

члена суспільства.

Література

1. Закон України «Про інформацію» від 02.09.92 // Закони України / Верховна Рада України; Ін-т законодавства. — К., 1996. — Т. 4. — С. 72 – 78.
2. Закон України «Про науково-технічну інформацію» від 25.06.93 // Закони України / Верховна Рада України; Ін-т законодавства. — К., 1996. — Т. 5. — С. 191 – 200.
3. Закон України «Про державну таємницю» в редакції Закону від 21.09.99 // Голос України. — 1999. — 26 жовт.
4. О. В. Соснін «Місце інформаційної діяльності в інноваційній моделі розвитку економіки України». — К., 2005 р.
5. Беляков К. І. Деякі питання щодо формування реформи інформаційного законодавства України // Систематизація законодавства в Україні: проблеми теорії і практики: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. — К.: Інститут законодавства Верховної Ради України, 1999. — 255 с.
6. Лукінов І. До питання про концепцію і модель сучасного економічного розвитку України // Економіка України. — 2001. — № 6.

Надійшла 16.04.2009

УДК 658.589

О. А. ГОРОБЕЦЬ

Хмельницький національний університет

МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Здійснено аналіз методів оцінки ефективності інновацій та інвестицій на підприємствах та визначено їх переваги.
There has been realized the analysis of methods of evaluation of the innovations efficiency and investments on enterprises, and determined their advantages.*

Постановка проблеми. Для створення в Україні конкурентноспроможної ринкової економіки першочерговим завданням вітчизняних виробників є вихід на світовий ринок. Але цей процес ускладнюється наявністю двох взаємопов'язаних проблем характерних для промисловості – низькою економічною ефективністю діяльності суб'єктів господарювання та невідповідною світовим стандартам якістю продукції. Розв'язання названих проблем неможливе без здійснення активної інноваційної політики держави та організації інноваційної діяльності на кожному підприємстві. Розвиток будь-якого успішно діючого в умовах ринкової економіки підприємства варто розглядати як постійний процес створення інновацій, як безперервний процес творчої діяльності, спрямований на створення нової продукції, технології й матеріалів, нових організаційних форм, що володіють науково-технічною новизною, та дозволяє задовольнити нові суспільні або індивідуальні потреби [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття інноваційної діяльності у вітчизняній літературі з'явилося наприкінці 80-х років. Аналізуючи різні думки, ідеї, підходи до трактування цього поняття, можна визначити інноваційну діяльність як процес науково-технічної, організаційно-економічної діяльності, спрямований на створення прогресивної техніки й технологій на основі досягнень науково-технічного прогресу.

Незважаючи на те, що сьогодні в області інноваційної діяльності досягнуто значного прогресу, все ще залишаються не до кінця зрозумілі й визначені шляхи економічної оцінки ефективності інновацій. Також слід зазначити, що перш ніж розпочати розгляд й аналіз методів оцінки інновацій, необхідно особливу увагу приділити питанням у сфері капітальних вкладень.

Розвиток продуктивних сил як основи економіки України сьогодні вимагає всебічного вдосконалення й відновлення основних фондів підприємств. У цей час більша частина основних фондів промислових підприємств уже відпрацювала свій ресурс та має дуже високий рівень зносу й зовсім не відповідає якісним характеристикам сучасного устаткування. Тому одним з головних завдань, що постають сьогодні перед промисловістю, є завдання відновлення, модернізації й заміни застарілого обладнання сучасним [2].

Вагомий внесок в теорію з питань ефективності запровадження методів оцінки інновацій у виробництво зробили закордонні та вітчизняні вчені: В. Беренс, П. Хавранек, Г. Бірман, С. Шмідт, Л. Гітман, М. Джонк, В. Ковальов, А. Гойко, А. Савчук, А. Пересада та ін. Останнім часом з'явилася значна кількість наукових праць щодо інноваційної моделі розвитку економіки України і суб'єктів господарювання: П. Завліна, С. Ільєнкової, С. Ілляшенка, Н. Краснокутської, Е. Крилева, Черваньова Д. М. [1, 2, 3, 5, 6].

У них розкрито сутність, види й особливості моделі інноваційного розвитку економіки, інструменти й важелі державної підтримки інновацій, складові механізми інноваційного розвитку підприємств, етапи інноваційного процесу, методи оцінки інноваційних проектів тощо. Проте проблему оцінки ефективності інновацій усе ще не розв'язано остаточно: не враховуються ринкові вимоги щодо побудови цілісної моделі оцінювання ефективності, не обґрунтовані повною мірою принципи та особливості оцінки ефективності окремих напрямів інноваційної діяльності.

