

Зазначені процеси насамперед вплинули на використання та формування трудових ресурсів. Значно активізувалися трудові міграційні процеси у сусідніх країнах.

Поглиблення інтеграційних процесів дало сильний поштовх до залучення іноземних інвестицій, створення спільних підприємств за участі іноземного капіталу, що стало важливим чинником підвищення зайнятості населення прикордонних територій. Все це зумовлює гостру потребу в підвищенні конкурентоспроможності людського потенціалу, що може бути досягнуто за рахунок інноваційної складової його розвитку. Зазначені процеси повинні зайняти належне місце в регіональних програмах зайнятості населення.

*1. Simai Mihaly. Globalization, Multilateral Cooperation and the Development Process / Working Papers. – № 63. 2. Закарпаття'2006: Статистичний щорічник. – Ужгород, 2007. 3. Зайнятість населення. – Жовтень 2006. – № 10 (170).*

УДК 658

О.Б. Мних

Національний університет “Львівська політехніка”

## ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ І ЙОГО РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ВАРТОСТІ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

© Мних О.Б., 2008

**Розглянуто теоретичні положення щодо структуризації інтелектуального капіталу та ідентифікації його значення у формуванні вартості підприємства. Виявлені динамічні тренди, що відображають реальну цінність інтелектуального капіталу в інноваційній діяльності в сфері машинобудування.**

**In the article theoretical positions are examined in relation to strukturizatsii of intellectual capital and authentication of his role in forming of cost of enterprise. Found out dynamic trends which represent the real value of intellectual capital in innovative activity in the sphere of engineer.**

**Постановка проблеми.** Інтелектуальний потенціал на початку ХХІ століття набуває форми капіталу через суспільну необхідність участі в створенні благ, налагодження ефективних систем ресурсного забезпечення їх продукування і просування до споживачів. Як свідчить світова практика, розвиток інтелектуального капіталу (ІК), зокрема його складових, людського, структурного і споживчого капіталу – це джерело багатства як окремої людини, так і підприємства і суспільства загалом, одночасно причина і наслідок зміни технологічної структури реального сектора економіки (особливо під впливом енергетичних та екологічних криз), а також вагомий чинник посилення тенденції спадаючої доходності капіталовкладень за зростаючого інвестування нематеріальних активів, наслідком якого є більш виражена тенденція зниження галузевого рівня граничної рентабельності інвестицій.

Участь у капіталі зумовлює появу нових вимог до порядку розроблення загальної і функціональних стратегій розвитку підприємства та механізмів інтегрованого управління його ринковою вартістю. Це вимагає глибокого осмислення і розроблення якісно нових методологічних засад вартісно-орієнтованого менеджменту в реальному та фінансовому секторах економіки. Ефективна

трансформація витрат у будь-який тип вартості (економічну, ринкову, споживчу, інвестиційну тощо) в системі „підприємство-клієнт” передбачає певну організаційно-технологічну та інформаційну технологію і високі професійні знання всіх учасників створення споживчої цінності з налагодженою структурою відносин у сфері постачання, виробництва і обміну результатів (проміжних чи кінцевих) з іншими учасниками спільної діяльності і ринкового господарства [1]. У зв'язку з тим особливо актуальними в науково-практичному аспекті є задачі ідентифікації ключових параметрів ІК і визначення його значення у формуванні вартості машинобудівних корпорацій.

