменшили видобуток корисних копалин [1]. Як результат, звузилися ринки збуту, а інвестори стали втрачати інтерес до галузі. Все це визначило відповідний рівень конкурентоспроможності підприємств гірничодобувної галузі Вінницької області.

В процесі дослідження конкурентоспроможності підприємств гірничодобувної галузі важливим завданням є формулювання визначення цього терміну, яке б враховувало логістичні аспекти. На думку авторів, найбільш вдалим є тлумачення, яке дає Л. С. Кобиляцький: конкурентоспроможність підприємства визначають показники, які характеризують ефективність виробничої діяльності, фінансового стану підприємства, ефективності організації збуту і просування товару порівняно з підприємствами-конкурентами, а також показники конкурентоспроможності товарів [2].

Авторами [1] запропоновано застосування процесного підходу до управління конкурентоспроможності підприємства, що означає: виділення бізнес-процесів як об'єктів аналізу й управління конкурентоспроможністю, оцінювання конкурентоспроможності підприємства на основі конкурентоспроможності бізнес-процесів, а також орієнтацію управління конкурентоспроможністю підприємства на управління конкурентоспроможністю як кожного бізнес-процесу окремо, так і всіх бізнес-процесів у комплексі.

При цьому, під конкурентоспроможністю підприємства за бізнес-процесом у дослідженні розуміється спроможність підприємства ефективно виконувати свої функції в умовах конкуренції, сприяючи гармонійному задоволенню інтересів основних зацікавлених сторін, тоб-

то первинних і вторинних клієнтів бізнес-процесу, персоналу, власників підприємства.

За результатами анкетного опитування, проведеного на аналізованих підприємствах, було сформовано вісім груп показників бізнес-процесів, за якими слід оцінювати рівень конкурентоспроможності підприємства. Сформовані групи показників запропоновано об'єднати у три блоки-потенціали: виробництво, маркетинг, фінанси, в межах яких далі будуть розглядатись логістичні складові підвищення конкурентоспроможності (рис. 2.15).

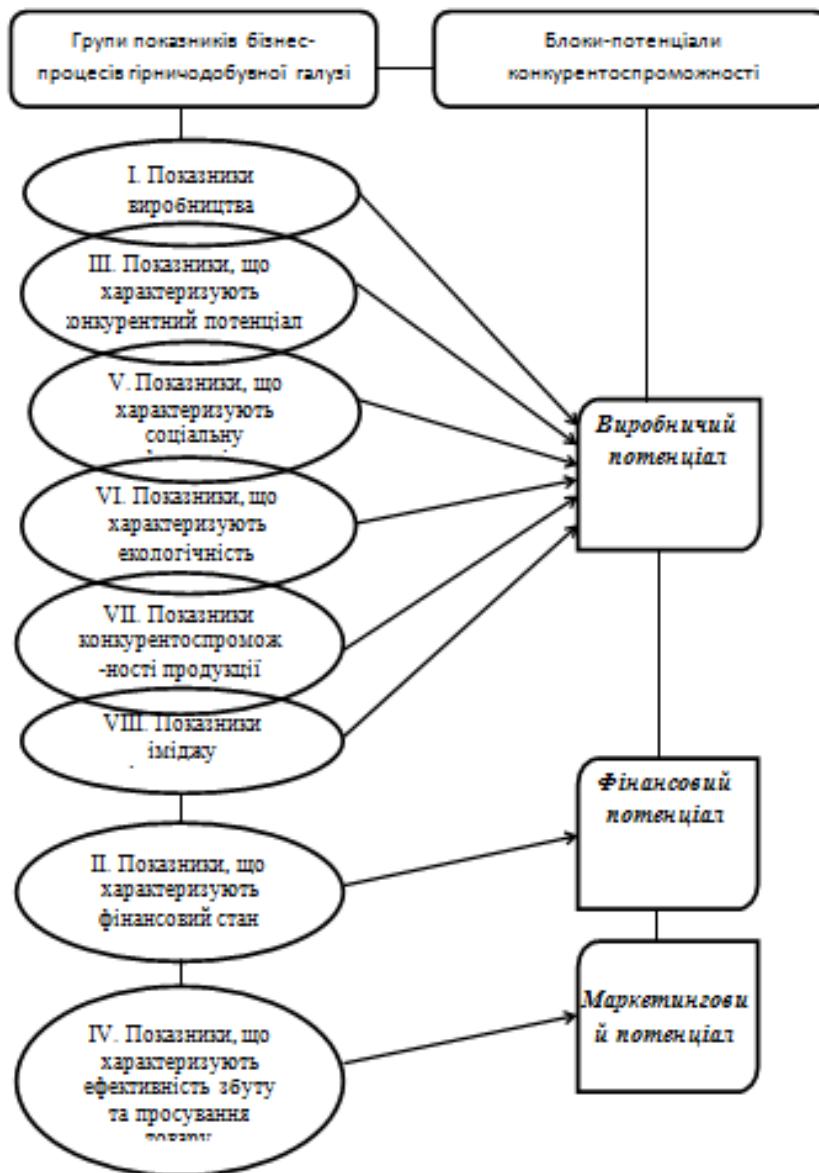


Рисунок 2.15 – Групи показників бізнес-процесів та блоки-потенціали конкурентоспроможності підприємств гірничодобувної галузі (побудовано за [3, 4])

Поняття потенціалу конкурентоспроможності підприємства, на думку Р. Л. Лупака, є одним з найбільш комплексних економічних характеристик підприємства. Суб'єкт господарювання з високим рівнем конкурентоспроможності має вищі шанси на успішніше функціонування на ринку порівняно з конкурентами, розвиток власної торгової мережі, розширення торгових площ, збільшення товарних запасів та формування інтелектуально-кадрового потенціалу майбутнього розвитку. Таким чином, доцільно трактувати потенціал конкурентоспроможності підприємства як системну комплексну характеристику його здатності у коротко- та довгостроковій перспективі перемагати в конкурентній боротьбі з прямими та опосередкованими конкурентами за споживачів та їх купівельні фонди, цільові ринкові сегменти, фінансове, матеріально-технічне та інтелектуально-кадрове забезпечення, інвестиційно-інноваційний потенціал розвитку, обсяги співробітництва з виробничим та логістично-постачальницьким секторами, масштаби соціальної відповідальності на споживчому ринку [4].

Підхід до формування сукупності факторів, які визначають рівень конкурентоспроможності підприємства, покладено в основу теорії ефективної конкуренції. Згідно з цією теорією, найбільш конкурентоспроможним є те підприємство, де найкращим чином організовано роботу всіх служб і підрозділів [5]. Оцінка ефективності роботи кожного з підрозділів передбачає оцінку ефективності використання ним відповідних ресурсів.

Для оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств гірничодобувної галузі автори пропонують розраховувати індекси конкурентоспроможності по кожній групі бізнес-процесів, інтегральні індекси для кожного із потенціалів та інтегральний індекс конкурентоспроможності підприємств.

Для визначення інтегрального індексу конкурентоспроможності було обрано три підприємства гірничодобувної галузі Вінницької області: ПрАТ «Гніванський гранітний кар'єр» (Г), ПрАТ «Стрижавський кар'єр» (С) та ПАТ «Жежелівський кар'єр» (Ж), серед яких основним конкурентом обрано ПрАТ «Гніванський гранітний кар'єр». В результаті порівняння показників кожної групи бізнес-процесу з аналогічним показником підприємства-конкурента (С/Г та Ж/Г) та підрахунку одиничних показників були визначені індекси конкурентоспроможності по кожній групі бізнес-процесів (табл. 2.5). Для забезпечен-

ня можливості включення отриманих індексів конкурентоспроможності підприємств по бізнес-процесах до складу інтегрального доцільно трансформувати показники в індекси таким чином, щоб останні завжди були стимуляторами, тобто щоб найкращому (найбажанішому) значенню індексу відповідало значення 1, а найгіршому – 0 [3].

Таблиця 2.5 – Індекси конкурентоспроможності підприємств гірничодобувної галузі Вінницької області по групах показників бізнес-процесів

Група показників бізнес-процесу	Індекси конкурентоспроможності підприємства по бізнес-процесах									
	Підприємства									
	С/Г					Ж/Г				
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
Показники виробництва	0,84	0,80	0,77	0,77	0,68	0,65	0,60	0,63	0,50	0,48
Показники фінансового стану	0,50	0,37	0,50	0,49	0,36	0,70	0,58	0,78	0,40	0,35
Показники конкурентного потенціалу	0,98	0,73	1,05	0,88	0,88	0,70	0,65	0,82	0,73	0,73
Показники ефективності збуту та просування товару	1,06	0,92	1,32	0,74	0,85	0,85	1,00	1,43	0,92	1,06
Показники соціальної ефективності	1,89	1,64	1,89	1,89	1,64	1,47	1,55	1,55	1,35	1,47
Показники екологічності	3,11	3,11	3,11	3,11	3,11	1,96	1,55	1,55	1,55	1,55
Показники конкурентоспроможності	4,90	4,90	4,90	4,90	4,90	2,45	2,45	2,45	2,45	2,45
Показники іміджу підприємства	0,74	0,74	0,74	0,61	0,61	1,92	2,12	2,12	1,66	1,36

За даними табл. 2.5 видно, що ПрАТ «Гніванський гранітний кар'єр» у 2011–2015 рр. порівняно зі своїми конкурентами є лідером за показниками виробництва, причому протягом цього періоду підприємство постійно покращувало ці показники. Аналогічна тенденція спостерігається при аналізі фінансового стану підприємств. ПрАТ «Гніванський гранітний кар'єр» характеризується кращою ліквідністю, фінансовою стійкістю та діловою активністю.

Успіхи ПрАТ «Гніванський гранітний кар'єр» пояснюються тим, що на підприємстві відповідно до стратегії виробничої логістики окрім виробництва нерудних будівельних матеріалів організовано виробництво тротуарної плитки, введено в дію цех по виробництву електродів. Будівельні матеріали є необхідними при будівництві і ремонті доріг, залізничних полотен, будівництві житлових будинків. Це дає змогу виробнику знайти ринки збуту продукції.

За конкурентним потенціалом ПрАТ «Стрижавський кар'єр» наздоганяє ПрАТ «Гніванський гранітний кар'єр», що підтверджується значеннями індексу конкурентоспроможності за відповідним бізнес-процесом в межах 0,73–1,05. Дійсно, підприємство націлене на постійний розвиток, зокрема проведено комплексну реконструкцію існуючих виробничих потужностей.

Нестабільна динаміка змін індексу конкурентоспроможності підприємств за показниками ефективності збуту та просування товару не дозволяє виділити однозначного лідера та свідчить про відсутність стратегічного підходу при розробці маркетингової політики підприємств та необхідність підвищувати ефективність логістики.

Між тим, за показниками соціальної ефективності, екологічності та конкурентоспроможності продукції беззаперечним лідером є ПрАТ «Стрижавський кар'єр», за ним – ПАТ «Жежелівський кар'єр», в той час як ПрАТ «Гніванський гранітний кар'єр» займає останні позиції. Загальними проблемами в межах цих показників для всіх кар'єрів є зменшення ринків збуту та, відповідно, обсягів виробництва через військовий конфлікт на Сході України. Підприємства змушені звільняти працівників. В такій ситуації вони втрачають інвесторів.

За показниками іміджу підприємства впевнено лідирує ПАТ «Жежелівський кар'єр», який знаходиться у власності компанії «STRABAG SE» і виробляє фракції за європейськими стандартами, забезпечуючи максимально повне задоволення потреб споживачів. На другому місці – ПрАТ «Гніванський гранітний кар'єр», на третьому – ПрАТ «Стрижавський кар'єр».

Заключним етапом оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємств є визначення інтегральних індексів для кожного із потенціалів та інтегрального індексу конкурентоспроможності підприємств. Оскільки фінансовий та маркетинговий потенціал включають лише по одній групі бізнес-процесу, то для них інтегральні індекси конкурентоспроможності не розраховувались. Результати підрахунку наведені у табл. 2.6.

Таблиця 2.6 – Інтегральні індекси конкурентоспроможності підприємств гірничодобувної галузі Вінницької області

Показник	Інтегральні індекси конкурентоспроможності підприємства									
	Підприємства									
	С/Г					Ж/Г				
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
Інтегральний індекс конкурентоспроможності підприємства за виробничим потенціалом	2,08	1,99	2,08	2,02	1,97	1,52	1,49	1,52	1,37	1,34
Індекс конкурентоспроможності підприємства за фінансовим потенціалом	0,50	0,37	0,50	0,49	0,36	0,70	0,58	0,78	0,40	0,35
Індекс конкурентоспроможності підприємства за маркетинговим потенціалом	1,06	0,92	1,32	0,74	0,85	0,85	1,00	1,43	0,92	1,06
Інтегральний індекс конкурентоспроможності підприємства	1,03	0,88	1,11	0,90	0,85	0,97	0,95	1,19	0,80	0,79

Результати підрахунку інтегрального індексу конкурентоспроможності аналізованих підприємств дозволяють зробити такі висновки. За виробничим потенціалом, який об'єднує шість груп показників бізнес-процесів (див. рис. 2.15), лідирує ПрАТ «Стрижавський кар'єр», яке видобуває породи для виробництва будівельних матеріалів, застосовуваних у всіх видах будівництва без обмежень. Для цього на підприємстві побудовано дробильно-сортувальний завод, бетонний завод, реконструйована навантажувальна площадка та енергомережі. Такий підхід дозволив підприємству отримати постійну прихильність споживачів. Не відстає від ПрАТ «Стрижавський кар'єр» за виробничим потенціалом і ПАТ «Жежелівський кар'єр».

За фінансовим потенціалом явним лідером є ПрАТ «Гніванський гранітний кар'єр», що підтверджує попередні висновки з табл. 2.6.

Індекс конкурентоспроможності за маркетинговим потенціалом показує, що на передових позиціях знаходяться ПрАТ «Гніванський гранітний кар'єр» та ПАТ «Жежелівський кар'єр». Так, ПрАТ «Гніванський гранітний кар'єр» постійно працює над пошуком нових ринків збуту, розширює асортимент продукції тими позиціями, на які сьогодні зростає попит, зокрема, це будівельні матеріали. Окрім того, в межах транспортної логістики стороннім організаціям і населенню надаються послуги автотранспорту для перевезення вантажів.

ПАТ «Жежелівський кар'єр» переважає як за виробничим, так і за маркетинговим потенціалом. Підприємство здійснює інвестиції, націлені на реалізацію логістичних заходів, а саме: інвестиції в купівлю транспортних засобів та екскаватора для технологічного транспорту і видобування відбитої породи, інвестиції у виробництво кубічних фракцій на ремонт поверхні шляхів мобільної технології, і, нарешті, інвестиції у будівництво нової залізничної вітки та технологічної лінії для збільшення об'єму і, головне, якості виготовлюваної продукції.

За результатами підрахунку інтегрального індексу конкурентоспроможності підприємств явним лідером залишається ПрАТ «Гніванський гранітний кар'єр».

Таким чином, результати дослідження рівня конкурентоспроможності підприємств гірничодобувної галузі Вінницької області підтверджують необхідність врахування впливу логістичних складових. Н. В. Хвищун виділяє такі логістичні складові конкурентоспроможності підприємства для виробничого, маркетингового та фінансового потенціалів: елімінація часу логістичних операцій; підвищення якості надання послуг; зниження логістичних витрат [6].

Обґрунтування вибору зазначених складових конкурентоспроможності підприємства наведено у табл. 2.7.

За даними табл. 2.7 для підприємств гірничодобувної галузі Вінницької області по кожному потенціалу (виробництво, маркетинг, фінанси) можна виокремити особливо актуальні фактори. В сфері виробництва важливим сьогодні є ефективна його організація з мінімальними витратами. Щодо маркетингу, то нагальним питанням є пошук нових ринків збуту продукції. Від середини 2015 року, коли почала відновлюватися будівельна індустрія, з'явилися замовлення на цеглу, ремонтні роботи, пісок тощо, інвестори розпочали будувати нові під-

приємства. Вже за підсумками двох місяців 2017 року у порівняння із попередніми роками видобуток глини та піску вийшов на «докризовий» рівень – рівень початку 2014 року.[1].