Виділення невирішених частин загальної проблеми. Проблема визначення економічного ефекту і вибору найбільш кращих варіантів реалізації інновацій вимагає, з одного боку, перевищення кінцевих результатів від їхнього використання над витратами на розробку, виготовлення і реалізацію, а з іншого боку – зіставлення отриманих при цьому результатів з результатами від застосування інших аналогічних по призначенню варіантів інновацій. Метод числення ефекту інновацій, заснований на зіставленні результатів їхнього освоєння з витратами, дозволяє приймати рішення про доцільність використання нових розробок.

Незважаючи на значні наукові надбання в дослідженні інновацій, недостатньо аргументованими залишаються теоретико-методологічні та прикладні аспекти щодо механізму формування потенційного надприбутку. В результаті відсутні чіткі критерії відбору та ефективні механізми підтримки і поширення інновацій. Досить часто вони здійснюються із затримкою у часі, що призводить до значних втрат [3].

Формування цілей статті. Свідомо проводячи наступальну інноваційну стратегію, можна розвинути будь-яку технологію до світового рівня. Підприємствам нашої країни слід прагнути до розроблення прогресивних видів обладнання, нових видів виробів, їх освоєння у виробництві, що дало б змогу динамізувати розвиток економіки та розширити ринки збуту.

Основна форма прояву наступальної інноваційної стратегії промислових підприємств – це безупинне підвищення технічного рівня, вдосконалення якісного стану їхньої виробничої бази. У зв'язку з цим необхідно як найшвидше провести технічну реконструкцію вітчизняних підприємств, результатом якої було б підвищення рівня якісного стану їхньої виробничої бази і досягнення такого рівня техніки і технології, який дав би змогу національним підприємствам випускати продукцію високої якості та забезпечити її конкурентноспроможність на світових ринках.

Виклад основного матеріалу. Привабливість інновацій полягає не лише в кращих економічних результатах окремих підприємницьких структур, інновації сприяють загальному соціально-економічному зростанню, тому оцінювання їх ефективності слід здійснювати комплексно з урахуванням економічних, науково-технічних і соціальних чинників.

Основними критеріями оцінювання результатів інновацій є актуальність, значущість, багатоаспектність. Актуальність передбачає відповідність інноваційного проекту цілям науково-технічного і соціально-економічного розвитку країни, регіону, підприємства. Значущість визначається з позицій державного, регіонального, галузевого рівнів управління і з позицій суб'єкта підприємництва. Державна значущість полягає у вирішенні проблем загальнодержавного масштабу у всіх сферах життєдіяльності населення відповідно до цілей науково-технічного і соціально-економічного розвитку країни. Регіональна значущість відображає ступінь вирішення властивих певному регіону соціально-економічних і екологічних проблем, цілі реалізації його потенціалу шляхом здійснення інноваційних програм і реалізації інноваційних проектів. Галузева значущість показує вплив інновацій на вирішення проблем, важливих для багатьох господарюючих суб'єктів галузі. Значущість для підприємства полягає у зміцненні його ринкових позицій через вирішення технологічних, економічних, соціальних, екологічних проблем.

Багатоаспектність, – цей критерій враховує вплив інновації на різні сторони діяльності суб'єкта господарювання та його оточення, отримання різних видів ефекту науково-технічного, економічного, ресурсного, соціального, екологічного.

У процесі науково-технічного оцінювання визначають:

- 1) наскільки прийняті технічні рішення відповідають сучасним технологічним вимогам в індустріально розвинутих країнах, сприяють руху до постіндустріального суспільства;
- 2) який рівень і масштаб новизни інноваційного проекту, його складових частин, чи ґрунтується він на інтелектуальному просторі чи на захищеній патентами інтелектуальній власності;
- 3) наскільки перспективними є закладені в проект технологічні і технічні засоби;
- 4) на який ринок (зовнішній чи внутрішній) розрахована нова продукція.

Економічне оцінювання охоплює систему показників, які відображають відношення результатів і витрат кожного учасника інновації. Вихідними даними для їх визначення є ринкова потреба в інновації (обсяг її продажу протягом розрахункового періоду), прогнозна ціна інновації (з урахуванням видатків, рівня інфляції, позичкового відсотка, рівня прибутковості) і величина реальних грошових потоків, що визначається сумою поточних витрат, інвестицій, виручкою від продажу тощо.

Загальним принципом оцінювання економічної ефективності інноваційної діяльності є порівняння ефекту від застосування нововведень і витрат на їх розроблення, виробництво та їх споживання. Розмір ефекту від реалізації інновацій їх очікуваною ефективністю.

Ефект від реалізації і застосування нововведень може характеризуватися збільшенням прибутку, Отриманого шляхом економії від зменшення собівартості, і збільшенням виручки від зростання обсягу

реалізації інноваційної продукції завдяки її новій якості.