Сама суть машинобудівного підприємства, як стратегічно важливого економічного агента вітчизняного і зарубіжного бізнесу, припускає наявність стійких і гнучких форм соціально-виробничих та економічних відносин з клієнтами та фінансовими інституціями. Зростання кількості АТ в Україні за 1997–2007 рр. від 30922 до 31993 одиниць або на 3,5 % (станом на 01.01.08р. 66 % з них – ЗАТ) призвело не тільки до розширення масштабу дії фінансових інструментів на різних сегментах ринку, але й до підвищеного ризику операцій з низьколіквідними ЦП, не включеними в індекс ПФТС. Під час реалізації державної програми розвитку машинобудування, розробленої на період 2006–2011 рр., згідно з якою планується зростання виробництва в 2,5 раза, актуальніше буде проявлятися недосконалість діючих методик оцінювання бізнесу через: недооцінювання значення ІК у формуванні вартості підприємства; розбіжність цілей і критеріїв ефективності (коротко-і довгострокових) різних взаємопов'язаних структур; невідповідність циклів відтворювальної і потокової функції підприємств-товаровиробників діловим циклом розвитку галузі і всього міжгалузевого комплексу як учасника міжнародного поділу праці; недооцінювання реальних активів збиткових підприємств з неефективною системою стратегічного менеджменту; відсутність маркетингового та логістичного забезпечення результатів оцінювання вартості окремих активів чи бізнесу загалом.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Поява концепції ІК була відображенням нових викликів постіндустріального суспільства з його пріоритетними цілями економічного зростання. Подальша трансформація індустріального в постіндустріальне суспільство якісно змінює просторово-часові межі формування вартісних взаємовідносин, основною причиною яких є зростаюча дифузія знань та інформації в глобальному масштабі, коли унеможливується ідентифікація ресурсних вартісних обмежень для досягнення очікуваних стратегічних цілей розвитку в межах традиційних моделей вартісного менеджменту підприємств, на що особливу увагу акцентує академік А.А.Чухно [2]. Хоча традиційні фактори виробництва мають певну цінність у створенні суспільних благ, проте їхнє значення на початку нового тисячоліття істотно зменшується у зв'язку з тим, що інформація виступає як системоутворювальний чинник трансформації економіки, віртуалізації бізнесу, мініатюризації виробництва, формування мережі бізнес-процесів у сферах виробничого, комерційного і фінансового підприємництва тощо. *Концепція управління вартістю підприємства ґрунтується на припущенні, що менеджери фірми зорієнтовані на стратегічні управлінські рішення, які передбачають певну філософію бізнесу з відповідними ключовими параметрами.* У табл. 1 наведено характеристику поглядів різних вчених щодо основних факторів формування вартості фірми.

Базовими поняттями в бізнесі виступають активи (джерела використання капіталу і джерела надходження капіталу), прибуток, темп зростання і грошові потоки, які взаємозв'язані. Тому ринкові чинники знаходять своє відображення через відповідні фінансові індикатори компаній, які наведені в табл. 2: показник  $P/BV$  – це відношення ринкової і бухгалтерської вартості компанії.

## Чинники формування вартості фірми\*

Автори	Категорії				
	Покращення короткострокових грошових	Стабільність	Людські чинники	Унікальності	Ринкові чинники
1	2	3	4	5	6
Уїлсон (Wilson)		<ul style="list-style-type: none"> <li>встановлені стосунки з урядовими агентствами, (адміністративними) та іншими некомерційними органами, з якими має справу</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>особисті стосунки, які утворюються між людьми, які працюють разом у підприємстві, а також засіб знань і досвіду, які призводять до того – у сприятливих умовах – що праця є більш ефективною і «безпроблемною», ніж можна б цього очікувати від нової фірми</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>юридично захищені користі</li> <li>стратегічна локалізація</li> <li>виробнича техніка</li> <li>технологія</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>стабільні стосунки на усіх ринках, на яких підприємство має вже певний досвід – не лише на ринку, на якому продає, але також на ринках благ та послуг, які купує</li> <li>маркетингові канали (включаючи доступ до закордонних ринків)</li> <li>вигоди, які виникають з масштабу (наприклад, витрати на рекламу, а також дослідження та розвиток, нижчі витрати на отримання кредитів тощо)</li> </ul>
Нельсон (Nelson)	<ul style="list-style-type: none"> <li>надзвичайна здатність принесення прибутків</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>витрати, понесені на організування</li> <li>витрати, понесені на розвиток</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>марки і торгівельні знаки</li> <li>приховані активи і процеси виробництва</li> <li>патенти</li> <li>авторські права</li> <li>ліцензії</li> <li>франшизи</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>списки клієнтів</li> </ul>
Терні (Tearney)	<ul style="list-style-type: none"> <li>спеціальні, надзвичайні норми опроцентування кредиту, які виникають з встановленої репутації ретельного і чесного клієнта</li> <li>вигідні умови оподаткування</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>висока позиція суспільства завдяки участі підприємства у перспективних, стратегічно важливих акціях</li> <li>невдалий розвиток діяльності у конкурентів</li> <li>сприятливі юридично-адміністративні відносини</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>управлінський колектив високого класу</li> <li>надзвичайний менеджер з продажу</li> <li>слабкість управління у конкурентів</li> <li>добрі стосунки між працівниками</li> <li>курси і програми тренінгів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>приховані виробничі процеси</li> <li>відкриття талантів або засобів</li> <li>стратегічна локалізація</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ефективно здійснювана реклама</li> </ul>