Таблиця 2.7 – Переваги вибору логістичних складових конкурентоспроможності підприємства [7]

Потенціал підприємства	Логістичні складові конкурентоспроможності підприємства		
	Час	Якісне обслуговування	Логістичні витрати
Виробництво та виробничий потенціал	Елімінація часу використання операцій, ефективна організація процесу виробництва	Стійкі партії виробництва продукції, відсутність простоїв	Ефективне планування витрат на виробництво
Маркетинг	Скоординована діяльність маркетингу, налагоджена співпраця з постачальниками, короткі терміни виконання замовлення	Високі обсяги продажу, постійна прихильність споживачів, передпродажний та післяпродажний сервіс	Високі витрати на обслуговування в кінцевому результаті призводять до зниження загальних витрат по підприємству
Фінанси	Скорочення витрат на виконання операцій	Підвищення обсягів фінансових надходжень внаслідок високих обсягів продажу	Складання бюджету за зниженими показниками витрат

Що стосується фінансів на аналізованих підприємствах, то реалізація виробничих та маркетингових стратегій дозволить їм досягти оптимального рівня загальних витрат та сформуванню збалансованого або профіцитного бюджету. Це, в свою чергу, приверне увагу інвесторів як іноземних, так і внутрішніх.

Отже, логістичні складові чинять значний вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства і вчасне їх виявлення та прийняття і реалізація логістичних рішень дозволять підприємствам досягти стабільності на ринку та закріпити свої позиції серед конкурентів.

Таким чином, аналіз індексів конкурентоспроможності підприємств по бізнес-процесах на підприємствах гірничодобувної галузі Вінницької області показав, що починаючи з 2014 року кар'єри зменшили обсяги виробництва, втратили основні ринку збуту, а також зацікавленість інвесторів. Впродовж 2015 року підприємства, які мали



достатній виробничий, фінансовий та маркетинговий потенціали, досягли докризових показників за рахунок використання логістичних складових підвищення конкурентоспроможності.

Таким чином, можна зробити висновок, що логістика впливає на усі аспекти діяльності кар'єрів та визначає їх довгострокову життєздатність. Найбільш актуальними логістичними складовими підвищення конкурентоспроможності гірничодобувних підприємств є: ефективна організація виробництва та збуту продукції, ефективне планування та скорочення загальних витрат, пошук нових ринків збуту через пропозицію не лише якісної продукції, а й якісного сервісу.

### Список використаних джерел

1. Адлер О. О. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Логістичні складові [Електронний ресурс] / О. Адлер, О. Безсмертна, Т. Білоконь // Економіка та суспільство. Мукачівський державний університет. – 2017. – № 13. – Режим доступу: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal-13>.

2. Кобиляцький Л. С. Управління конкурентоспроможністю: навч. посіб. для вузів / Л. С. Кобиляцький. - К.: Зовнішня торгівля, 2003 – 304 с.

3. Котлик А. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства на основі процесного підходу : автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. економ. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Андрій Валерійович Котлик ; Харківський націон. економ. ун-т. – Харків, 2009. – 20 с.

4. Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посібник / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів : ЛКА, 2016. – 484 с.

5. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія / О. І. Драган. – К. : ДАКККіМ, 2006. – 160 с.

6. Хвищун Н. В. Логістичні складові підвищення конкурентоспроможності підприємства / Н. В. Хвищун // Логістика : теорія та практика. – 2011. – № 1. – С. 126–134.

7. Бутов А. М. Перспективи використання логістичних стратегій для забезпечення конкурентоспроможності підприємства / А. М. Бутов // Економічний аналіз : зб. наук. праць – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2013. – Т. 14, № 2. – С. 124–131.

## **3 АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПЕРЕХОДУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА ІННОВАЦІЙНИЙ ШЛЯХ РОЗВИТКУ**

### **3.1 Особливості мотиваційних аспектів в інноваційній сфері**

Успішний розвиток економіки України можливий за умови використання інновацій, що потребує розробки ефективного механізму для мотивування всіх суб'єктів економічної діяльності. Це необхідно із тієї причини, що під час сталого розвитку всі суб'єкти економічної діяльності повинні самостійно слідкувати за ним, щоб вони приймали «правильні» рішення. Інновації повинні належати до так званих «високих технологій», бо тільки за такої умови економіка України зможе успішно бути інтегрована до світової економіки (як свідчать приклади, економічне зростання практично неможливе ендогенним шляхом). Також дуже корисно, щоб у цьому механізмі були задіяні елементи синергії, що дозволяє здійснити як суттєве прискорення економічного зростання в часі, так і збільшити кількісні показники зростання.

Сучасна економіка є інноваційною. Постійне впровадження і соціалізація інновацій – R&d (research and development) – є неодмінною умовою для економічного розвитку [1]. Соціалізація новацій в життя країни відбувається через суспільно-економічні і державні інститути. Не дивлячись на те, що вони є достатньо універсальними для всіх країн, організація їх роботи істотно відрізняється. Зокрема, одні й ті ж інститути можуть існувати як в умовах демократії, так і при диктатурі [2].

За останні роки істотно зріс інтерес до моделювання ролі інститутів для розвитку суспільства [2–4]. Звертається увага на ту обставину, що управління інститутами для важливих в практичному застосуванні ситуацій може бути описане як управління обмеженнями і нормами діяльності [4], що дозволяє розробляти нові технології управління інститутами.

В рамках управління інститутом інноваційного розвитку в Україні моделювання інноваційних та інформаційних процесів в економіці стає все більш актуальним, але технології, що використовуються для впровадження інновацій є, як правило, неефективними.

Розглянемо шлях інновації від наукової розробки до її ринкового втілення, який сьогодні існує в країнах, що розвиваються, – перш за все, в Україні [5]. Інновацію «придумує» вчений, але над її апробацією (верифікацією), як правило, працює певний, порівняно невеликий,

колектив. Це – стадія 1 в русі до ринку – науково-дослідна розробка (НДР). На цій стадії витрати дорівнюють  $E_1$ . Далі йде стадія 2: дослідно-конструкторська розробка (ДКР), під час якої витрати дорівнюють  $E_2$ . Останнім часом існує прагнення до об'єднання стадій 1 і 2 в рамках єдиної НДР-ДКР, проте цей механізм, як правило, працює все ще досить неефективно. Головною причиною є, як правило, все та ж необхідність ухвалення рішень на різних стадіях проекту. Стадія 3 – це навчання персоналу для здійснення промислового (серійного, ринкового) виробництва з витратами  $E_3$ . Нарешті, на стадії 4 йде власне виробництво інновації і її включення в ринок, на цій стадії мають місце витрати  $E_4$ . Всі величини  $E_i$  – додатні.

Під час переходів (транзакцій) між стадіями при русі інновації до ринку проходить час. Для урахування цього необхідно враховувати, по-перше, наявність дисконтуючого фактора  $\beta_i < 1$  (тут  $i$  позначає номер стадії), а, по-друге, наявність транзакційних витрат  $\alpha_i > 0$ , які збільшують вартість витрат на цій стадії в  $(1 + \alpha_i)$  разів.

Очікувана корисність від інновації (дохід) передбачається рівною  $P_0$ . Ця величина може бути оцінена тільки для умов ринку на стадії 1 (припускаємо, що прогнозування майбутнього прибутку не є достовірним). Збираючи разом всі доданки і враховуючи дисконтування, отримуємо таку задачу для інвестора:

$$I_1 = \max \left\{ I_1 = \beta^4 P_0 - (1 + \alpha_1) E_1 - \beta(1 + \alpha_2) E_2 - \beta^2(1 + \alpha_3) E_3 - \beta^3(1 + \alpha_4) E_4 \right\}. \quad (3.1)$$

Тут максимум береться за змінними  $\beta_i$  і  $\alpha_i$ , тобто інвестор прагне «прискорити» проект і мінімізувати транзакційні витрати. Припускаємо, що вартість кожної із стадій не змінюється (завдання щодо мінімізації витрат на кожній із стадій є предметом окремої задачі – дивись, наприклад [4, 5]). При подальшому викладенні користуватимемося значенням  $I_1$  припускаючи, що інвестор вже провів необхідну процедуру максимізації прибутку.

Дисконтуючі чинники і періоди часу для простоти вважаємо рівними між собою (інакше береться геометричне середнє за весь період). Узагальнення на нерівні періоди часу не впливає на отримані резуль-

тати (проте дозволяє врахувати реальні особливості для кожного конкретного проекту).

Тепер розглянемо шлях інновації до ринку, який існує в розвинених країнах світу. Для ситуації в цих країнах характерне те, що всі стадії відбуваються одночасно і в рамках одного й того ж суспільного інституту – університету. Тоді приходимо до завдання для інвестора, яке має такий вигляд:

$$I_2 = \beta P_0 - E_1 - E_2 - E_3 - E_4. \quad (3.2)$$

В записі (3.2) враховано, що максимальний прибуток інвестор отримує за умови, що всі стадії інноваційного проекту виконуються одночасно. Звичайно, в реальному випадку існує і розбиття на тимчасові періоди, і трансакційні витрати, пов'язані із завантаженістю викладача, проте вони істотно менші, ніж для пострадянських держав. Крім того, трансакційні витрати і тимчасове розбиття інноваційного проекту в розвинених країнах, як правило, прагнуть до оптимального якраз унаслідок «налаштованості» розвиненої економіки на їх мінімізацію [6]. В рамках справжнього розгляду вони вважаються нульовими: у цьому розділі ми зосереджуємо свою увагу лише на загальному описі ефекту: моделювання реальних ситуацій вимагатиме узагальнень, які є достатньо очевидними. Головне ж у тому, що такі узагальнення не вплинуть на остаточні результати. Співвідношення (3.2) в цьому сенсі є якимсь «ідеальним» інноваційним проектом, який є свого родом «еталоном».

Отже, інвестор порівнює між собою два вирази:  $I_1$  і  $I_2$ . По суті, він робить вибір між двома суспільними інститутами, через які відбувається соціалізація нового знання в даному суспільстві. Він вибере «розвинений» інститут тільки у випадку, якщо виконано співвідношення  $I_1 < I_2$ . Перепишемо вирази для  $I_1$  і  $I_2$  в такому вигляді:

$$I_1 = \beta^3 \left\{ \beta P_0 - \frac{1}{\beta^3} (1 + \alpha_1) E_1 - \frac{1}{\beta^2} (1 + \alpha_2) E_2 - \frac{1}{\beta} (1 + \alpha_3) E_3 - (1 + \alpha_4) E_4 \right\}, \quad (3.3)$$

$$I_2 = \beta P_0 - E_1 - E_2 - E_3 - E_4. \quad (3.4)$$

Із порівняння виразу (3.3) і виразу (3.4) з урахуванням нерівностей  $\beta < 1$  і  $\alpha > 0$  неважко бачити, що нерівність

$$I_2 > I_1 \quad (3.5)$$

виконується завжди. Таким чином, має місце така теорема:

При фінансуванні інноваційних проектів інвестор завжди вибере той суспільний інститут, який найбільш близький до того, що функціонує в розвинених країнах і який описується формулою (3.2).

В сучасних реаліях новий Закон про вищу освіту, за своєю суттю, прямує до  $I_2$ , що вимагає створення ефективних інноваційних платформ при університетах.

З іншого боку, основною проблемою для можливості успішного розвитку економіки України за інноваційним механізмом є розробка ефективного механізму для мотивування всіх суб'єктів економічної діяльності [7]. Це необхідно з тієї причини, що під час сталого розвитку всі суб'єкти економічної діяльності повинні самостійно слідкувати за ним, щоб вони приймали «правильні» рішення.

Інновації повинні належати до так званих «високих технологій», бо тільки за такої умови економіка України зможе успішно бути інтегрована до світової економіки (як свідчать приклади, економічне зростання практично неможливе ендогенним шляхом). Також дуже корисно, щоб у цьому механізмі були задіяні елементи синергії, що дозволяє здійснити як суттєве прискорення економічного зростання, так і збільшити кількісні показники зростання.

Питання законодавчого закріплення механізму інноваційного зростання економіки країни в сучасній літературі розглянуті не достатньо широко. Так, в [8] побудовано теоретико-ігрову модель для впровадження інновацій в умовах як розвинутої економіки, так і економік, що розвиваються, зокрема економіки України. Однак, в даній роботі увага зосереджена виключно на порівнянні між собою двох інноваційних інститутів. Проблема трансформації неефективних інноваційних інститутів до розвинутого стану не розглядалась.

В джерелі [9] розглядаються найбільш розповсюджені методи підтримки інноваційної діяльності в таких країнах як США, Японія, Ки-

тай та Індія, але питання мотивацій та узгодження інтересів сторін, що є необхідним для використання механізмів самоорганізації, не розглядаються.

Велика кількість економічних наукових праць зосереджена навколо питань комерціалізації інноваційних розробок вищих навчальних закладів, наприклад, в працях [10–12] йдеться про особливості трансферу технологій та узагальнюючі способи комерціалізації результатів наукових досліджень у вищій школі України. Зокрема, в роботі [12] визначено умови за яких підприємство буде вмотивоване до спільної роботи з ВНЗ по розробці інноваційного продукту. Разом із тим в даних роботах проблема мотивації випуску високотехнологічної продукції з використанням існуючих на інноваційному ринку *high-technologies* не розглядається. Таким чином, дослідження в цій сфері залишаються все ще відкритими.

Базова теоретико-ігрова модель формується таким чином: поперше, визначаємо основних гравців. Основним гравцем є підприємство (гравець 1), яке планує вибрати стратегію, яка полягає у його діяльності на ринку високих технологій. Це один гравець, який має силу влади – це держава, яка регулює правила гри на ринку високих технологій та в економіці країни в цілому (гравець 2). Наступний гравець – це ВНЗ (його також будемо називати університетом), який здатний розробляти високі технології (гравець 3). Нарешті, є ще інші підприємства, аналогічні гравцю 1, які також прагнуть брати участь в діяльності на ринку високих технологій (гравець 4). Насамкінець, є підприємства, які здатні виробляти високі технології – гравець 5. По-друге, представимо на рис. 3.1 типове розгортання динамічної гри.

Інтерпретуємо часове розгортання гри.

Стадія 1. Гравець 1 (підприємство) вибирає одну із стратегій: «купувати» (б) або «не купувати» (а) технологічну лінію з випуску високотехнологічної продукції за кордоном.

Стадія 2. Гравець 2 (держава) або «ігнорує» (в) купівлю, або «примушує» (г) підприємство фінансувати виробництво такої ж технологічної лінії із випуску високотехнологічного товару, яка буде 1) розроблена в Україні та» вироблена в Україні (це має бути здійснене протягом певного часового проміжку).

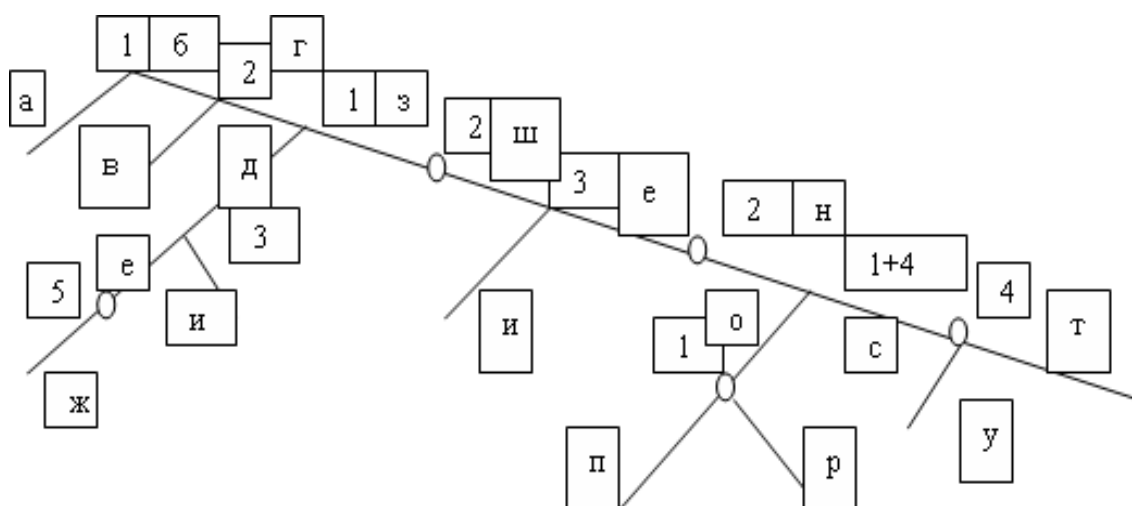


Рисунок 3.1 – Динамічна гра, що описує діяльність на ринку високий технологій

Стадія 3. Гравець 1 (підприємство) вибирає дві стратегії.

Стратегія «виділити кошти» (д) для гравця 3 (ВНЗ), який, в свою чергу, або «відмовляється» (и) розробляти технологію-аналог, або «погоджується» її розробити (е), і після її розробки та виробництва гравцем 5 (виробником високих технологій з України) отримує в своє розпорядження ще одну технологію для випуску інноваційного продукту.

Стратегія «не виділяти» власні кошти (з).