Ресурсне оцінювання. Здійснюють його з метою визначення впливу інновацій на обсяги споживання певного виду ресурсу і подолання проблеми його обмеженості, визначають її показниками підвищення ефективності їх використання (наприклад, підвищення ефективності використання трудових ресурсів – зростанням продуктивності праці; технічних ресурсів – зростанням фондівіддачі тощо).

Соціальне оцінювання. Полягає воно у визначенні внеску інновації у поліпшення якості життя працівників.

Екологічне оцінювання. Цей вид оцінювання враховує вплив інновації на розв'язання проблем охорони довкілля [4].

Ефективність інновацій характеризується системою показників, що відбивають кінцеві результати реалізації, а також співвідношення результатів і витрат, обумовлених розробкою, виробництвом експлуатацією нововведень. В цілому проблема визначення економічного ефекту і вибору найбільш кращих варіантів реалізації інновацій вимагає, з одного боку, перевищення кінцевих результатів від їхнього використання над витратами на розробку, виготовлення і реалізацію, а з іншого боку – зіставлення при цьому отриманих результатів від застосування інших аналогічних за призначенням варіантів інновацій.

Метод числення ефекту інновацій, заснований на зіставленні результатів їхнього освоєння з витратами, дозволяє приймати рішення про доцільність використання нових розробок [5].

Для оцінки ефективності інновацій професор Льєнкова С. Д. пропонує використовувати систему показників: інтегральний ефект, індекс рентабельності, норма рентабельності, період окупності.

Аналіз ефективності інвестиційних проектів в усьому світі здійснюється на основі методології оцінки чистої поточної вартості інвестицій (NPV), внутрішньої норми прибутковості цих інвестицій (IRR), терміну їхньої окупності (PP) з обліком дисконтування очікуваних доходів від інвестицій.

Метод аналізу інвестицій, заснований на визначенні NPV (net present value) на яку цінність фірми може природити в результаті реалізації інвестиційного проекту, виходить з двох передумов: будь-яка фірма прагне до максимізації своєї цінності, різночасні витрати мають неоднакову вартість.

Аналіз інвестицій може здійснюватись і за показником чистої поточної вартості. Чиста поточна вартість – це різниця між сумою грошових надходжень (грошових потоків, припливів), породжуваних реалізацією інвестиційного проекту і дисконтованих до поточної їхньої вартості і сумою дисконтованих поточних вартостей всіх витрат (грошових потоків, відсотків), необхідних для реалізації цього проекту”.

Метод оцінки прийнятності інвестицій на основі NPV відповідає на запитання, чи сприяє аналізований проект зростанню цінності підприємства чи доходів інвестора взагалі, але ніяк не відбиває відносність величини даного зростання.

Для обчислення даної величини прийнято використовувати метод розрахунку рентабельності інвестицій PI (profitability index).

Цей показник дозволяє визначити, якою мірою зростає цінність підприємства (багатство інвестора) у розрахунку на грошову одиницю інвестицій.

Внутрішня норма прибутку, чи внутрішній коефіцієнт окупності інвестицій IRR (internal rate of return), являє собою, власне кажучи, рівень окупності засобів, спрямованих на інвестування. На практиці значення IRR розраховують за допомогою рівня розрахунку дисконтованої вартості, або використовують спеціальні таблиці коефіцієнтів приведення [6].

Метод розрахунку періоду окупності інвестицій PP складається у визначенні того терміну, за який кумулятивна сума грошових надходжень від проекту зрівнюється з величиною вкладених у нього інвестицій.

Одним з факторів, що впливають на інноваційну діяльність підприємств, є науково-технічний потенціал, який визначає рівень інноваційних можливостей суб'єктів господарської діяльності. Науково-технологічний потенціал інноваційної діяльності – це сукупність різних видів ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові інтелектуальні, які забезпечують інноваційні процеси. Саме наявність ресурсів для нашої країни є важливою складовою інноваційної діяльності. Можливість фінансування інноваційних проектів визначається фізичною наявністю та доступністю капіталу, що вкладається з метою майбутньої високої віддачі.

У більшості випадків інноваційна діяльність пов'язується з доведенням науково-технічних ідей, розробок до конкретної продукції і технології, що користується попитом на ринку. Особливості інноваційної діяльності – здійснення інвестицій специфічного характеру (великий ризик, довгострокові вкладення капіталу та ін.), дослідження ринку, бізнес-планування.

Для успішної реалізації інновацій необхідно врахувати багато факторів, найважливішими серед яких є: орієнтація на ринок; відповідність інновації меті підприємства; ефективна система відбору та оцінки проектів; ефективне управління проектами і контроль; наявність на підприємстві джерела творчих ідей; сприйнятливність підприємства до нововведень; індивідуальна та колективна відповідальність за результати інноваційної діяльності.