\*Джерело: J. Koziński, *Wpływ wartości firmy na wartość udziałów spółki*, [w:] *Udziały w spółkach. Zarządzanie i rachunkowość*, Wrocław

## Біржова капіталізація і “вартість фірми” (goodwill) найбільших світових спілок\*

№	Спілка	Країна	Капіталізація [млн \$]	Показник P/BV	Goodwill [млн. \$]
1	General Electric	США	286098	4,3	219564
2	Microsoft	США	263990	4,7	207822
3	Exxon Mobil	США	244932	3,3	170710
4	Pfizer	США	244886	9,9	220150

\*Джерело: дані Global 1000, „Business Week”, 14.07.2003, а також даних Standard & Poor's

Як показали результати дослідження польських підприємств, виконаних в лютому 2007 р., відношення ринкової вартості до бухгалтерської становить близько 2,84. Такий великий розрив – це наслідок ефекту «доброго імені», не відображеного в активах (див. рис. 1), тобто недооцінювання нематеріальних активів підприємства (див. рис. 1), до яких, зокрема, належить: ІК, капітал клієнтів ( в архітектурі регіональної, національної чи глобальної економіки), капітал марки, інформація підприємства та системи її охорони ( правові , організаційні та технологічні). За результатами Центру досліджень Російської асоціації маркетингу, які в 2002р. обстежували 341 іноземну компанію, від 36% ( в машинобудуванні) до 87% ( зв'язок) керівників тих компаній вважають маркетингову стратегію нематеріальним активом, який враховується під час розрахунку капіталізації, причому респонденти вважали, що ця стратегія може збільшити капіталізацію в машинобудуванні більше від 11% , а середнє значення резерву капіталізації становить 18%, при цьому галузі, пов'язані з кінцевим споживанням, мають вищий потенціал збільшення капіталізації. За результатами аналогічного дослідження, виконаного в 2004 р. Конференц-центром On conferepse спільно із Співтовариством менеджерів Executive , майже 2/3 керівників схильні до думки, що інвестиції в маркетинг підвищують прибутковість компаній, проте лише 40% маркетологів показали розуміння взаємозв'язку між інвестиціями в маркетинг і зростанням ринкової вартості компаній [3], оскільки, як зазначають професори Гарвардської бізнес-школи Мак Говерн (McGovern) і Куелч (Quelch), середня тривалість роботи директорів з маркетингу в американській компанії становить 23 місяці, тому вони не мають глибокої, багатофункціональної підготовки в сфері менеджменту. Особливе значення концепції повного виключення втрат, що не добавляють цінності продукції, надавав Г.Форд, а концепція виробничої системи Тойоти разом з ідеєю поваги до людини розроблялась впродовж 30 років як серія нововведень, метою яких було підвищення ефективності виробництва і покращення внутрікорпоративного середовища через впровадження в практику діяльності двох основних принципів: принципу канбан («точно вчасно» just-in-time) і принципу автономізації або автоматизації з використанням інтелекту. Було відкинуто модель ціноутворення « затрати + прибуток» і знизилася роль залежності Максі-Зільберстона в стратегії формування вартості компанії, згідно з якою собівартість виробу знижується пропорційно до зростання обсягу виготовленої продукції, оскільки ці методи не «працюють» в умовах повільного зростання економіки країни в жорсткому конкурентному середовищі .Це вимагало здійснення революції в свідомості менеджерів.