Стадія 4. Гравець 2 (держава) у випадку, коли гравець 1 (підприємство) вибирає стратегію (з), приймає рішення «штрафувати» (ш) підприємство рівними сумами (відсоток від вартості купленої технології), використовуючи спеціальний накопичувальний рахунок.

Стадія 5. Гравець 3 (ВНЗ) вибирає стратегії або відмовляється» (и) розробляти технологію-аналог, або «погоджується» її розробити (е).

Стадія 6. Гравець 2 (держава) «здійснює аукціон» (н), на який виставляє розроблену у ВНЗ технологію (разом із фіксованим переліком гравців 5 – тобто українських підприємств, які здатні її виробляти). Аукціон варто здійснювати або на умовах «аукціону другої ціни», або на умовах механізму Вікрі–Гровса–Кларка [6].

Стадія 7. Коли гравець 1 (підприємство) та гравець 4 (підприємства-конкуренти) беруть участь в аукціоні.

Якщо виграє аукціон (о) гравець 1 (підприємство), то воно вибирає те підприємство 5, яке буде виробляти технологічну лінію та

оплачує її виробництво і купує її. Потім гравець 1 (підприємство) вибирає стратегії або «не запускати» (п) цю лінію, або ж «використовувати» (р) її.

Коли гравець 4 (підприємство-конкурент) виграє аукціон (с), то воно вибирає те підприємство 5, яке буде виробляти технологічну лінію та оплачує її виробництво і купує її. Потім гравець 5 (підприємство-конкурент) вибирає стратегії або «не запускати» (у) цю лінію, або ж «використовувати» (т) її.

Економічна інтерпретація моделі. Сьогодні в Україні ряд фірм купують іноземні технологічні лінії для виробництва високотехнологічної продукції, ряд фірм та підприємств купують комплектуючі, з яких збирають високотехнологічну продукцію. В результаті вони оплачують інтелектуальну власність розробників з інших, які отримані кошти витрачають на розробку більш нових технологічних ліній та комплектуючих, розпочинаючи, тим самим, новий витік інновацій. Для економіки України залишається тільки підготовка робітників для роботи на цих лініях. Таким чином, сьогодні Україна фінансує інноваційний економічний розвиток інших держав.

Неважко бачити, що для умов сучасної України, коли держава не регулює ринок купівлі технологічних ліній та комплектуючих, рівновагою Неша для динамічної гри [13], зображеної на рис. 3.1, є вибір підприємства стратегії (б) – тобто купувати високотехнологічні виробничі лінії та комплектуючі. Тільки за такої умови підприємства України зможуть брати участь у світовому ринку. Це повністю відповідає описаній вище ситуації.

Але існуючу в Україні ситуацію можна назвати «інноваційною пасткою», і для того, щоб вийти з неї, потрібні зміни на інституційному рівні, тобто на рівні правил гри на ринку закупівлі іноземних технологічних ліній та комплектуючих, із яких в Україні виробляється високотехнологічна продукція.

При цьому, в результаті зміни правил гри, розробка та виробництво інноваційної продукції (наприклад, технологічних ліній та комплектуючих) повинно переміститися в Україну. В результаті в Україні з'явиться додатково до вже існуючих досить велика кількість фірм та підприємств, які працюють на світовому ринку високих технологій. З'являться нові робочі місця, зросте ВВП та надходження до Держбюджету.



Для цього держава повинна стати активним гравцем та заблокувати можливість підприємства закупити високотехнологічну виробничу лінію чи комплектуючі.

Це можна зробити лише за умови, коли держава в законодавчому порядку буде примушувати підприємство до фінансування розробки та випуску високотехнологічних виробничих ліній та комплектуючих на вітчизняних суб'єктах інноваційної діяльності. При цьому розробка, у відповідності до результатів, отриманих в [8, 9], повинна бути зосереджена у ВНЗ, а виробництво – у підприємствах та фірмах (причому переважно приватної власності: саме вони створюють додаткові робочі місця без навантаження Держбюджету).

Обґрунтування механізму дії закону.

1. Підприємство купує іноземну технологічну лінію чи використовує іноземні комплектуючі для виробництва високотехнологічної продукції. При цьому мається на увазі, що аналогів таких технологічних ліній чи комплектуючих, які мають такі ж самі (або вищі) характеристики в Україні не виробляється.

Держава зобов'язує підприємство ~~прийняти~~ взяти фінансову участь (як мінімум, як максимум – купити) у тому, щоб за 1–2 роки побудувати в Україні потужності для випуску аналогів цих технологічних ліній чи комплектуючих, причому повинні бути виконані такі умови:

- технологічні лінії чи комплектуючі повинні бути розроблені вченими України в Українських ВНЗ;
- розроблені технологічні лінії чи комплектуючі повинні випускатися на Українських підприємствах.

Аргументація такого механізму є досить простою: підприємство за рахунок випуску високотехнологічної продукції отримує надприбуток, бо її собівартість є меншою, аніж у конкурентів як всередині країни, так і за її межами (в останньому випадку, наприклад, за рахунок меншої зарплати). Таким чином, держава примушує власників підприємства поділитися частиною цього надприбутку із суспільством. Це, до речі, буде примушувати частину надприбутку залишати в межах України, а не «перекачувати» відразу ж у офшорні зони.

В результаті економіка України отримає:

- нові робочі високопрофесійні місця: на підприємствах з випуску високотехнологічної продукції, на підприємствах з виробництва технологічних ліній та комплектуючих, у ВНЗ тощо;
- зростання ВВП та, відповідно, додаткові надходження у Держбюджет за рахунок зростання кількості виробничих підприємств;
- зростання можливостей для експорту високотехнологічної продукції як у розвинені країни, так і в країни, що розвиваються.

2. У випадку, якщо підприємство, яке купило технологічну лінію чи закуповує комплектуючі, не здатне саме профінансувати зазначений вище Проект із власних коштів, то на нього державою накладається штраф, який акумулюється на спеціальному рахунку до тієї пори, доки його не буде вистачати для виконання Проекту. При цьому і підприємство, і держава, активно шукають ті структури, які здатні стати учасниками Проекту, вкладаючи як свої ресурси (наприклад, ВНЗ – інтелектуальні), так і виробничі (підприємства, які планують випускати технологічні лінії чи комплектуючі) і фінансові (зацікавлені фінансові структури (наприклад, банки, пенсійні чи страхові фонди тощо)).

У цьому випадку сторонами суб'єктів (учасників) Проекту будуть:

- держава, яка частково фінансує Проект (кількісні оцінки будуть наведені далі);
- підприємство, яке закупило за кордоном та встановлює нову технологічну лінію чи закуповує комплектуючі для випуску високотехнологічної продукції;
- ВНЗ та його викладачі, аспіранти та магістри (які розробляють технологічну лінію чи проект виробництва комплектуючих) та студенти (які беруть участь у розробці та після випуску будуть працювати на підприємства, що випускають ці технологічні лінії чи комплектуючі) – деталі викладено в [1–3]; відмітимо, що тут можуть бути залучені також старт-апи чи інноваційні платформи при ВНЗ (в подальшому будемо говорити про всіх цих учасників тільки як про ВНЗ);
- підприємства, які планують випускати нові для України технологічні лінії чи комплектуючі для випуску високотехнологічної продукції;
- фінансові структури України та інших держав, які будуть інвестувати кошти у розробку та/чи випуск технологічних ліній чи ком-

плектуючих для випуску високотехнологічної продукції (а також і сам випуск цієї продукції).

Основні фінансові витрати підуть на: розробку Проекту в ВНЗ та підготовку підприємств до випуск технологічних ліній чи комплектуючих.

3. Держава обов'язково бере фінансову участь у Проекті. Загальне фінансування не повинно перевищувати 1/3–1/4 потрібної суми.

4. Підприємство повинно виплачувати не менш ніж 1/3–1/4 потрібної для виконання Проекту суми. Ця величина залежатиме від величини суми за нелінійним законом: чим вища сума, тим менший відсоток фінансування буде від підприємства.

У випадку, коли мова йде про комплектуючі – підприємство повинно забезпечити заміну не менш ніж 20–30 % комплектуючих (за назвами, а не за коштами) щороку (в перший рік можна 20 %, а наступні – 25–30 %).

5. Розробка технологічної лінії у ВНЗ повинна тривати не більш, ніж 1 рік. На початку застосування цього закону, у перехідних положеннях, період часу потрібно вказати так: «протягом перших 3-х років після введення закону допускається термін розробки встановлювати до 2-х років у перший рік та до 1,5 років в останні 2 роки».

Ці обмеження примусять ВНЗ до:

- підвищення кваліфікації як викладачів, так і аспірантів та магістрів;
- навчати студентів саме тим вмінням та навичкам, які вимагають роботодавці;
- створення умов для розробки сучасних високих технологій, включаючи необхідну навчально-технологічну базу;
- постійно підтримувати активний діалог із підприємствами, що випускають високотехнологічну продукцію та обладнання для її виробництва (деталі наведено в [4]);
- створити умови для розробки унікальних у світі технологічних ліній та товарів, послуг та знань.

ВНЗ за описаного механізму стає центральним елементом інноваційного зростання економіки. Саме це характерно для країн розвинених, і тільки за розробленого механізму це стає можливим в Україні (та й взагалі у кожній країні, яка розвивається)

6. Для підприємств, які випускають нові для України технологічні лінії чи комплектуючі для випуску високотехнологічної продукції, повинні бути встановлені податкові пільги на термін до 3-х років – з початку випуску (тільки для випуску Проектних технологічних ліній чи комплектуючих, – на випуск інших продукції підприємства ці пільги не розповсюджуються).

7. Для підприємств, які закупили нові технологічні лінії чи комплектуючі, які випускаються учасниками Проекту (тобто які розроблені та випускаються в Україні), повинні бути встановлені податкові пільги на термін до 3-х років – з початку випуску (тільки для випуску Проектних технологічних ліній чи комплектуючих, – на випуск іншої продукції підприємства ці пільги не розповсюджуються).

8. Для фінансових інститутів участь у Проекті надає можливість вигідного вкладання коштів, – власне, саме для цього вони й створюються.

Важливою обставиною є та, що за цього механізму інвестування фінансові інститути не зможуть створити фінансової кризи внаслідок того, що кредити беруться на виробництво. При цьому важливою особливістю кредитування є те, що кредитуються Проекти, які вже довели свою працездатність та вже пройшли незалежну перевірку різними системами експертів: нагадаємо, що Проект розпочинається із того, що підприємство закуповує технологічну лінію чи комплектуючі для продукції, яка користується попитом, а підприємства-виробники технологічних ліній чи комплектуючих є також обов'язковими учасниками цього Проекту.

Фінансовий інститут в результаті Проекту отримує право на отримання частини прибутку від продажу випущених: технологічних ліній, комплектуючих, високотехнологічного товару. Звичайно, умови контракту – предмет переговорів.

Наприклад, якщо підприємство, яке закупило технологічну лінію чи комплектуючі, не має власних коштів, воно може взяти кредит у фінансовій структурі – під річну ставку Національного Банку України.

9. В Законі повинно бути зазначено також і покарання за невиконання цього Закону.

Для підприємства, яке закупило технологічну лінію чи комплектуючі для випуску високотехнологічної продукції і не виконує Закону, покарання має бути одне – повна націоналізація (з подальшим або

державним управлінням, або продажем на аукціоні). Підкреслимо, що дія Закону розпочинається із цього підприємства, і виконання ним його зобов'язань легко перевірити: і технологічні лінії, і комплектуючі перетинають кордон України та з них сплачується мито, – тому отримувач товарів повинен вказуватися обов'язково.

Таким чином, підприємство ще на початковому етапі переговорів про закупівлю технологічних ліній чи комплектуючих почне проводити переговори з державою, ВНЗ та іншими описаними вище суб'єктами щодо наступного виконання Проекту.

Для вищих навчальних закладів (а також старт-апів чи інноваційних платформ при них), які не виконали вимог Проекту, покарання повинне мати такі елементи:

- викладачам, які брали участь у Проекті (та отримували додаткові до зарплати кошти) забороняється брати участь у виконанні всіх Грантів та Проектів, в яких бере участь держава, терміном на 10 років;

- вищим навчальним закладам, які не виконали своїх зобов'язань за Проектом, відмовляється у державному фінансуванні наукових розробок терміном на 1 рік;

- у випадку, якщо в Україні не знайшлося ВНЗ, який став би учасником Проекту, замовлення передається закордонному ВНЗ, причому фінансування здійснюється за рахунок коштів, які держава виділяє на наукові розробки в Україні. Цю частину Закону доцільно ввести через 3–5 років, про що написати в перехідних положеннях.

Таким чином, ВНЗ буде змушений цим Законом здійснити комплекс заходів, що забезпечать їх участь в інноваційному розвитку економіки України. Підкреслимо, що останній елемент покарання не стосується наукового рівня ВНЗ: в Законі мова йде виключно про змogu ВНЗ здійснити наслідування вже існуючих технологій. Якщо ВНЗ не здатний це здійснити – це означає, що він не потрібен для України, тому що його випускники не здатні працювати із сучасними технологіями. Це примусить ВНЗ України пришвидшити свою інтеграцію у світову науку.

Для підприємств, які планують випускати нові для України технологічні лінії чи комплектуючі для випуску високотехнологічної продукції, але не виконали своїх зобов'язань за Проектом, має бути одне покарання: повна націоналізація (з подальшим або державним управлінням, або продажем на аукціоні).

Для фінансових структур, які беруть участь у Проекті та не виконують своїх зобов'язань, має бути одне покарання: повна націоналізація (з подальшим або державним управлінням, або продажем на аукціоні).

10. В результаті виконання цього Закону всі суб'єкти мають досить серйозну мотивацію для інноваційного зростання економіки за рахунок випуску високотехнологічної продукції. Заходи з покарання цих суб'єктів примушують їх відслідковувати результати діяльності інших суб'єктів.

Кредитування від держави та фінансових установ, від підприємств, податкові пільги – все це є досить потужним мотивуючим фактором для участі в Проекті для всіх суб'єктів.

11. Цим Законом закладаються умови для того, щоб в Україні змогли створюватися та випускатися технологічні лінії, комплектуючі та високотехнологічну продукцію світової новизни.

12. Цей Закон буде примушувати підприємства шукати канали збуту спочатку у країнах, що розвиваються. Потім, коли в Україні будуть створені (за ендogenousним механізмом, тобто без іноземного інвестування) нові інституціональні умови для інноваційного розвитку економіки, підприємства України зможуть вийти на ринки розвинених країн та закріпитися там.

Отже, на основі проведеного дослідження було розроблено базову теоретико-ігрову модель ефективного механізму інноваційного зростання економіки України. Також, на основі розробленої теоретико-ігрової моделі сформовано та обґрунтовано особливості мотиваційних аспектів в інноваційній сфері шляхом розробки механізму дії проекту закону про інноваційне зростання економіки країни, в основу якого закладено:

1) вмотивованість підприємств, що займаються розробкою чи впровадженням високотехнологічної інноваційної продукції;

2) вмотивованість держави як одного із основних гравців на ринку розробки та випуску високотехнологічної продукції, послуг та знань;

3) повну відповідальність за результати своєї діяльності чи бездіяльності усіх гравців, що беруть участь у грі.

Також в даному розділі було обґрунтовано необхідність використання потенціалу ВНЗ та стартапів із доведенням мотиваційного чинника їх участі на ринку інновацій. Розроблений механізм може бути

застосовано у тій сфері higher-technologies, де держава хоче отримати переваги на світовому ринку праці та в міжнародному розподілі високих технологій.

### Список використаних джерел

1. Baumol W. J. Good capitalism, bad capitalism, and the economics of growth and prosperity / W. J. Baumol, R. E. Litan, C. J. Schramm. – New Haven & London : Yale University Press, 2007. – 334p.

2. Acemoglu D. Economic Origins of Dictatorship and Democracy / D. Acemoglu, J. A. Robinson. – Cambridge : Cambridge University Press, 2006. – 416 p.

3. Acemoglu D. Introduction to Modern Economic Growth / D. Acemoglu. – Princeton : Princeton University Press, 2009. – 1072 p.

4. Новиков Д. А. Теория управления организационными системами / Д. А. Новиков. – М. : Физматлит, 2007. – 584 с.

5. Механизм интегрирования науки в экономику для инновационного развития постсоветских государств: моделирование механизма принятия решений / А. А. Шиян // Управление большими системами : сборник трудов. – М. : ИПУ РАН, 2007. – Вып. 19. – С. 204–217.

6. Mas-Colell A. Microeconomic Theory / A. Mas-Colell, M. D. Whinston, J. R. Green. – Oxford : Oxford University Press, 1995. – 977 p.