Висновки. Можна стверджувати, що оцінювання потенціалу інновацій та результатів інноваційної діяльності є важливим критерієм відбору, підтримки та поширення інновацій, слугує основою періодичного

технічного та технологічного оновлення виробництва, джерелом прискорення науково-технічного прогресу, створення та випуску конкурентоспроможної продукції, сприяє підвищенню ефективності виробництва та економічному зростанню країни.

Література

1. Черваньов Д. М., Нейкова Л. І. Менеджмент інноваційного розвитку підприємств України. – К.: Т-во „Знання”, КОО, 1999. – 514 с.
2. Завлин П. Н., Васильев А. В. Оценка эффективности инноваций. – СПб., 1998.
3. Ильенкова М. Д., Гохберг Л. М., Ягудин С. Ю. и др. Инновационный менеджмент / Под ред. С. Д. Ильенковой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 343 с.
4. Йохна М. А., Стадник В. В. Економіка і організація інноваційної діяльності. – К.: Видавничий центр „Академія”, 2005. – 282 с.
5. Липиц И. В., Косов В. В. Инвестиционный проект: методы подготовки и анализа. – М.: Изд-во БЕК, 1996. – 304 с.
6. Инновационный менеджмент / Под. ред. П. Н. Завлина, А. К. Казанцева, Л. Э. Миндели. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: ЦИСН, 1998. – 568 с.

Надійшла 29.03.2009

УДК 338.45:339.138:339.9

О. О. РОМАНОВ

Хмельницький національний університет

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМТВА: ІНСТРУМЕНТИ, КРИТЕРІЇ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ

У статті розглянуто актуальні проблеми та критерії результативності і ефективності маркетингової діяльності підприємств. Проведено аналіз існуючих систем оцінки ефективності маркетингової діяльності та запропоновано власний підхід щодо використання критеріїв та показників ефективності маркетингової діяльності підприємства.

In the paper there has been considered the actual problems and criterions of effectiveness and efficiency of the marketing activity of enterprises. Analyzed the existing systems of the efficiency evaluation of the marketing activity and proposed the own approach for applying the criterions and factors of the efficiency of the marketing activity of enterprises.

Постановка проблеми. Кінець ХХ – початок ХХІ століття багато науковців та практиків бізнесу визначають, як «час змін». Час, коли технології виробництва товарів, надання послуг, ведення бізнесу змінюються з постійним прискоренням. Це призводить до нових видів та рівнів конкуренції, яких не існувало раніше. Роль маркетингу в даних процесах важко переоцінити. Ніхто не може зупинити зміни або зменшити їх темп, але цілком можливо передбачити їх, визначити їх вектор. Розуміння природи змін і того, як з ними поводитись – є запорукою процвітання бізнесу [3, с. 15]. Маркетингова діяльність підприємств, що працюють на ринку України настільки багатогранна, наскільки і передбачувана та одноманітна. Аналізуючи збутову політику більшості українських підприємств з іноземними інвестиціями та іноземних компаній в Україні можна зробити висновок, про те, хто в кого запозичив або «перейняв» той чи інший маркетинговий хід. Не можна однозначно говорити про те, що на ринку України підприємства не вкладають гроші в маркетинг. Навпаки, на даний час склалась така ситуація коли компанії аби збільшити свою частку на ринку ідуть двома шляхами: перший – формують величезні маркетингові бюджети, витрачають їх – результат збільшення продажів та частки на ринку; другий – формують мізерні маркетингові бюджети, але за рахунок мінімальних витрат на збут продають продукцію за мінімальними цінами – результат збільшення продажів та частки на ринку. І перший, і другий підходи є результативними.

Аналіз останніх досліджень. З метою ефективного управління ресурсами, володіння необхідною маркетинговою інформацією, вдосконалення механізму управління маркетинговою діяльністю, підвищення конкурентноздатності підприємства та продукції, що виробляється, потрібно постійно здійснювати оцінку ефективності маркетингової діяльності підприємства. Науковці в сфері маркетингу не мають єдиної позиції, щодо критеріїв оцінки маркетингової діяльності підприємства. Так, ціла низка зарубіжних вчених – Ферріс Поль У., Бендл Нейл Т., Пфайфер Філіп І., Рейбштейн Девід Дж. вимірюють всі параметри роботи підприємства на ринку лише в кількісних вимірниках. В своїх працях вони знаходять кількісні вимірники таким категоріям як «цінність товару», «цінність клієнта», «цінність каналу збуту» – при різноманітних сценаріях ціноутворення та стимулювання збуту [8, с. 3]. Кожен маркетинговий показник має свою систему вимірювання. Суть полягає у вимірюванні абсолютно всіх факторів, які можуть вплинути на кінцевий результат з метою нівелювання будь-яких ризиків. Система оцінювання охоплює всі показники: від даних бухгалтерського та управлінського обліку до вражень та побажань клієнтів.

Г. Асель пропонує оцінювати ефективність маркетингової діяльності через оцінку ефективності