За висловлюваннями Томаса А. Стюарта, ІК – це колективна розумова енергія, яку не тільки важко ідентифікувати, але й керувати його розвитком. Системи цінностей генерального директора, фінансиста і маркетолога можуть істотно відрізнятися один від одного, через що стратегічні цілі і вибрані варіанти їх ресурсного забезпечення не можуть бути “покладені” на зрозумілу для всіх працівників мову в різних функціональних сферах діяльності підприємства, що створює бар'єр для підвищення оперативності рішень, еластичності факторів виробництва, оновлення інформаційної бази даних, покращання іміджу компанії тощо. Це, своєю чергою, створює певні межі для розвитку інтелектуального капіталу, модель якого розроблена в Skandia і Canadian Bank of Commerce та описана Томасом А.Стюартом, яка охоплює такі складові – людський, структурний і споживчий.

Кожний з них нематеріальний, що відображає певний рівень використання інтелектуальних ресурсів і стає предметом конкурентної боротьби.



Рис. 1. Явні і приховані джерела формування вартості підприємства

Джерело: Праца зборова под red. naukową B. Dobiegaty-Korony i A. Hermana. Współczesne źródła wartości przedsiębiorstwa. Rozd. 4. Monika Marcinkowska Niematerialne źródła wartości przedsiębiorstwa.

Людський капітал – джерело оновлення і прогресу, проте для використання такого джерела необхідна певна система розподілу, переміщення знань, їх систематизації і організація певних структур у вигляді формальних і неформальних груп працівників та їх банку даних–носіїв ідей, служб маркетингу, маркетингової інформаційної системи, каналів дистрибуції, центрів логістики тощо. Слушною є наукова позиція О.В. Стефанишин про те, що необхідно розрізнити концепцію людського капіталу і концепцію людського розвитку: якщо «інвестиції в людину є передусім засобом збільшення продуктивності і доходу, чим і визначається їхня ефективність, і є одним із основних факторів виробництва, то в концепції людського розвитку високоосвічена, розвинена, благополучна людина – це мета» [4]. Разом з тим, ми схильні вважати, що ці дві концепції повинні бути інтегрованими в тому розумінні, що : по-перше, цілі і засоби їх досягнення в реальному житті взаємно переплітаються, адже досягнення цілей певного рівня виступає засобом досягнення інших цілей вищого порядку складності; по-друге, розвиток людського потенціалу (запас знань, здібностей, мотивації) і людського капіталу як його складової, передбачає певне середовище «споживання, затребування» такого капіталу з комплексом специфічних проблем, вирішення яких неможливе без нагромадження знань, вміння налагоджувати певні стосунки з іншими партнерами, виявляти спеціальну інформацію та її систематизувати в контексті пріоритетності цілей бізнес-систем (наприклад, формування такого середовища у вигляді промислових чи комерційних кластерів тощо); по-третє, людський капітал, як і будь-який інший ( виробничий, грошовий чи товарний) виконує свою функцію самозростання вартості лише за умови певної цілісності економічної системи, де цілі і засоби їх досягнення повинні бути раціонально інтегрованими за різними рівнями ієрархії на основі відносин власності чи володіння, адже чим складніша ієрархічна

структура, тим гострішою є проблема ідентифікації та завоювання життєвого економічного простору для розвитку ІК.