7. Нікіфорова Л. О. Теоретико-ігрова модель для вмотивованого законодавчого закріплення механізму інноваційного зростання економіки країни за рахунок випуску високотехнологічної продукції / Л. О. Нікіфорова // Економіка та держава. – 2014. – № 11. – С. 25–34.

8. Мороз О. В. Моделі та методи використання мотиваційних важелів для підвищення ефективності економічного розвитку України : монографія / О. В. Мороз, Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян. – Вінниця : ВНТУ, 2016 – 179 с.

9. Ваніна Н. М. Напрями розвитку трансферу технологій у вищій школі / Н. М. Ваніна // II Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури» : тези доповідей. – Львів : Львівська політехніка, 2013. – С. 365–367.

10. Манзій В. П. Способи комерціалізації результатів наукових досліджень у вищих навчальних закладах України / В. П. Манзій, А. Р. Стояновський // II Міжнародна науково-практична конференція

«Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури» : тези доповідей. – Львів : Львівська політехніка, 2013. – С. 414–416.

11. Системи прийняття рішень в економіці, техніці та організаційних сферах: від теорії до практики : колективна монографія. У 2 т. Т. 2. / за заг. ред. Савчук Л. М. – Павлоград : АРТ Синтез-Т, 2014. – 429 с.

12. Нікіфорова Л. О. Мотивування економічних суб'єктів при створенні та функціонуванні ендаументу для вищих навчальних закладів // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Серія «Менеджмент і підприємництво в Україні» – Львів, 2013. – № 753. – С. 205–211.

13. Nash J. Equilibrium Points in n-Person Games / J. Nash // Proceedings of the National Academy of Sciences. – 1950. – V.36. – P. 48–49.

### **3.2 Розробка механізму реалізації інноваційних проектів на підприємстві**

В ринкових умовах під час динамічної економічної та політичної ситуації, за наявності жорсткої конкуренції на ринку між суб'єктами господарювання та під час стрімкого розвитку науки і техніки, підприємствам необхідно розробляти стратегічний план свого розвитку. Одним із стратегічних напрямків розвитку підприємства є впровадження інноваційних проектів, що базуються на сучасних досягненнях науки і техніки. Реалізація таких проектів потребує розробки дієвого механізму, який забезпечить впровадження інноваційних проектів на підприємстві та досягнення конкурентних переваг на ринку [1].

Кількість підприємств, які займаються впровадженням інноваційних проектів за останнє десятиріччя постійно зростає (рис. 3.2). Хоча у 2017 році порівняно з 2016 роком питома вага підприємств, що займаються інноваціями скоротилась на 2,6 % але це більше ніж у 2007 році. Скорочення інноваційно активних підприємств у 2017 році обумовлено зменшенням фінансування інноваційної діяльності на 14112 млн грн [2]. Але в 2018 році на 3062,5 млн грн було більше витрачено на інновації порівняно з 2017 р., відповідно і на 18 підприємств більше, які займалися інноваціями. Як правило основна частина фінансування інноваційної діяльності підприємства здійснюється за рахунок власних коштів, на другому місці за рахунок державного фінансування і на третьому за рахунок іноземних інвестицій. Тому пошук джерел фінансування інноваційних проектів залишається актуальним.



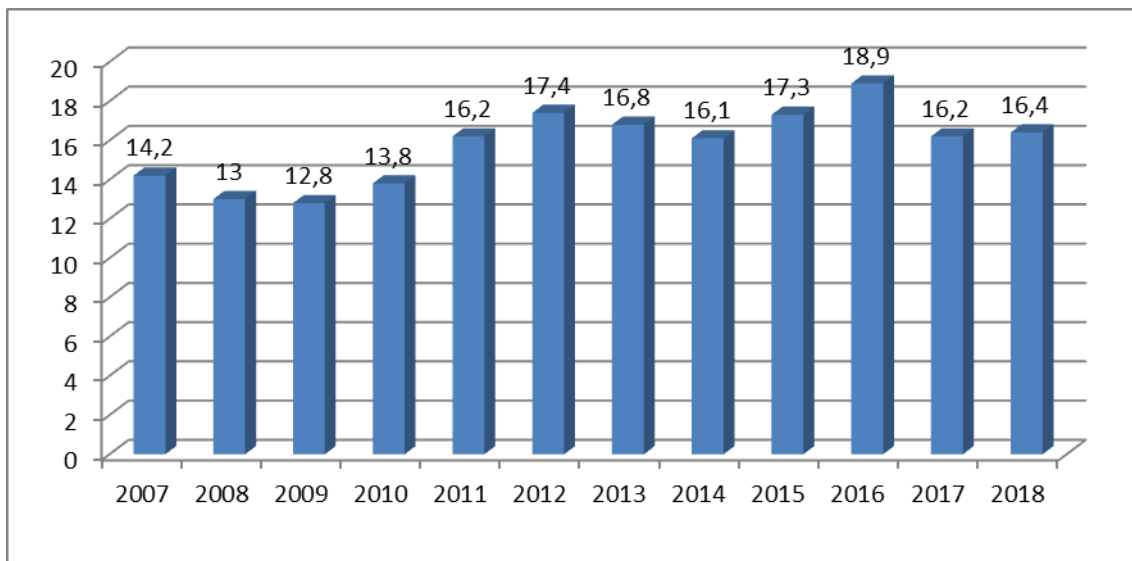


Рисунок 3.2 – Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, %

Проблеми активізації впровадження інноваційних проектів на підприємствах досліджується в багатьох наукових працях як вітчизняних, так і іноземних вчених. Так, Д. О. Крикуненко [3] визначає найважливіші бар'єри, які стримують вихід інноваційного продукту на український ринок, та для їх подолання пропонує користуватися такими принципами як створення групи креативних людей, визначення способів їх мотивації, та створення системи планування і контролю за інноваційною політикою підприємства.

О. Лапін, Н. Марчук [4] значну увагу приділяють проблемам і перспективам активізації технологічних інновацій та підвищенню науково-технічної діяльності підприємства. Т. С. Максимова, О. В. Філімонова, К. В. Лиштван, О. Є. Кузьмін, В. В. Зянько, М. Е. Касс, Г. П. Жалдак, И. А. Кузовлева [5, 6, 7, 8–10] розглядають основні елементи формування інноваційної політики підприємства. М. Є. Рогоза, К. Ю. Вергал розробили модель інноваційного розвитку підприємства, яка полягає в розробці інноваційної стратегії підприємства, в послідовній оптимізації процесів відбору інноваційних цілей, формуванні структури інноваційної стратегії, структуруванні запланованих інновацій за їх пріоритетністю, забезпечення розподілу ресурсів в умовах ризику та невизначеності [6]. В. М. Гончаров [7] для забезпечення інноваційного розвитку підприємства пропонує взаємопов'язувати організаційні, економічні і менеджерські інновації, що забезпечують реалізацію страте-

гічних цілей розвитку компанії. Питання фінансування інноваційних проектів висвітлюються в роботах В. В. Рача, О. В. Бірюкова, І. В. Чайка [10, 11], в яких розглянуто особливості державної фінансової підтримки реалізації проектів. І. П. Сидорчук розробив структурно-логічну модель організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку, що базується на схемі вибору стратегії відповідно до рівня результативності інноваційного розвитку промислового підприємства [12]. Л. Й. Гнилянська розглядає основні аспекти процесу впровадження інновацій на підприємстві в умовах започаткування міжнародної економічної діяльності та пропонує шляхи вирішення проблем впровадження інновацій з метою виживання і збереження позицій на споживчих ринках іноземних країн, розширення експортних можливостей [13]. Л. Й. Доц висвітлив основні проблеми впровадження інновацій на підприємстві, а саме: нестачу власних фінансових ресурсів і довготермінових кредитів від комерційних банків, недостатню кваліфікацію працівників, недостатнє інформаційне забезпечення про інноваційну діяльність вітчизняних та закордонних підприємств, відсутність податкових пільг для суб'єктів інноваційної діяльності, низький рівень довіри до інноваційної продукції, а також запропонував шляхи вирішення цих проблем [14].

Однак проведені наукові дослідження не вичерпують питання ефективного впровадження інновацій на підприємстві, що потребує подальшого пошуку ефективних способів подолання бар'єрів щодо реалізації інновацій та створення ефективного механізму реалізації інноваційних проектів на підприємствах.

Основними перешкодами на думку О. Лапіна та Н. Марчук [4] при впровадженні інноваційних проектів є невідповідність організаційної структури основним вимогам інноваційного розвитку підприємства, відсутність фінансових ресурсів для розробки і реалізації інновацій, недосконала нормативно-правова система стимулювання інноваційної діяльності підприємства, відсутність дієвого механізму реалізації інноваційних проектів на підприємстві. Л. Й. Гнилянська крім вище зазначених перешкод виділяє ще: високі відсоткові ставки банків по кредитах для реалізації інноваційних проектів; відсутність інформації про впровадження інноваційних технологій; невеликий досвід реалізації інноваційних проектів підприємствами; відсутність дієвих законодавчих механізмів, які забезпечують реалізацію інноваційних про-

цесів в Україні; високий рівень бюрократії на державному рівні, який ускладнює реалізацію інноваційних проектів; низька державна підтримка реалізації стартапів; висока еміграція кваліфікованої робочої сили; відсутність механізму трансферу технологій; недосконалість методики з оцінювання ефективності інноваційних проектів на практиці; нерозвиненість інститутів венчурного бізнесу; нераціональне використання наявних ресурсів підприємства, що гальмує впровадження інноваційних проектів [1, 15].

Для подолання перешкод щодо впровадження інновацій на підприємстві пропонується дотримуватись принципів (рис. 3.3), які полягають в залученні при створенні інновацій творчих, креативних людей з дивергентним мисленням, використовувати матеріальні і нематеріальні методи мотивації, планувати свою роботу та чітко визначати цілі та здійснювати контроль за виконанням стратегічних планів інноваційної політики компанії.

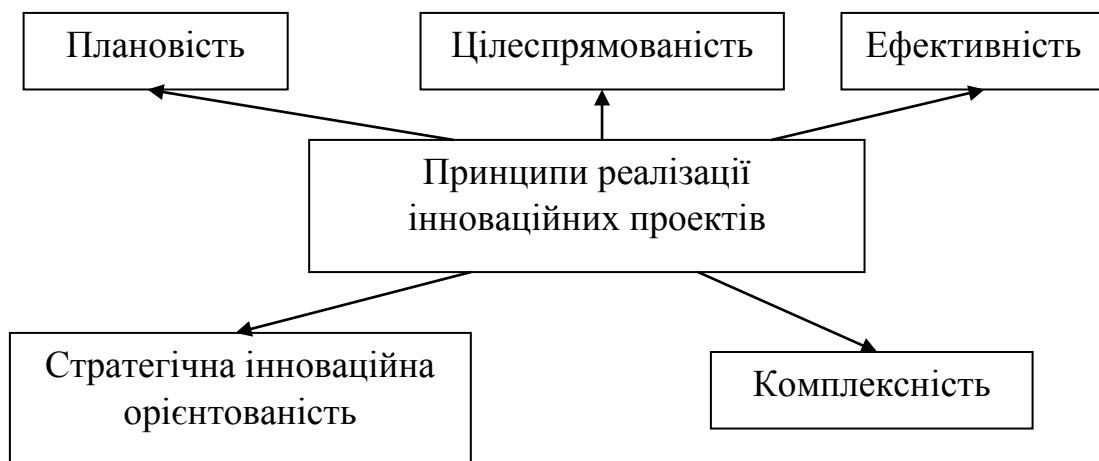


Рисунок 3.3 – Принципи реалізації інноваційних проектів [1]

Основні принципи подолання перешкод при впровадженні інноваційних проектів [1]:

1. Плановість. Є невід’ємним етапом реалізації інноваційних проектів, який повинний здійснюватись регулярно і відповідати загальним планам підприємства. Цей принцип передбачає розробку інноваційних проектів з врахуванням чинного законодавства, світових тенденцій науково-технічного розвитку, фінансових можливостей підприємства, рівень кваліфікації та інноваційної активності персоналу під-

приємства та інших чинників, які впливають на реалізацію інноваційних проектів.

2. Стратегічна інноваційна орієнтованість. Підприємство повинно постійно вивчати потреби ринку, слідкувати за інноваційними тенденціями в світі і на основі цих даних розробляти власну інноваційну стратегію розвитку для досягнення конкурентних переваг на ринку.

3. Цілеспрямованість. Чітке розуміння для чого працює підприємство, вміння бачити кінцеву мету дає можливість визначити методи, які будуть використані для реалізації інноваційного проекту, також більш раціонально використовувати фінансові, людські та інші ресурси підприємства, уникати нерациональних кроків при реалізації проектів.

4. Комплексність. При реалізації інноваційного проекту необхідно враховувати усі внутрішні елементи підприємства, а саме технології, які використовує підприємство, тип організаційної структури та взаємозв'язки між різними рівнями управління, рівень кваліфікації персоналу, організаційну культуру.

5. Ефективність. Будь-який проект в тому числі й інноваційний передбачає отримання економічного або соціального ефекту. Тому вибір реалізації інноваційного проекту буде залежить від ефекту, який прогнозується отримати.

Формування механізму реалізації інноваційних проектів потребує врахування факторів інноваційного розвитку світової економіки, розвиток державних та регіональних кластерів, фактори державного регулювання інноваційної діяльності, виробничі фактори підприємства (рівень модернізації обладнання, рівень інноваційної підготовки персоналу, можливості освоєння нового виду продукції, його реалізації та інші).

Розробку механізму реалізації інноваційних проектів на підприємстві необхідно розпочинати з формування стратегії інноваційного розвитку, яка спрямована на досягнення довгострокових конкурентних переваг на зовнішньому та внутрішньому ринку підприємства (рис. 3.4). Розробка інноваційної стратегії підприємства включає визначення інноваційних цілей щодо реалізації інноваційних проектів, формування задач, щодо досягнення цілей, розробка організаційно-економічних заходів, які забезпечують реалізацію поставлених завдань.



Рисунок 3.4 – Механізм реалізації інноваційних проектів на підприємстві [1]

Реалізацію інноваційних проектів необхідно розпочинати з оцінки сильних і слабких сторін підприємства, причин їх виникнення та пошуку резервів підвищення інноваційної активності підприємства. Для цього проводять вивчення зовнішнього та внутрішнього середовищ. Зовнішнє середовище включає вивчення нормативної та законодавчої бази, досягнення науки і техніки, науково-технічної по-

літики держави, технологічної підтримки держави, регіональної інноваційної політики. Внутрішнє середовище включає: оцінку фінансових ресурсів на реалізацію інноваційного проекту (наявність власних коштів, можливість отримання кредиту, наявність ліквідних активів, можливість залучення зовнішніх джерел фінансування зокрема іноземних інвесторів, можливість подання проекту на державні та інші гранти), оцінку матеріальних ресурсів (сировинна, обладнання для виготовлення інноваційної продукції, технологічна база тощо); оцінка трудових ресурсів (наявність інноваційно активного персоналу, його кваліфікації, можливість навчання персоналу в науковій, науково-технічній та інноваційній сфері, підвищення кваліфікації персоналу, участь персоналу в ярмарках, виставках, конференціях, які відповідають напрямку діяльності підприємства); оцінка інформаційних ресурсів (інформація щодо актуальності розробки, потреб ринку, патентного захисту, можливостей просування товару на ринок); інструментальне забезпечення (методи генерування ідей, методи оцінки ефективності інноваційних рішень, методи управління змінами (бенчмаркетинг, аутсорсинг, даудсайсинг)).

Наступним кроком є проведення маркетингових досліджень. Він включає проведення патентних досліджень з метою виявлення, які ніші зайняти, а які ні, а також вивчення можливостей внутрішнього і зовнішнього ринку. Це дає можливість великим компаніям не змінювати істотно своє виробництво, а пристосуватись до сформованої ринкової кон'юнктури, а малим підприємствам чітко визначитись зі своїм сегментом ринку.

Наступний крок це інженерний, який включає проведення НДДКР, розробку нових видів продукції, економічне обґрунтування реалізації інноваційної продукції, яке включає в себе складання калькуляції усіх витрат пов'язаних з реалізацією проекту, обґрунтування ціни на інноваційну продукцію, прогнозування доходів від реалізації проекту, визначення інноваційних ризиків тощо.

Після нього настає найголовніший етап – виробничий або його ще можна назвати організаційний. На цьому етапі формується оптимальна організаційна структура, створюються матеріальні передумови для реалізації проекту, залучаються інвестори для реалізації інноваційних проектів, відбувається співпраця з органами

державної влади, здійснюється правовий захист інноваційної продукції, формується маркетингова комунікаційна політика, яка включає рекламу, формування бренду продукції, роботу з громадськістю, стимулювання збуту, участь у виставках тощо. Далі здійснюється реалізація інноваційного проекту. Після чого необхідно провести оцінку ефективності комерціалізації інноваційного проекту, яка включає підрахунок всіх фактичних витрат пов'язаних з реалізацією проекту, аналіз доходів від реалізації проекту, порівняння планових і фактичних доходів і витрат, визначення рентабельності проекту. Якщо отримані результати влаштовують інвесторів тоді необхідно налагоджувати систему збуту [1].