*Структурний (організаційний) капітал*, організовуючи людський капітал у формі, придатній для створення цінності і зростання доданої вартості, коли компанія діє майже рефлекторно, як і людський організм, *існує лише в контексті стратегії, цілі та оцінювання* через використання певних норм, правил поведінки, процедур, стандартів, юридичних прав власності і прав користування, критичного оцінювання минулого досвіду ( власного і чужого). Тому одне з його основних призначень – створення умов для трансформації знань у власність підприємства як важливого чинника зростання корпоративних активів. За висловлюванням Т.А. Стюарта, організаційний капітал, як і будь-який інший капітал, може бути розглянутий з погляду фондів і потоків. Проте *структурний капітал* виступає лише формою капіталу, відображає баланс (чи дисбаланс) між людською і технічною сторонами структурного капіталу, а *його зміст визначається швидко зростаючим ринком*, його потребами і вимогами. Три принципи, які допомагають правильно вибрати об'єкт оцінювання при ідентифікації ІК з числа нефінансових показників: принцип не ускладнювати – вибрати для кожного виду інтелектуального капіталу по три основних параметри плюс один (загальний); вимірювати лише те, що має стратегічне значення; оцінювати ті види діяльності, які нагромаджують ІК. Розгорнута характеристика ІК (в перерізі трьох його видів) охоплює дослідження та оцінку таких показників: оновлюваність оператора знань; частка нової продукції в загальному обсягу продаж; відношення працівників до роботи; розрахункова вартість заміни бази даних; оборотність оборотного капіталу; відношення продаж до продаж наукомісткої продукції (або відношення загальних і адміністративних витрат); задоволення споживачів; прихильність до даної торгової марки; процент утримування споживачів [5].

Яскравим прикладом ефективного управління структурним капіталом може бути компанія з виробництва персональних комп'ютерів Hewlett-Packard, де була грамотно здійснена сегментація ринку, і, відповідно, активізація знань через спеціалізацію, а відділ організації виробничих процесів трансформувалася із бюджетної групи, вартість утримування якого рівномірно розподілялась між відділами, у фонд, що продає свої послуги за укладеними договорами, тобто цей відділ став посередником між різними підрозділами компанії ; як наслідок, вартість акціонерного капіталу менше ніж за рік зросла вдвічі. Різні організаційні структури –це різні структури витрат і можливості комбінацій інструментів аналізу та підтримки рішень, на що акцентується особлива увага в новій економічній школі, яка має назву економіки операційних витрат. Родоначальником цього методу став лауреат Нобелівської премії Р. Коуз, ідеї якого далі розвинув О. Уільямсон.

Через оцінювання потенціалу споживачів, їх стратегічних цілей, інтересів, можливостей зростання вартості для клієнта і вартості підприємства завдяки клієнту, усунення конфліктів внутрішнього і зовнішнього характеру в системі «підприємство-клієнт» уможливується ідентифікація *споживчого капіталу* як важливої компоненти вартості економічних трансакцій, який в окремих випадках визначається як вартість франшизи – довготривалих відносин із споживачами продукції, адже володіння цінною інформацією про споживачів означає певну владу контролю над каналами дистрибуції. Важливим для виробника є не стільки фізичний потік товарів, а база даних про споживачів, доступ до потоку інформації (прямі зв'язки з клієнтами, організаціями споживачів), завдяки яким вирішуються такі питання, як доступ до ринків. Це вимагає дослідження ланцюга створення вартості від першого продавця до кінцевого споживача, а найціннішими в даному ланцюгу є такі ланки, які володіють знаннями, контролюють бізнес, регулюють матеріальні та фінансові потоки. Через неправильне відношення до споживчого капіталу американські компанії втрачають за п'ять років близько половини своїх клієнтів. Вважаємо, що «споживчий капітал» (капітал взагалі – це самозростаюча вартість) – важливий чинник зростання «споживчої вартості підприємства», яка досліджується, зокрема, польським вченим п. В. Яніком, адже остання трактується як здатність підприємства не тільки до компенсації всіх витрат, але й забезпечення додаткової вартості (доходів) для його власників. Виконання такої умови передбачає вдосконалення відносин з клієнтами і розвиток партнерського маркетингу.

За даними Департаменту комунікацій влади та громадськості Секретаріату КМУ наприкінці 2007 р. в сфері машинобудування було задіяно близько 25% всього промислового потенціалу України, а частка машинобудування в загальному обсягу реалізації промислової продукції за підсумками трьох кварталів 2007 р. становить лише 13,6% ( в розвинутих країнах світу на машинобудування за кількістю зайнятих і вартістю виробництва припадає близько 40% в структурі промисловості). За статистичними даними питома вага реалізованої інноваційної продукції України в загальному обсязі промислової продукції в 1-му півріччі 2007р. становила лише 6,3%, хоча за темпами зростання обсягів виробництва за підсумками трьох кварталів 2007р. машинобудування було одним із лідерів (приріст становив 24,9%). Очевидно, що пріоритетними в цій галузі є кількісні показники зростання масштабів виробництва (завдяки високому попиту на легкові автомобілі за сприятливих можливостей отримання товарних кредитів), а не якість економічного зростання – інновації товару і технологій. Практика засвідчує про недосконалість діючого механізму стимулювання розвитку інноваційної ризикованої діяльності і важелів регулювання розвитку ІК, похідними від яких є низький попит на інтелектуальні ресурси та їх недооцінювання в активах підприємств, тому впровадження стратегії технологічного прориву, задекларованої урядом, є малоімовірним. Погіршення стартових умов господарювання підприємств у конкурентному середовищі ( тільки на Львівщині 33,3% машинобудівних підприємств від їх загальної кількості , що становить 571, були збитковими в 2006р. із сумою збитків 91122,1тис.грн.) деформує асортиментну політику підприємств і структуру зовнішньої торгівлі (в експортних поставках переважають товари металургійної галузі, хімічної і легкої промисловості). Руйнується фундамент відтворення капіталу в реальному секторі економіки (через невідповідність темпів зміни обсягів виробництва, кількості працівників, темпам зміни фінансових результатів, інвестицій в основний капітал, зокрема в нематеріальні активи), знижується привабливість машинобудування на фондових ринках і зменшуються можливості залучення інвестиційних ресурсів на іноземних фондових біржах через IPO як наслідок недостатності капіталу, непрозорості бізнесу, відсутності стратегій розвитку капіталу марки, застосування недосконалих методик оцінювання активів підприємств .

У розвинутих країнах частка секторів економіки з інтенсивним використанням ІК сьогодні становить понад 50%, чим і пояснюється вагомий вплив об'єктів інтелектуальної власності на динаміку ВВП і зростання фінансових результатів ( їх питома вага в прирості ВВП становить 80–95 %), а прибутки від продажу ліцензій на запатентовані об'єкти права промислової власності становлять понад 100 млрд. дол. США [6]. До певного часу деяка інформація є комерційною таємницею, що може бути вагомим чинником отримання надприбутків за рахунок ефекту асиметрії інформації. Варто зазначити, що лише після 15 років розбудови незалежної держави, 23 лютого 2006р. в ЗУ «Про цінні папери і фондовий ринок» №3480 IV вперше було визначено правове поняття «інсайдер» та «інсайдерська інформація», які належать до сфери біржової торгівлі. Понад 60% обсягу інноваційної продукції в 2006 році реалізовано відкритими акціонерними товариствами і 20,5% – закритими акціонерними товариствами [ 7].