Виходячи з наведеного вище матеріалу основними перешкодами при реалізації інноваційних проектів є неефективна організаційна структура підприємства, відсутність фінансових ресурсів, низький рівень кваліфікації персоналу до впровадження інновацій та відсутність дієвого механізму реалізації інноваційних проектів на підприємстві. Для подолання цих перешкод запропоновано дотримуватись принципів: стратегічної інноваційної орієнтованості підприємства, цілеспрямованості, плановості, комплексності та ефективності при реалізації інноваційних проектів.

Для забезпечення ефективності реалізації інновацій на підприємстві запропоновано механізм реалізації інноваційних проектів. Розроблений механізм передбачає аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. На основі проведеного аналізу розробляється інноваційна стратегія підприємства, формуються інноваційні цілі, проводять маркетингові, інженерні та економічні дослідження та відбувається сам процес реалізації інноваційних проектів на підприємстві.

### **Список використаних джерел**

1. Ратушняк О. Г. Основні проблеми та механізм впровадження інноваційних проектів на підприємстві / О. Г. Ратушняк, О. Г. Лялюк // Економічний простір : збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2017. – № 129. – С. 200–207.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

3. Крикуненко Д. О. Проблеми впровадження інновацій на підприємствах / Д. О. Крикуненко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – Т. I, № 4. – С. 45–49.
4. Лапін О. Особливості впровадження технологічних інновацій на промисловому підприємстві / О. Лапін, Н. Марчук // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – 2014. – № 9 (217). – С. 109–123.
5. Максимова Т. С. Формування інноваційної політики на підприємстві / Т. С. Максимова, О. В. Філімонова, К. В. Лиштван // Економічний вісник Донбасу. – 2010. – № 2 (20). – С. 181–183.
6. Рогоза М. Є. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі та механізми : монографія / М. Є. Рогоза, К. Ю. Вергал. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 136 с.
7. Формування організаційно-економічного механізму системи інноваційного розвитку підприємств регіону : монографія / В. М. Гончаров, Ю. Н. Деречинський, В. Ю. Припотень та ін. – Донецьк : СПД Купріянов В. С. – 2009. – 280 с.
8. Кузьмин О. Є. Реалізація інноваційної продукції машинобудівними підприємствами / О. Є. Кузьмин, Р. С. Косцик // Бізнес інформ. – 2014. – № 2. – С. 154–159.
9. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізм і форми розвитку : монографія / В. В. Зянько. – Вінниця : УНІВЕРСУМ Вінниця, 2008. – 397 с.
10. Рач В. А. Особливості реєстрації та фінансування інноваційних та інвестиційних проектів, які реалізуються в рамках державної стратегії розвитку / В. А. Рач, О. В. Бірюков // Управління проектами та розвиток виробництва. – 2013. – № 3 (47). – С. 56–75.
11. Чайка І. В. Проблеми та шляхи покращення фінансування інноваційних програм і проектів в Україні / І. В. Чайка // Сталий розвиток економіки. – 2013. – № 1 (18). – С. 234–237.
12. Сидорчук І. П. Структурологічна модель організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку промислового підприємства / І. П. Сидорчук // Вісник Хмельницького національного технічного університету. – 2017. – Том 1, № 3. – С. 240–245.
13. Касс М. Е. Формирование стратегии инновационного развития предприятия на основе управления нематериальными активами : мо-



нографія / М. Е. Касс; Нижегород. гос. архитектурно-строит. ун-т. – Н. Новгород : ННГАСУ, 2011. – 159 с.

14. Жалдак Г. П. Основи формування соціально-економічного механізму інноваційного розвитку промислових підприємств / Г. П. Жалдак // Технологический аудит и резервы производства. – 2014. – № 3, вип. 3. – С. 43–46.

15. Кузалева И. А. Механизм управления инновационным развитием предприятий промышленности [Электронный ресурс] / И. А. Кузалева, С. Г. Кузнецов, О. Г. Кураленко // Управление экономическими системами. – Режим доступа: <http://uecs.ru/uecs-33-332011/item/611/>.

### **3.3 Інтелектуальний капітал організації як визначальний фактор інноваційних перетворень**

Сучасний розвиток економічних відносин підприємств та організацій змістовно характеризують тенденції становлення постіндустріального суспільства, які проявляються у зростанні значимості людського фактору у виробництві. На сьогоднішній день безпосередніми елементами продуктивних сил стають: інформація, знання, креативність, що у своїй цілісності і синергії формують інтелектуальний капітал, надаючи йому рівня одного з основних факторів інноваційного розвитку виробництва.

Дослідженню інтелектуального капіталу та його впливу на економічний розвиток, особливо останнім часом, приділяється значна увага як зарубіжних, так і вітчизняних науковців. Значний внесок в розробку наукових досліджень та практичного застосування їх результатів внесли в кінці ХХ століття праці Е. Брукінга, Т. Стюарта, Л. Едвінссона, М. Мелоуна, Ф. Фукуями, Р. Уотермена, К. Свейбі, М. Портера, В. Іноземцева, С. Клімова, М. Бендікова, О. Гапоненка, А. Козирєва, Б. Леонтєва та інших. Суттєвий внесок у розвиток наукового знання у сфері досліджень інтелектуального капіталу зробили й українські вчені такі як: Д. Богиня, О. Бутнік-Сіверський, В. Геєць, О. Кендюхов, А. Чухно, П. Цибулев, А. Колот, В. Прошак, В. Мандибура та інші.

На жаль, в проведених дослідженнях поки що недостатньо повно враховуються специфічні особливості становлення інтелектуального капіталу вітчизняних підприємств, його оцінки і ролі в підвищенні їх-

ньої конкурентоспроможності на основі інноваційних перетворень, пов'язаних з інтелектуальним капіталом.

На сьогоднішній день поняття «інтелектуальний капітал» не використовується в явному вигляді в жодній міжнародній конвенції, законодавчому акті або нормативному правовому документі більш низького рівня. Більше того, чіткого визначення поняття «інтелектуальний капітал» не існує, однак це не заважає спеціалістам його активно використовувати і навіть надавати консультаційні послуги підприємствам і фірмам з цього питання.

Багато авторів свого часу пропонували визначення інтелектуального капіталу. Так, наприклад, американський економіст Т. Стюарт розуміє під інтелектуальним капіталом деяке інтегральне утворення, виділяючи в ньому три складові частини: людський капітал (наявність знань та вмінь використовувати їх для задоволення потреб клієнтів); структурний капітал (форми, методи, структури, які дозволяють ефективно здійснювати збір, тестування, організування, фільтрування, зберігання і розподіл існуючого знання) і споживчий капітал (взаємовідносини організації зі споживачами її продукції) [1]. Е. Брукінг розуміє під інтелектуальним капіталом нематеріальні активи, без яких компанія не може існувати і розвивати конкурентні переваги [1]. Л. Едвінссон визначив інтелектуальний капітал як знання, яке можна конвертувати у вартість, відносячи до нього людський капітал, елементами якого є знання, навички, моральні цінності персоналу, культуру праці, і структурний капітал, який містить ноу-хау, організаційну структуру, патенти і торгові марки, відносини з клієнтами [2]. Цей підхід до трактування інтелектуального капіталу поділяють багато представників економічної науки: В. Іноземцев, Б. Леонтьєв та інші. І. Курнишева розглядає інтелектуальний капітал і як самостійний економічний ресурс, створений в результаті виробничої інтелектуальної діяльності, і як ресурс, який в різних ситуаціях може розглядатися, як праця і як схильність до підприємництва, тобто як складова частина кожного з цих видів ресурсів [4, с. 25]. С. Дятлов під інтелектуальним капіталом розуміє сукупність знань, досвіду, навичок, різноманітних результатів творчої діяльності особи, які не відокремлюються від його власника. Інтелектуальний капітал, втілений в активи, представляє собою інтелектуальну власність (патент, авторське право, виробничі секрети, ноу-хау, товарні знаки, права на дизайн) [5].

Значна частина інтелектуального капіталу підприємства пов'язана з працівниками підприємства, які є основним джерелом і генератором знань. Для того щоб при звільненні працівника з підприємства інтелектуальний капітал підприємства не знижувався, актуальними є задачі формування структурної складової інтелектуального капіталу на основі людського капіталу. Ці задачі проявляються при розв'язанні внутрішніх протиріч людського капіталу організації, а саме, при формуванні таких видів людського капіталу як ринковий, структурний і споживчий.

Інтелектуальний капітал має свої особливості, які суттєво впливають на його використання на підприємстві, можливості оцінювання та управління. Інтелектуальний капітал багато в чому схожий на фізичний капітал. Обидва капітали виникають як результат вкладання ресурсів (грошей, матеріальних ресурсів, знань, кваліфікації) для виробництва товарів і послуг. Обидва капітали приносять своєму власнику дохід. Обидва капітали морально зношуються, причому інтелектуальний капітал навіть більше (знання знецінюються). Обидва потребують витрат на своє підтримання. В той же час між ними спостерігаються і відмінності (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Відмінності фізичного і інтелектуального капіталу [5]

<b>Фізичний капітал</b>	<b>Інтелектуальний капітал</b>
Матеріальна природа	Нематеріальна природа
Результат минулих дій	Оцінка дій в майбутньому
Оцінка за затратами	Оцінка за вартістю
Переважно фінансове оцінювання	Комбінація фінансових та нефінансових оцінок
Періодичне оцінювання	Безперервне оцінювання
Організація володіє всім капіталом	Організація володіє лише частиною капіталу

Також особливості інтелектуального капіталу проявляються і в інших аспектах:

– вартість інтелектуального капіталу практично неможливо визначити затратним методом, бо різниця між балансовою вартістю і його ринковою ціною може бути надзвичайно великою;

– підвищення вартості інтелектуального капіталу часто приводить до підвищення попиту на нього, бо більш дороге, конструктивне і опрацьоване знання дасть кращі результати при менших витратах на його доопрацювання і використання на підприємстві в якості інноваційного продукту або технології;

- інноваційний, інтелектуальний продукт має більше шансів виходу на ринок і менше бар'єрів в порівнянні з іншими товарами;
- інтелектуальний капітал в процесі його споживання і використання зростає;
- зменшення ринкової вартості об'єктів інтелектуального капіталу найчастіше пов'язане з «тиражуванням» знання, тобто його розповсюдженням за межі підприємства;
- в процесі виробництва товарів або послуг інтелектуальний капітал трансформується з нематеріального стану в матеріальний продукт у вигляді інноваційного товару або послуги чи технології.

Врахування особливостей інтелектуального капіталу дає змогу глибше зрозуміти його сутність і забезпечити максимальне і повноцінне використання в усіх сферах виробничо-господарської і комерційної діяльності підприємства з метою активізації інноваційних процесів.

На нашу думку, можна запропонувати таке визначення поняття «інтелектуальний капітал підприємства», яке враховує його роль і особливості застосування на підприємстві. Інтелектуальний капітал підприємства – це сукупність знань, навичок, вмінь працівників, інтелектуальної власності підприємства і інших нематеріальних активів (сприятливі договори оренди, договори страхування, контракти, клієнтські відносини тощо), які активно використовуються для забезпечення ефективної науково-дослідної, виробничої та комерційної діяльності, формуючи інноваційні продукти або послуги і забезпечуючи конкурентні переваги підприємству [4, с. 25].

Загалом інтелектуальний капітал підприємства містить систему взаємодії професійних знань персоналу, фірмові ноу-хау та об'єкти інтелектуальної власності, як власні, так і залучені, що забезпечують випереджальні конкурентні переваги підприємству в розробці, освоєнні і поширенні інновацій в галузі, стійке або лідируюче становище на ринку, достатні доходи для фінансування інноваційно-інвестиційних проєктів і програм, виконання зобов'язань перед персоналом.

Основною функцією інтелектуального капіталу є суттєве прискорення зростання маси прибутку за рахунок формування та реалізації необхідних підприємству систем знань, речей та відносин, які, в свою чергу, забезпечують його високоефективну господарську діяльність.

В теорії інтелектуального капіталу обґрунтовується твердження, що саме інтелектуальний капітал є причиною розбіжності між ринковою і балансовою вартістю підприємства, і саме завдяки йому ринкова

вартість перевищує балансову оцінку активів. Вартість знань компанії можна представити як різницю між її звітними фінансовими активами і реальною ринковою вартістю (капіталізацією). Характерна риса сучасного виробництва – наявність компонента знань в кожному продукті або послугі. Інтелектуальна робота, спеціальні знання і комунікації стають факторами не тільки створення доданої вартості, а й конкурентоспроможності, економічного розвитку організацій.

Поява нових знань збільшує ймовірність появи нових ідей, продуктів і процесів. Таким чином, існує певний взаємозв'язок між доступним суспільству (і підприємствам) запасом знань і потоком інновацій протягом певного періоду часу, а попит на інтелектуальний капітал зароджується в сфері інноваційного бізнесу (рис. 3.5).

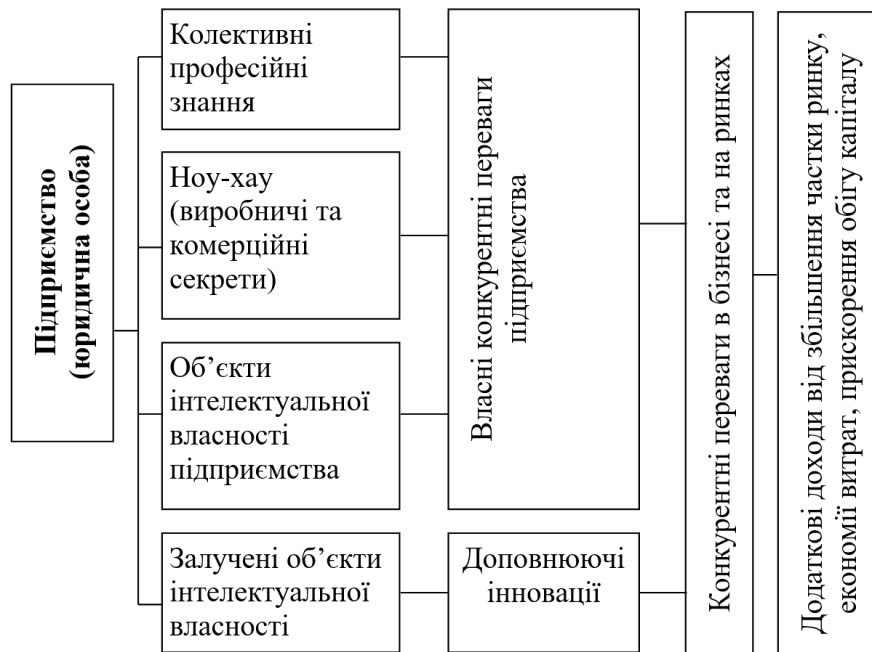


Рисунок 3.5 – Процес капіталізації колективних знань та інтелектуальної власності підприємства [6]

Окрім особливостей, інтелектуальний капітал характеризується і комплексом взаємопов'язаних елементів або складових частин, які, взаємодіючи між собою, забезпечують підприємству конкурентні переваги [4, с. 25].

Е. Брукінг складовими частинами інтелектуального капіталу вважає: людські активи, інтелектуальну власність, інфраструктурні та ринкові активи [1]. Склад інтелектуального капіталу за Е. Брукінгом зображено на рис. 3.6.

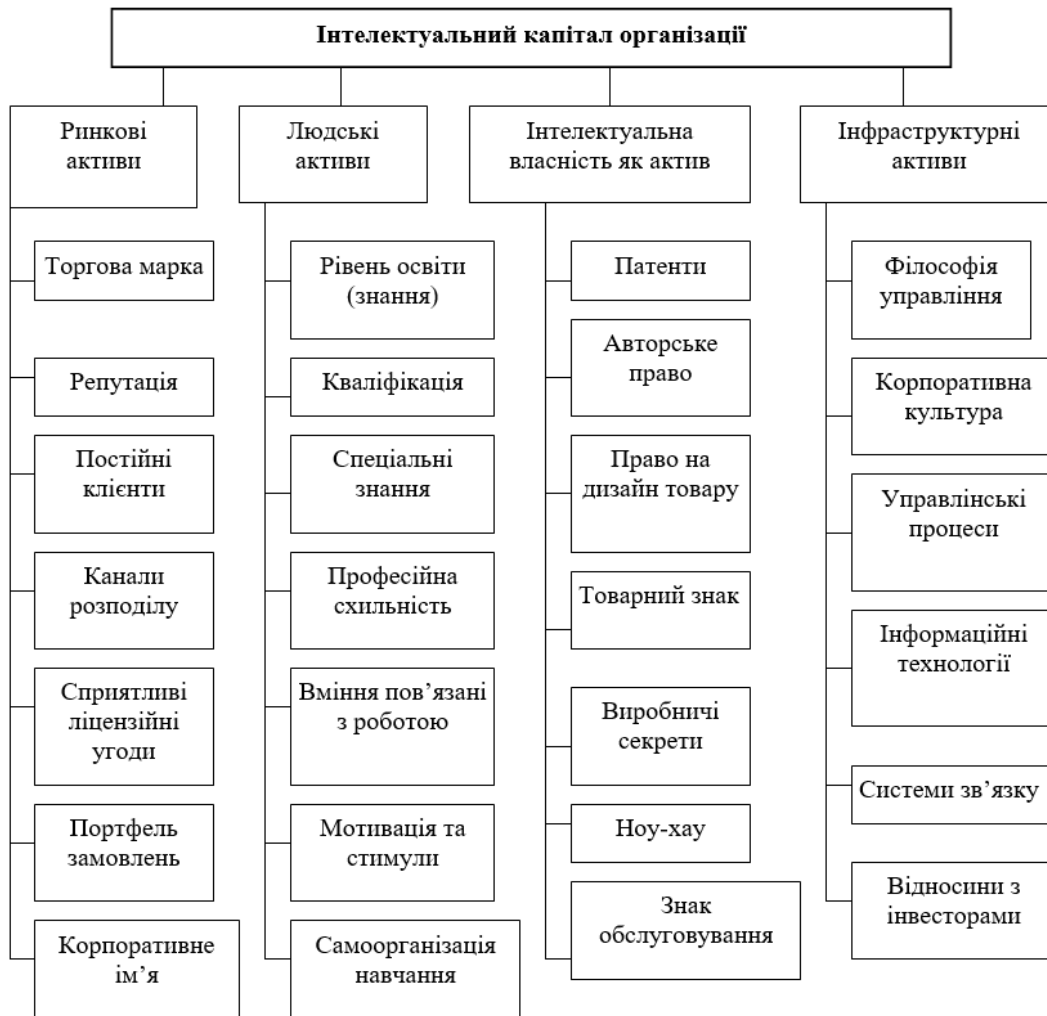


Рисунок 3.6 – Склад інтелектуального капіталу за Е. Брукінгом

Л. Едвінссон структуру інтелектуального капіталу (рис. 3.7) з виділенням в ньому основних внутрішніх компонентів представляє таким чином: інтелектуальний капітал формується з людського капіталу і структурного капіталу; структурний капітал містить клієнтський капітал і організаційний капітал; організаційний капітал складається з інноваційного і процесного капіталів, а процесний капітал, в свою чергу, формується з інтелектуальної власності і нематеріальних активів організації [3].

М. Армстронг виділяє три складові інтелектуального капіталу: людський капітал (знання, вміння, здібності працівників тощо); соціальний капітал (запаси і переміщення знань, які виникають завдяки мережі взаємодій всередині і зовні організації); організаційний капітал (інституціолізоване знання яким володіє організація і яке зберігається в базах даних, інструкціях тощо) [8].



Рисунок 3.7 – Структура інтелектуального капіталу за Л. Едвінссоном

К. Свейбі використовує дещо іншу класифікацію складу інтелектуального капіталу, поділяючи його на внутрішню і зовнішню структуру, а також на компетенцію персоналу. При цьому існує чітка відповідність між цими способами визначення структури інтелектуального капіталу. Організаційному капіталу відповідає внутрішня структура, споживчому капіталу – зовнішня структура, а людському капіталу – компетенція персоналу [9].

Автори В. Багов, Є. Селезнев, В. Ступаков під терміном «інтелектуальний капітал» розуміють творчі можливості організації зі створення і реалізації інтелектуальної і інноваційної продукції [10]. На їхню думку інтелектуальний капітал представлений трьома складовими: кадровим капіталом, інтелектуальною власністю і маркетинговими активами (рис. 3.8).

Згідно з позицією європейського дослідницького проекту MAGIC (Measuring and Accounting Intellectual Capital – вимірювання і бухгалтерський облік інтелектуального капіталу) інтелектуальний капітал може бути поділений на чотири категорії:

- людський капітал – включає навички, досвід і компетентність компанії стосовно реакції на зміни ринкового попиту і потреб клієнтів;

- організаційний капітал – містить здатності, інфраструктуру і процеси компанії стосовно виробництва і постачання на ринок продуктів і послуг;

- ринковий капітал – здатність компанії до взаємодії з зовнішніми суб'єктами (клієнти, партнери; постачальники й інші зацікавлені сторони);

– інноваційний капітал – здатність компанії здійснювати інновації, покращувати і розвивати невикористаний потенціал і створювати довгострокове багатство.



Рисунок 3.8 – Модель складу інтелектуального капіталу В. Багова та ін.

Загалом склад і структура інтелектуального капіталу описуються різними спеціалістами по різному і, поки що, загальноприйнятого представлення не існує, однак більшість науковців визнає найбільш доцільним поділ інтелектуального капіталу на людський капітал, структурний (або організаційний) капітал і споживчий (або клієнтський) капітал [11]. Основні складові інтелектуального капіталу наведено на рис. 3.9.

Людський капітал організації – це запас здоров'я, знань, навичок і досвіду персоналу (в формі інтелектуальних здібностей та практичних навичок, отриманих в процесі спеціального навчання і практичної дія-



льності), який є джерелом створення і розповсюдження нових знань або продуктів (послуг) чи дозволяє підвищити ефективність функціонування організації, приносячи організації дохід у вигляді прибутку і є базовим компонентом при формуванні структурного і споживчого капіталу, спільно з якими формує інтелектуальний капітал організації. Людський капітал не належить підприємству. Його головна задача – створення і розповсюдження інновацій (продукту, технології, структури управління) [4, с. 26].



Рисунок 3.9 – Основні складові інтелектуального капіталу

Структурний капітал – це патенти, ліцензії, винаходи, товарні знаки, організаційна структура, культура організації, корпоративна культура, інформаційні технології, тобто все, що робить можливою діяльність підприємства. Він більшою мірою є власністю підприємства і може бути відносно самостійним об'єктом купівлі-продажу. Цей капітал зміцнює підприємство і робить його діяльність більш ефективною.

Споживчий капітал – це стосунки підприємства зі споживачами його продукції і постачальниками ресурсів. До нього відносяться: торгова марка, бренд, імідж на ринку, інформація про клієнтів, зв'язки з клієнтами, технології створення клієнтської мережі, технології підприємства з залучення і утримання клієнтів тощо. Значимість споживчого капіталу полягає в забезпеченні підприємству конкурентних переваг у зовнішньому середовищі [12].

Керівництву підприємства, для забезпечення ефективного розвитку інтелектуального капіталу, необхідно створювати відповідні умови – це соціально-економічні умови життєдіяльності інтелектуальної еліти підприємства; соціальна справедливість у відношенні інтелектуальної еліти підприємства; організаційне забезпечення творчої діяльності спеціалістів підприємства; вдосконалення нормативно-правової бази інтелектуальної праці.

Всі складові частини і елементи інтелектуального капіталу взаємодіють один з одним. Тому недоцільно інвестувати кошти окремо в кожен з цих складових частин. Розвиваючи і вдосконалюючи всі складові частини інтелектуального капіталу необхідно підтримувати між ними оптимальний баланс. Комплекс таких заходів забезпечить значний ефект і дозволить досягнути високих результатів в отриманні стабільного прибутку, і в успішному розвитку. Наприклад, споживчий капітал може зміцнювати престиж, здатність залучати нових споживачів. Структурний капітал за допомогою трансформації знань правників у різні форми інтелектуальної власності зменшує залежність підприємства від людського фактора. Людський капітал сприяє розробці нових ідей і творчих здібностей, розвитку лідерських, підприємницьких і управлінських якостей.

Загалом на підприємствах роль інтелектуального капіталу можна оцінити за розмірами та послідовністю інвестицій в дослідження і розробки (в інновації), однак провести вимірювання і економічне оцінювання цього виду капіталу надзвичайно складно.

При оцінюванні інтелектуального капіталу підприємства спеціалісти стикаються з великою кількістю проблем. До них відносяться: обмежені можливості формального і адекватного опису і вимірювання інтелектуальних ресурсів; високий ступінь невизначеності результатів наукових досліджень; методологічні проблеми визначення нормативів творчої праці і їх надійність [12]. Часто такі проблеми зводять нанівець можливість нормування інтелектуальних процесів і творчих видів діяльності.

Вітчизняні підприємства для акцентування на своїх конкурентних перевагах можуть відображати три групи показників, які відповідають структурі інтелектуального капіталу підприємства. Перша група – це показники, які відображають використання людського капіталу організації: висококваліфікований персонал, професіоналізм працівників,

наявність системи мотивації на підприємстві, творчі здібності, практичний досвід і навички працівників, середній стаж роботи працівників, зміна відсотка інноваційних продуктів, які вимагають підвищення компетентності працівників. Цю групу показників можна вважати базовою при розробці інноваційного продукту або формуванні інноваційної діяльності. Друга група – це показники які стосуються організаційного капіталу підприємства: імідж і бізнес-репутація, марка, бренд, організаційна структура, використання сучасних технологій, ноу-хау, час реакції на запит клієнта, відсоток продукції виготовленої завдяки запатентованим технологіям. Третя група – це показники, які формують споживчий капітал підприємства: здійснення страхування ризиків, конфіденційність, оперативність, довготривалі взаємовідносини, наявність індивідуального підходу до клієнтів, вигідні умови співпраці для клієнтів, частка працівників, які забезпечують роботу з клієнтами, динаміка зростання кількості замовлень.

Аналізуючи рівень інтелектуального капіталу підприємства доцільно враховувати: кількість ресурсів; цінність ресурсів; інтенсивність використання ресурсів; ступінь закріплення ресурсів за підприємством. Доцільно також відмітити, що кожне конкретне підприємство може самостійно визначати систему показників для розрахунку інтелектуального потенціалу і капіталу та визначення стратегії розвитку. Також доцільно відмітити, що ефективним методом отримання якісної оцінки інтелектуального капіталу є соціологічні опитування [4, с. 27].

Для оцінювання рівня або величини інтелектуального капіталу підприємства спеціалісти розробляють і використовують велику кількість різноманітних методик і підходів. Наприклад, К. Свейбі виділяє 42 методи вимірювання інтелектуального капіталу, які згруповані в чотири категорії [9]:

1) Методи прямого вимірювання інтелектуального капіталу (Direct Intellectual Capital Methods) – до цієї категорії відносяться всі методи, основані на ідентифікації і оцінюванні в грошовому еквіваленті окремих активів або окремих компонентів інтелектуального капіталу. Після оцінювання компонентів або активів, виводиться інтегральна оцінка інтелектуального капіталу компанії.

2) Методи ринкової капіталізації (Market Capitalization Methods) – розраховується різниця між ринковою капіталізацією компанії і влас-

ним капіталом її акціонерів. Отримана величина розглядається як вартість її інтелектуального капіталу або нематеріальних активів.

3) Методи віддачі на активи (Return on Assets methods) – здійснюється порівняння відношення середнього доходу компанії до відрахування податків за деякий період до матеріальних активів компанії з аналогічним показником для галузі в цілому. Для розрахунку середнього додаткового доходу від інтелектуального капіталу, отриману різницю множать на матеріальні активи компанії. Надалі шляхом прямої капіталізації або дисконтування отриманого грошового потоку можна отримати вартість інтелектуального капіталу компанії.

4) Метод підрахунку балів (Scorecard Methods) – ідентифікуються різноманітні компоненти нематеріальних активів або інтелектуального капіталу, генеруються і доповідаються індикатори й індекси у вигляді підрахунку балів або як графі. Застосування цих методів не передбачає грошового оцінювання інтелектуального капіталу.

Також важливою ознакою інтелектуальної інноваційної організації та рівня розвитку інтелектуального капіталу є обсяг інвестицій, які спрямовані на дослідження та розробки, тобто в інноваційну діяльність: якщо вони перевищили обсяги інвестицій в основні фонди, то цей показник може слугувати однією з основних характеристик інтелектуальної інноваційної організації [13].

Аналіз іноземної практики та вітчизняного досвіду розробки і реалізації ефективних інвестиційних стратегій розвитку інтелектуального капіталу довів, що прибуток від капіталовкладень в інтелектуальний капітал перевищує прибуток від інвестицій в матеріальні активи в декілька разів [11, 12, 13, 14].

Збалансоване інвестування в окремі складові інтелектуального капіталу – це важлива база виробництва інтелектуального інноваційного продукту. Як вже було відмічено, елементи інтелектуального капіталу не володіють властивістю адитивності, їх взаємодія має явно виражений синергетичний характер. Тому до інвестицій в інтелектуальний капітал пред'являють підвищені вимоги збалансованості: важливо таким чином співвіднести вкладення в людський, організаційний та споживчий капітал, щоб спільно вони дали значний позитивний ефект. Помилка в балансі між різними складовими інтелектуального капіталу призводить до значних втрат.

Інвестиції в інтелектуальний капітал мають низку особливостей, які відрізняють їх від інших видів інвестицій:

- не розраховуються амортизаційні відрахування;
- спостерігається підвищений ризик;
- існує невизначений термін повернення;
- об'єктами інвестицій в інтелектуальний капітал виступають знання, досвід, кваліфікація, мотивація працівників, організаційні можливості, комунікаційні канали;
- інвестиції спрямовуються на придбання таких активів, якими можуть володіти зовсім не ті, хто їх закупував (людський капітал належить працівникам, які найняті власниками бізнесу, організаційний капітал належить всьому колективу);
- наявність ефекту мережевої взаємодії, яка обумовлена одночасною і спільною роботою великої кількості сучасної техніки в єдиній мережі;
- ефективність інвестицій підвищується в міру розповсюдження об'єктів інвестування.

Інвестиції в інтелектуальний капітал представляють собою матеріальні (основні фонди, фінанси) і нематеріальні (визнання, увага, інформація) вкладення, які спрямовуються на підвищення знань, досвіду, на підвищення кваліфікації, покращення мотивації працівників, збільшення організаційних можливостей, на розвиток каналів комунікації організації тощо.

В роботі [15] відмічалось, що інтелектуальний капітал ґрунтується в основному на знаннях організації, тому виникає можливість обґрунтування стратегії формування і розвитку інтелектуального капіталу на базі використання знань організації.

Ця стратегія будується з врахуванням одночасної взаємодії усіх трьох елементів інтелектуального капіталу. Отже можна запропонувати стратегію перехресних інвестицій в елементи інтелектуального капіталу. При інвестуванні в одну зі складових, або в організаційні знання, спостерігається вплив на розвиток іншої. Тобто всі три види інтелектуального капіталу знаходяться у взаємозв'язку: людський, організаційний та споживчий капітал. Таким чином проявляється ефект перехресних інвестицій, які викликають позитивний ефект в розвитку різних видів інтелектуального капіталу при інвестуванні в один з них. Отже перехресне інвестування повинне створити умови для ефектив-

ної взаємодії між людським, організаційним та споживчим капіталом для забезпечення максимального ефекту від вкладених в них інвестицій і формування інновацій.

Процес відтворення інтелектуального капіталу можна подати у вигляді схеми (рис. 3.10). Згідно з наведеною схемою виділяється сукупність взаємозв'язків між різними елементами інтелектуального капіталу та інвестиціями в них.

Інвестиції в людський капітал, які впливають на організаційний капітал проявляються в таких напрямках:

- інвестиції в навчання працівників, які сприяють вдосконаленню маркетингової діяльності;
- інвестиції в підвищення задоволеності працівників діяльністю в організації (організаційна культура, організаційна структура, просування по службі, доступність інформації, участь в прийнятті рішень), які сприяють підвищенню продуктивності праці;
- інвестиції в підвищення мобільності працівників в організації, які сприяють підвищенню продуктивності працівників.

Інвестиції в організаційний капітал містять в собі такі напрямки, які сприяють розвитку споживчого капіталу:

- інвестиції в маркетингову та інноваційну діяльність, які створюють умови для освоєння нових напрямків діяльності;
- інвестиції в розвиток маркетингової діяльності, які підвищують імовірність залучення нових клієнтів і забезпечують зростання попиту на продукцію та послуги підприємства;
- пришвидшення виконання заявок, яке відповідає інтересам замовника і яке підвищує лояльність клієнта до підприємства;
- інвестиції в комунікації з клієнтом для підтримки зв'язків зі старими клієнтами.

Серед інвестицій в організаційний капітал, які створюють умови для розвитку людського капіталу виділяються:

- створення бази знань та комунікаційних мереж, використання новітніх технологій документообігу, які стимулюють необхідність освіти та самоосвіти персоналу;
- інвестиції в автоматизацію процесів управління організацією, процесів збору та розподілу інформації, які полегшують працю працівників, підвищують достовірність інформації, а отже і якість індивідуальної праці працівників.

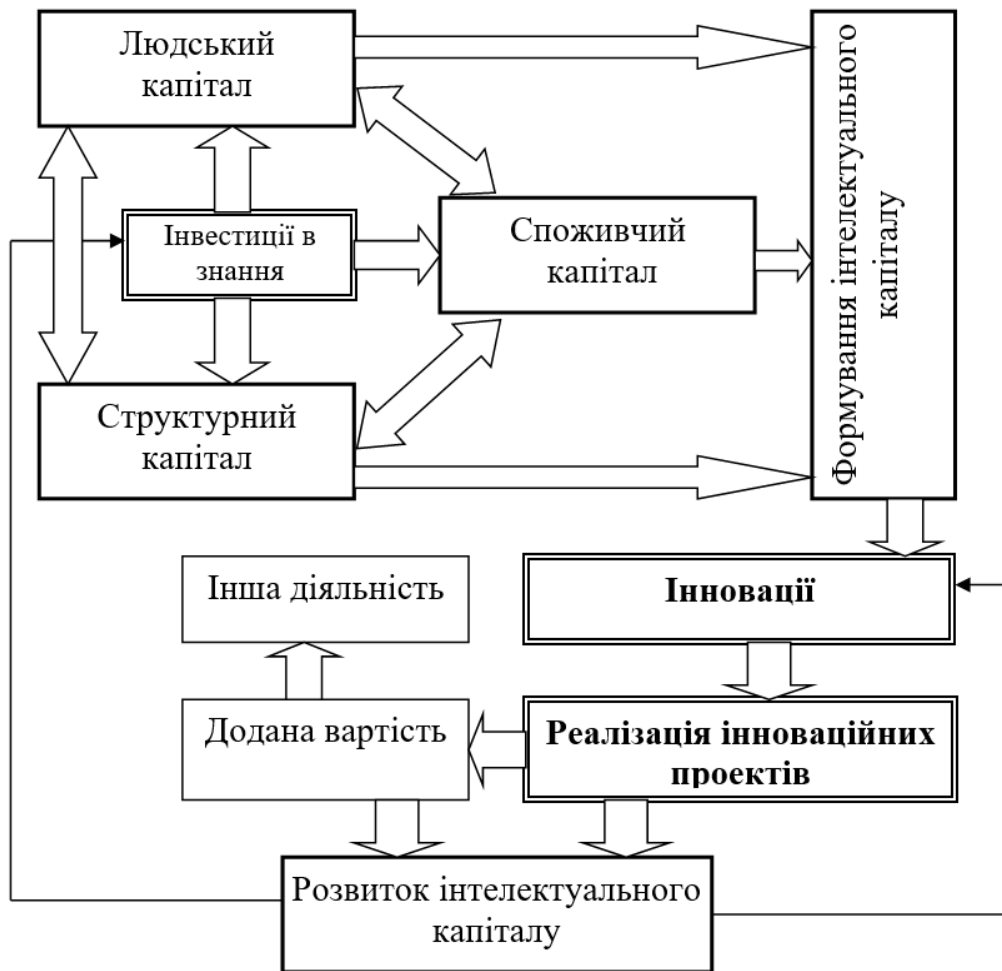


Рисунок 3.10 – Схема процесу відтворення інтелектуального капіталу організації

Інвестиції в споживчий капітал містять такі фактори, що сприяють розвитку організаційного капіталу:

- інформаційна відкритість у відносинах зі споживачем, поглиблення ділових контактів з постійними клієнтами, яке сприяє покращенню маркетингової діяльності;
- взаємне вивчення бізнес-процесів всіма партнерами, для вдосконалення методики виконання договорів, скорочення часу транзакцій, підвищення продуктивності праці працівників;
- взаємовигідні стосунки зі споживачами і постачальниками, які забезпечать формування системи управління якістю продукції.

Інвестиції в розвиток людського капіталу, в свою чергу впливають на споживчий капітал за такими напрямками:

- інвестиції в навчання працівників одночасно забезпечують підвищення рівня освіти та дають можливість налагодження соціальних контактів з потенційними клієнтами;

- підвищення матеріального заохочення працівників, що сприяє їх більшій зацікавленості у споживачах продукції або послуг організації.

В інвестиціях в споживчий капітал, які викликають позитивний ефект в розвитку людського капіталу, доцільно виділити такі аспекти як:

- формування інновацій спільно зі споживачем, для забезпечення максимальної якості продукції з позицій споживача та поповнення обсягу знань працівників підприємства;

- залучення нових клієнтів, створення нових маркетингових зв'язків сприяють підвищенню рівня знань працівників, кваліфікації, соціальних зв'язків.

Взаємодії між людським, організаційним та споживчим капіталом дозволяють сформувати якісний інтелектуальний капітал організації який є сукупністю знань, вмінь, навичок працівників, інтелектуальної власності підприємства й інших нематеріальних активів, які активно використовуються для забезпечення ефективної науково-дослідної, виробничої та комерційної діяльності, формуючи інноваційні продукти або послуги і забезпечуючи конкурентні переваги.

Використання інтелектуального капіталу організації найчастіше проявляється у вигляді інновацій, які можна трактувати не тільки як радикальні зміни, пов'язані зі створенням нових рішень, але також як реалізовані крок за кроком заходи, що випливають з досвіду організації, та застосування рішень, апробованих у даному сегменті ринку. Самі ж інновації, в цьому випадку, проявляються у двох видах: як технічні та як організаційні.

Технічні інновації пов'язані з продукцією, що виробляється підприємством, впровадженням нових рішень у виробництво та з технологіями.

Підприємства, які використовують технічні інновації і впроваджують нові види продукції, найчастіше намагаються досягнути провідної позиції на обраному сегменті ринку. Впровадження нової продукції часто зумовлює необхідність проведення заходів, спрямованих на створення попиту або задоволення потенційного попиту.



Інновації організаційного характеру змінюють систему управління та організацію процесу створення продукції або послуг, і зазвичай базуються на впровадженні нового способу управління підприємством, який може привести до зміни технології виробництва продукції та надання послуг. Інновації організаційного типу можуть виникати на підприємствах, які бажають посісти провідні позиції на ринку, а також тих, які з різних причин постають перед необхідністю змінити засади функціонування.

Під час впровадження інновацій істотне значення відіграють стосунки із постачальниками та споживачами, внаслідок чого може відбуватися постійний обмін інформацією та створення партнерських відносин.

Наступним етапом процесу відтворення інтелектуального капіталу є безпосередня реалізація інноваційних проектів, яка пов'язується з можливістю формування доданої вартості і, як результат, прибутку. Прискорення термінів реалізації інноваційних проектів сприяє прискоренню економічного розвитку підприємства загалом, а чим швидше реалізується програма розробок і впровадження інноваційних проектів, тим швидше формується додатковий грошовий потік у вигляді прибутку від інвестицій. Для оцінювання інновацій і відбору інноваційних проектів підприємство може використовувати співвідношення обсягів реалізації нової і старої продукції, яке для зручності можна представити у вигляді відношення загальних обсягів реалізації до реалізації обсягів старої продукції. Розрахунок загального валового доходу, отриманого від реалізації нової продукції у цьому році, і загального валового доходу від продукції, вдосконаленої і випущеної на ринок у наступні роки, дасть змогу отримати цифри, необхідні для розрахунку співвідношення сукупних обсягів реалізації і старих обсягів реалізації продукції.

Реалізація інноваційних проектів та отриманий в результаті валовий дохід або прибуток закріплює отримані організаційні знання, даючи поштовх розвитку інтелектуального капіталу підприємства у вигляді навичок, вмінь працівників, інтелектуальної власності, глибшому розвитку взаємовідносин з учасниками ринку.

Додаткові інвестиції в формування знань організації в свою чергу забезпечують розвиток людського, організаційного та споживчого капіталу підприємства, завершаючи поточний процес відтворення інтелектуального капіталу підприємства.

### Список використаних джерел

1. Стюарт Томас А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Стюарт Томас А. ; пер. с англ. В. Ноздриной. – М. : Поколение, 2007. – 368 с.
2. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Э. Брукинг ; пер. с англ. под ред. Л. Н. Ковалик. – СПб., 2001. – 288 с.
3. Эдвинссон Л. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании / Л. Эдвинссон, М. Мэлоун // Новая постиндустриальная волна на Западе / под ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Academia, 1999.
4. Курнышева И. Р. Макроэкономическое развитие: тенденции и перспективы. – М. : Наука, 2005.
5. Дятлов С. А., Селищева Т. А. Трансформация форм капитала в условиях роста информатизации экономики // Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. – 2006. – Выпуск 103–1. – С. 137–143.
6. Интеллектуальный капитал – стратегический потенциал организации : учебное пособие / под ред. д. э. н., проф. Гапоненко А. Л., д. э. н. Орловой Т. М. – М. : Социальные отношения, 2003. – 184 с.
7. Интеллектуальный капитал – основа опережающих инноваций : монография / под общ. ред. А. В. Безгодова, В. В. Смирнова. – СПб. : Планетарный проект, Орел : ОрелГТУ, 2007. – 336 с.
8. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. 8-е изд. / М. Армстронг : пер. с англ. под ред. С. К. Мордовина. – СПб. : Питер, 2007. – 832 с.
9. Sveiby K E. Methods for Measuring Intangible Assets / Copyright ©Karl-Erik Sveiby Jan 2001, latest update 27 April 2010. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.sveiby.com/article/Methods-for-Measuring-Intangible-Assets>.

10. Багов В. П. Управление интеллектуальным капиталом : учеб. пособие / В. П. Багов, Е. Н. Селезнёв, В. С. Ступаков. – М. : Камерон, 2006. – 248 с.

11. Кавецький В. В. Інтелектуальний капітал комерційної організації як об'єкт дослідження // Економіка: проблеми теорії та практики : збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2007. – Випуск 225 : В 3 т. – Т. III. – С. 768–778.

12. Кавецький В. В. Формування інтелектуального капіталу і інтелектуального ресурсу підприємства. // Розвиток наукових досліджень 2006 : матеріали другої міжнародної науково-практичної конференції, м. Полтава, 27–29 листопада 2006 р. – Полтава : ІнтерГрафіка, 2006. – Т. 9. – С. 108–112.

13. Бендиков М. А. Идентификация и измерение интеллектуального капитала инновационно активного предприятия / М. А. Бендиков, Е. В. Джамай // Экономическая наука современной России. – 2001. – № 4. – С. 83–108.

14. Лось В.О. Інноваційний розвиток підприємства / В. О. Лось // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. – Запоріжжя, 2008. – № 2. – С. 125–130.

15. Кавецький В. В. Управління організаційними знаннями як засіб формування інтелектуального капіталу організації / В. В. Кавецький // Проблеми формування конкурентоспроможності підприємств за умов нестабільності світової економіки : матеріали доповідей Всеукр. науково-практ. конф. (м. Вінниця, 27 квітня 2009 р.). – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. – 341 с.

### **3.4 Порівняльний аналіз дієвості підпроцесів процесів функціонування підприємств на основі авторських показників складових результативності**

Сучасні умови функціонування вітчизняних підприємств пов'язані з постійною боротьбою за кращу позицію на ринку. Вони потребують від підприємств оволодіння технологіями бенчмаркінгу як підходу, котрий сприяє систематичному пошуку й реалізації найкращих практик господарювання, що приводять до поліпшення форм організації та управління на цих підприємствах. «...У процесі проведення бенчмаркінгу при дослідженні певних об'єктів часто виникає необхідність розподілити об'єкти, котрі вивчаються, на окремі групи

(класи, категорії) відповідно до головних стратегічних пріоритетів» [4, с. 126]. Виникає така необхідність і при дослідженні процесів функціонування та розвитку підприємств; при цьому можуть застосовуватися різні методи групування об'єктів та виділення серед них груп, які є стратегічно важливими. Одним з таких методів, як відомо, є дискримінантний аналіз, який дозволяє визначити кількісну межу, котра надавала би можливість виділити групу підприємств-лідерів серед усіх інших підприємств [4]. У статті [3] ми (д. е. н., професор Н. В. Буреннікова та д. ф.-м. н., професор МКА В. О. Ярмоленко) розглянули практичне використання зазначеного методу для аналізу дієвості процесів функціонування підприємств на основі показників складових результативності і на прикладі конкретних підприємств Вінницької області порівняли його з нашими авторськими підходами, заснованими на моделях Буреннікової (Поліщук) – Ярмоленка. Ці моделі сприяють удосконаленню методологічних засад підвищення результативності функціонування систем будь-яких ієрархічних рівнів, що є корисним, наприклад, у проектному менеджменті в процесі управління (ресурсами, командою тощо) з метою успішного досягнення поставленої мети.

Відомо, що у галузях, котрі досліджуються методами дискримінантного аналізу, визначальним фактором є вибір низки показників, які характеризують критичні процеси, обрані при застосуванні бенчмаркінгу (як методу конкурентного аналізу). Стосовно інструментарію дискримінантного аналізу слід відзначити, що його використовують для розв'язання задач класифікації при наявності відповідних вибірок. Щодо показників дієвості різноманітних процесів (як спроможності процесів давати певний результат), то за традиційною схемою часто застосовують поняття ефективності як поняття, еквівалентне результативності [1, 8, 9, 15 та інші], хоча існують й інші точки зору щодо цього [5, 7, 10, 12, 13, 14 та інші]. Дослідження дієвості (of the force) процесу авторами [2, 11, 16 та інші] протягом понад 20 років довели, що є сенс розглядати категорію результативності (of the efficiency) будь-якого процесу одночасно з кількісної сторони (у вигляді характеристики його масштабного продукту) і з якісної, враховуючи ефективність процесу (effectiveness of the process); виникає потреба при цьому використовувати й відповідні показники як індикатори процесу.

Виявилося, що потребують всебічного вивчення різноманітні процеси за їхніми наслідками. Це сприятиме поглибленню уявлень щодо процесів. Формування авторських підходів до розв'язання проблеми оцінювання дієвості процесу за допомогою складових результативності (як процесу праці, В. О. Ярмоленко, Н. В. Поліщук (Буреннікова), 1996 р.), так і будь-якого процесу ([16], 2012 р.)) розглядалося в роботі [11] (2014 р.) колективної монографії. У монографії [2] (2017 р.) нами наведено відповідний модельний і категорійний апарати, пов'язані зі складовими результативності економічного процесу в інноваційному розумінні з кількісного та якісного боків, а також новочасні підходи щодо вимірювання цих складових. На конкретних прикладах економічних систем аграрного спрямування презентовано методика відповідного модельного й аналітичного інструментарію.

Що стосується методів, аналогічних методам дискримінантного аналізу, то невирішеною частиною проблеми є розкриття і вдосконалення методики їх використання для дослідження дієвості підпроцесів процесів функціонування підприємств на основі показників складових частин результативності з метою виявлення оптимальних варіантів дій щодо управління цими процесами.

Метою дослідження є розкриття, вдосконалення та реалізація методики використання порівняльного аналізу дієвості підпроцесів процесу функціонування підприємств на основі авторських показників складових частин результативності. Завдання полягає у тому, щоби при розгляді кожного з певних підпроцесів визначити кількісну межу, котра виокремлює підприємства групи лідерів від усіх інших підприємств та розподілити ці підприємства на групи у відповідності до певних визначальних пріоритетів. Практична значущість результатів нашого дослідження полягає у тому, що в ній реалізовано зазначені мету і завдання на прикладі реально діючих підприємств Вінницької області.

У статті [3] ми розглянули практику використання методики дискримінантного аналізу для дослідження дієвості процесів функціонування підприємств на основі показників складових частин результативності на прикладі конкретних сільськогосподарських підприємств зернопродуктового підкомплексу. Доведено на конкретному прикладі досліджуваних підприємств, що моделі, засновані на

методах дискримінантного аналізу, хоча й підходять явно для розв'язання проблеми правильного розподілу об'єктів, котрі вивчаються, на окремі групи відповідно до ключових пріоритетів, але за їх допомогою не завжди можна вирізнити *об'єкти окремої групи* з точки зору адекватного рейтингу. Виявлось, що значення дискримінантної функції не завжди визначають адекватну оцінку рейтингу об'єктів, котрі виділено в окремі групи (тому ця оцінка потребує додаткового аналізу). Для порівняння запропоновано авторські підходи до методики групування об'єктів та виділення серед них стратегічно важливих груп. Ця методика заснована на моделях Буреннікової (Поліщук) – Ярмоленка, котрі ґрунтуються на показниках складових результативності. Вона підсилює та урізноманітнює існуючі моделі у контексті дослідження процесів функціонування і розвитку суб'єктів господарювання з метою прийняття та реалізації науково-обґрунтованих управлінських рішень.

У статті [16] ми зупинились на складових результативності функціонування складних систем як об'єктах моделювання, запропонувавши, на відміну від раніше опублікованих робіт, при дослідженні *будь-якого процесу* виходити з того, що наслідком процесу є його продукти: продукт як користь – чистий наслідок процесу, продукт як втрати (втрачений наслідок процесу), загальний продукт (сукупний наслідок процесу як з позицій користі, так і з позицій втрат); масштабний продукт у вигляді продукту як користі та тієї частини продукту як втрат, котра пропорційна частці продукту як користі у загальному продукті (цей продукт характеризує масштаб процесу – звідси і впливає його назва). У цій статті разом з іншими матеріалами ми подали структуровану взаємопов'язану систему моделей для обчислення показників складових результативності підпроцесів функціонування складної системи, яку відображено у табл. 3.2.

Підкреслили у цій статті [16], що практичне використання запропонованих підходів щодо дослідження складових результативності певного процесу на основі моделювання залежить від специфіки цього процесу і потребує спеціального розгляду, який пов'язується з особливостями вимірювання продуктів процесу.

Таблиця 3.2 – Структурована взаємопов’язана система моделей для обчислення показників складових результативності підпроцесів функціонування складної системи

Показник	Позначення	Формула для обчислення
1) загального продукту підпроцесів	$V_i$	
2) чистого продукту підпроцесів	$G_i$	
3) втрат підпроцесів	$Z_i$	$Z_i = V_i - G_i$
4) масштабного продукту підпроцесів	$K_i$	$K_i = G_i + Z_i \cdot G_i / V_i$
5) необхідного продукту підпроцесів	$K_{Gi}$	$K_{Gi} = K_i \cdot G_i / V_i$
6) доданого продукту підпроцесів	$K_{Zi}$	$K_{Zi} = K_i - K_{Gi}$
7) індексу масштабності підпроцесів	$J_{Ki}$	$J_{Ki} = K_i / K_n$
8) ефективності підпроцесів	$E_i$	$E_i = V_i / Z_i$
9) частки втрат у загальному продукті підпроцесів	$D_{Zi}$	$D_{Zi} = 1 / E_i$
10) частки користі у загальному продукті підпроцесів	$D_{Gi}$	$D_{Gi} = 1 - D_{Zi}$
11) кількісної складової ефективності підпроцесів	$E_{1i}$	$E_{1i} = E_i - 1$
12) індексу ефективності підпроцесів	$J_{Ei}$	$J_{Ei} = E_i / E_n$
13) результативності підпроцесів	$R_i$	$R_i = K_i \cdot E_i$
14) індексу результативності підпроцесів	$J_{Ri}$	$J_{Ri} = R_i / R_n$
15) величини стимулювання результативності	$S_i$	$S_i = S_{i-1} \cdot J_{Ri}$
16) якості підпроцесів	$E_{2i}$	$E_{2i} = V_i / G_i$
17) індексу якості підпроцесів	$J_{E_{2i}}$	$J_{E_{2i}} = E_{2i} / E_{2n}$
18) індексу кількісної складової ефективності підпроцесів	$J_{E_{1i}}$	$J_{E_{1i}} = J_{E_i} / J_{E_{2n}}$

*Джерело:* авторська розробка

За приклад щодо об’єктів дослідження вибираємо для порівняння такі три процеси: процес отримання валового прибутку, процес отримання фінансового результату від операційної діяльності, процес отримання чистого прибутку, розглянувши діяльність п’ятьох підприємств Вінницької області, котрі позначено нами О1, О2, О3, О4, О5. Конкретизацію певних статистичних даних кожного з цих підприємств ми тут не надаємо в силу конфіденційності такої інформації за статтею 21 Закону України «Про державну статистику», але зазначимо, що такими підприємствами є: ТОВ СП «Нібулон», ДЧП з іноземною інвестицією «Сантрейд», ТОВ «Кернел-Трейд», ТОВ «АДМ

трейдинг Україна», ПАТ «Продовольча компанія «Поділля» (конфіденційність забезпечено за допомогою жеребкування щодо цих підприємств).

У табл. 3.3 наведено середньорічні значення показників виробничої діяльності вказаних підприємств за період 2012–2016 рр., а також загальносередні значення (ЗСЗ) відповідних показників цих підприємств (об'єкт О6) за період 2012–2016 рр., які розраховано як середньоарифметичні значення показників. У табл. 2 охарактеризовано складові результативності процесу утворення валового доходу кожного з підприємств О1, О2, О3, О4, О5 у порівнянні з об'єктом О6, отримані з даних табл. 3.4 за певними формулами [16].

Для досягнення мети дослідження, поставленої на початку статті, застосуємо методику, аналогічну методиці дискримінантного аналізу, для аналізу дієвості процесу утворення валового доходу об'єктів О1, О2, О3, О4, О5, О6. Завдання полягає у тому, щоб спочатку визначити кількісну межу, яка виокремлює підприємства групи лідерів від усіх інших підприємств. Дані, які використовуватимемо для розрахунків, наведено у табл. 3.4. Їх отримано з даних табл. 3.3.

З даних табл. 3.4 видно, що ранжування підприємств за результативністю процесу отримання валового прибутку виглядає таким чином: О4, О3, О2, О1, О5; процесу отримання фінансового результату від операційної діяльності – О3, О4, О2, О1, О5; процесу отримання чистого прибутку – О3, О2, О5, О1, О4. Отже, найкраще в усіх випадках діяло підприємство О3, а за ним – підприємство О2. Щодо ефективності процесів, то найкращим чином проявило себе підприємство О5.

Таблиця 3.3 Середньорічні значення показників діяльності об'єктів О1, О2, О3, О4, О5, О6 у 2012–2016 рр.\*

№	Показники	О1	О2	О3	О4	О5	О6
1	Чистий дохід від реалізації продукції (тис. грн)	10336052	7769647,2	24957378,2	5918855,2	1538885	10104163,52
2	Валовий прибуток (тис. грн)	1828556,8	1084783,8	4123414,4	940336	572471	1709912,4
3	Фінансовий результат від операційної діяльності (тис. грн)	980313	494537	2418037,4	122006	402656,4	883509,96
4	Чистий прибуток (тис. грн)	-744013	225388,2	307481	-60633	293913,2	4427,28
5	Чисельність працюючих (осіб)	5222,2	684	676,2	144,6	2285,8	1802,56

Джерело: дані фінансової звітності підприємств



Таблиця 3.4 – Характеристики складових результативності підпроцесів процесу функціонування об'єктів O1, O2, O3, O4, O5, O6 за 2012–2016 рр.\*

<b>Процес отримання валового прибутку</b>						
Об'єкт	Характеристика загального продукту процесу	Характеристика продукту як витрат процесу	Характеристика чистого продукту процесу		Характеристика якісної складової масштабного продукту процесу	
	<i>V</i>	<i>Z</i>	<i>G</i>	Ранг	$1 + D_z$	
O6	5605,452	4656,85	948,6022	4	1,8307716	
O1	1'979,252	1629,102	350,1506	5	1,8230894	
O2	11359,13	9773,191	1585,941	3	1,8603818	
O3	36908,28	30810,36	6097,921	2	1,8347817	
O4	40932,61	34429,59	6503,015	1	1,8411287	
O5	673,2369	422,7903	250,4467	6	1,6279963	
Об'єкт	Характеристика масштабного продукту процесу		Характеристика ефективності процесу		Характеристика результативності процесу	
	<i>K</i>	Ранг	<i>E</i>	Ранг	<i>R</i>	Ранг
O6	1736,674	4	1,2037	3	2090,435	4
O1	638,3559	5	1,214935	2	775,5608	5
O2	2950,457	3	1,162275	6	3429,241	3
O3	11188,36	2	1,197918	4	13402,73	2
O4	11972,89	1	1,188879	5	14234,31	1
O5	407,7262	6	1,592366	1	649,2495	6
<b>Процес отримання фінансового результату від операційної діяльності</b>						
Об'єкт	Характеристика загального продукту процесу	Характеристика продукту як витрат процесу	Характеристика чистого продукту процесу		Характеристика якісної складової масштабного продукту процесу	
	<i>V</i>	<i>Z</i>	<i>G</i>	Ранг	$1 + D_z$	
O6	5605,452	5115,311	490,1418	4	1,9125599	
O1	1979,252	1791,532	187,7203	5	1,905156	
O2	11359,13	10636,13	723,0073	3	1,9363501	
O3	36908,28	33332,36	3575,92	1	1,9031132	
O4	40932,61	40088,86	843,7482	2	1,9793869	
O5	673,2369	497,0814	176,1556	6	1,7383453	
Об'єкт	Характеристика масштабного продукту процесу		Характеристика ефективності процесу		Характеристика результативності процесу	
	<i>K</i>	Ранг	<i>E</i>	Ранг	<i>R</i>	Ранг
O6	937,4252	4	1,095819	4	1027,248	4
O1	357,6365	5	1,104782	3	395,1104	6
O2	1399,996	3	1,067977	5	1495,163	3
O3	6805,384	1	1,107281	2	7535,472	1
O4	1670,108	2	1,021047	6	1705,258	2
O5	306,2192	6	1,35438	1	414,7372	5

Процес отримання чистого прибутку						
Об'єкт	Характеристика загального продукту процесу	Характеристика продукту як витрат процесу	Характеристика чистого продукту процесу		Характеристика якісної складової масштабного продукту процесу	
	$V$	$Z$	$G$	Ранг	$1 + D_z$	
O6	5605,452	5602,996	2,456107	4	1,9995618	
O1	1979,252	2121,723	-142,4712	5	2,071982	
O2	11359,13	11029,62	329,5149	2	1,9709913	
O3	36908,28	36453,56	454,719	1	1,9876797	
O4	40932,61	41351,92	-419,3153	6	2,010244	
O5	673,2369	544,6547	128,5822	3	1,809009	
Об'єкт	Характеристика масштабного продукту процесу		Характеристика ефективності процесу		Характеристика результативності процесу	
	$K$	Ранг	$E$	Ранг	$R$	Ранг
O6	4,911033	4	1,000438	4	4,913186	4
O1	-295,1975	5	0,9328513	6	-275,3754	5
O2	649,4705	2	1,029875	2	668,8737	2
O3	903,8353	1	1,012474	3	915,1097	1
O4	-842,9283	6	0,9898598	5	-834,3809	6
O5	232,6064	3	1,23608	1	287,5202	3

\*Вартісні показники подано в середньому за рік на одного працівника в тис. грн у фактичних цінах;  $V$  – показник загального продукту;  $Z$  – показник продукту як витрат;  $G = (V - Z)$  – показник чистого продукту.

Джерело: розраховано авторами.

Отже, при використанні бенчмаркінгу (як методу конкурентного аналізу) в багатьох випадках при дослідженні процесів функціонування та розвитку підприємств (зокрема, сільськогосподарських) виникає необхідність розподілити об'єкти, котрі вивчаються, на окремі групи (класи, категорії) відповідно до головних стратегічних (визначальних) пріоритетів. При цьому можуть застосовуватися різні методи групування об'єктів та виділення серед них таких груп, які є стратегічно важливими, потребуючи реалізації відповідних алгоритмів на основі моделювання. Одним з таких методів, як відомо, є класичний дискримінантний аналіз, який дозволяє визначити кількісну межу, котра виділяла би групу підприємств-лідерів з усіх інших підприємств. Визначальним при застосуванні зазначеного методу є вибір низки показників, які характеризують об'єкти і процеси, виділені при використанні бенчмаркінгу. За такі показники взято показники ефективності та масштабного продукту як складові

показника результативності, котрі характеризують будь-який процес як з якісної, так і з кількісної точок зору. Практичну реалізацію методології, аналогічній методології дискретного аналізу, здійснено на прикладі конкретних підприємств регіону. Методика групування об'єктів і виділення серед них стратегічно важливих груп ґрунтується на показниках складових результативності, котра заснована на моделях Буреннікової (Поліщук)–Ярмоленка. Реалізація такої методики на прикладі реально діючих підприємств вказує на можливість її застосування на мікрорівні з метою прийняття та втілення у практику науково-обґрунтованих управлінських рішень, а також при впровадженні відповідних проектів.

### Список використаних джерел

1. Большой экономический словарь / авт.-сост. А. Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 2007. – 860 с
2. Буреннікова Н. В. Результативність функціонування складних економічних систем аграрного спрямування : монографія / Н. В. Буреннікова, В. О. Ярмоленко. – Вінниця : ВНАУ, 2017. 168 с.
3. Буреннікова Н. В. Практика використання дискримінантного аналізу дієвості процесів функціонування сільськогосподарських підприємств на основі показників складових результативності / Н. В. Буреннікова, В. О. Ярмоленко // Бізнес Інформ. – 2018. – № 2. – С. 108–115.
4. Гордієнко П. Л. Стратегічний аналіз : навчальний посібник / П. Л. Гордієнко. – К. : Алерта, 2006. 404 с.
5. Загорна Т. О. Економічна діагностика / Т. О. Загорна. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 440 с.
6. Зварич В. І. Дискримінантний аналіз і планування експериментів [Електронний ресурс] / В. І. Зварич, Лапач С. М. – Режим доступу: [s-konf.mmi.kpi.ua/imm2017/paper/download/6010/1975](http://s-konf.mmi.kpi.ua/imm2017/paper/download/6010/1975).
7. Климаш Н. І. Науково-теоретичні аспекти сутності понять «ефективність» та «результативність» // Наукові праці НУХТ. – 2009. – № 28. – С. 124–125.
8. Лямець В. І., Тевяшев А. Д. Системний аналіз. Вступний курс. // В. І. Лямець, А. Д. Тевяшев. – 2-е вид., перероб. та допов. – Х. : ХНУРЕ, 2004. – 448 с.

9. Мочерний С. В. Економічна теорія / С. В. Мочерний. – К. : Академія (Альма-матер), 2003. 656 с.
10. Олексюк О. І. Економіка результативності : монографія / О. І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2008. – 362 с.
11. Поліщук Н. В. Генезис авторських підходів до розв'язання проблеми оцінювання дієвості функціонування складних систем за допомогою складових результативності / Н. В. Поліщук, В. О. Ярмоленко // Економіка ХХІ сторіччя: проблеми та шляхи їх вирішення : монографія / За заг. ред. Г. О. Дорошенко, М. С. Пашкевич. Дніпропетровськ : НГУ, 2014. – С. 359–369.
12. Тесленок І. М. Сучасні підходи до визначення результативності управління підприємством / І. М. Тесленок, О. В. Михайлова, О. П. Богаченко // Економічний вісник Донбасу. – 2012. – № 1 (27). – С. 208–212.
13. Тищенко А. Н. Экономическая результативность деятельности предприятия : монография / А. Н. Тищенко, Н. А. Кизим, Я. В. Догадайло. – Х. : ИНЖЕК, 2003. – 144 с.
14. Федулова Л. І. Менеджмент організацій / Л. І. Федулова. – К. : Либідь, 2004. – 448 с.
15. Шеремет А. Д. Финансы предприятий / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин. – М. : ИНФРА, 1997. – 309 с.
16. Ярмоленко В. О., Поліщук Н. В. Складові результативності функціонування складних систем як об'єкти моделювання / В. О. Ярмоленко, Н. В. Поліщук // Вісник Черкаського університету. Серія: Економічні науки. – 2012. – № 33(246). – С. 86–93.

*Наукове видання*

## **ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ В УКРАЇНІ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ**

Колективна монографія

Редактор С. Малішевська

Оригінал-макет підготовлено О. Леськом

Підписано до друку 10.04.2020 р.  
Формат 29,7×42¼. Папір офсетний.  
Гарнітура Times New Roman.  
Друк різнографічний. Ум. др. арк. 7,1.  
Наклад 95 пр. Зам № В2020-13

Вінницький національний технічний університет,  
ІРВЦ ВНТУ,  
21021, м. Вінниця, Хмельницьке шосе, 95,  
ВНТУ, ГНК, к. 114.  
Тел. (0432) 59-85-32.

**press.vntu.edu.ua**; *email*: kivc.vntu@gmail.com.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
серія ДК № 3516 від 01.07.2009 р.

Віддруковано ФОП Барановська Т. П.  
21021, м. Вінниця, вул. Порики, 7.  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
серія ДК № 4377 від 31.07.2012 р.