Перед топ-менеджерами експортоорієнтованих компаній поставлена необхідність дослідження причинно-наслідкових зв'язків поточного і стратегічного характеру в процесі впровадження в практиці менеджменту принципів дії «4-х типів свобод»: вільного переміщення капіталу, праці, товарів і послуг , а також освоєння нової філософії європейського бізнесу при впровадженні стандартів ISO серії 9000:2000, зважаючи на те, що 5 лютого 2008р. ВР України підписала протокол щодо вступу в СОТ і нині продовжуються підготовчі процеси щодо участі в бізнес-операціях в зоні вільної торгівлі і подальшого вступу в ЄС. Ця філософія бізнесу повинна стати державною, що ставить необхідність інтеграції макро-і мікротеорій економічного зростання в контексті формування сприятливих умов розвитку постіндустріального суспільства при максимальній ефективності використання ІК, адже ще за часів Радянського Союзу, як зазначає голова Державного департаменту інтелектуальної власності М. Паладій, в Україні розроблялось 17 з 21 високих технологій Союзу і реєструвалося кожне третє авторське свідоцтво. Тому особливо важливо, як зазначав ще в 2004р. акад. НАН України М.І. Долішній, планувати таку інноваційну

модель, яка базувалась би на світовій, європейській і вітчизняній науці. Ці питання ґрунтовно досліджувалися, зокрема, д.е.н. Є.І. Бойко, проф.Є.В. Крикавським, проф. О.О. Лапко, проф. В.В. Оні-кієнко, проф. Р. Паторою, проф. Н.І. Чухрай та ін. [8–10].

**Формулювання цілей статті.** Провести теоретично-прикладне дослідження ролі інтелектуального капіталу як чинника формування вартості підприємства і показати реальну його цінність в практиці машинобудівних підприємств у контексті стратегічних цілей розвитку економіки на інноваційних засадах виступає метою цієї наукової роботи.

**Виклад основного матеріалу.** Машинобудівні корпорації в постіндустріальних країнах займають ключове положення в ринковому просторі, оскільки вони діють на ринках основних факторів виробництва, купуючи і винаймаючи стратегічно важливі для економіки країни ресурси, а також продаючи їх за певними цінами на ринках товарів – наукомістких й інвестиційних. Це пояснюється тим, що будь-який ринок – це, по-перше, механізм обміну, що встановлює контакт між постачальниками і споживачами (ресурсів, проміжних продуктів і готових виробів) і, по-друге, – це і сфера виробництва, що характеризує ринок з боку пропозиції. Кожне підприємство і окремих працівник не тільки пристосовуються до змін в зовнішньому оточенні для виживання і розвитку компетенцій, але й творять свій життєво-інформаційний простір за методом нагромадження цінного і відсіювання зайвого, розширюючи чи звужуючи ресурсні обмеження залежно від: потенціалу, ділового іміджу, стійкості «внутрішнього ядра» при несприятливих кон’юнктурних коливань, вміння виявляти раціональне зерно для оптимізації рішень із безмежного потоку інформаційної економіки. На рис. 2 показана структурна схема ринкової вартості й інтелектуального капіталу (схема вартості Skandii Edvinssona і Mallona).

Вважаємо доцільним відзначити особливу роль ІК в сучасних процесах трансформації відносин з працівниками і клієнтами на етапі побудови інформаційної економіки: ІК виступає не тільки як капітал, але й відображає стратегічне бачення топ-менеджерів щодо подальших перспектив бізнесу; працівники розглядаються не як об’єкт затрат, а як об’єкт важливих інвестицій; кар’єра влади залежить не від нині займаної посади, а від здібностей і ділової репутації працівника; стиль керівництва з мінімізацією функцій нагляду і контролю; в організаційній структурі пріоритетним є не ієрархічний тип її побудови, а мережева структура переважно горизонтального типу (віртуальний зв’язок з клієнтами і працівниками); основний акцент в стратегічних рішеннях роблять не в бік зміцнення конкурентних переваг, скільки на співпрацю з наявними і потенційними конкурентами.

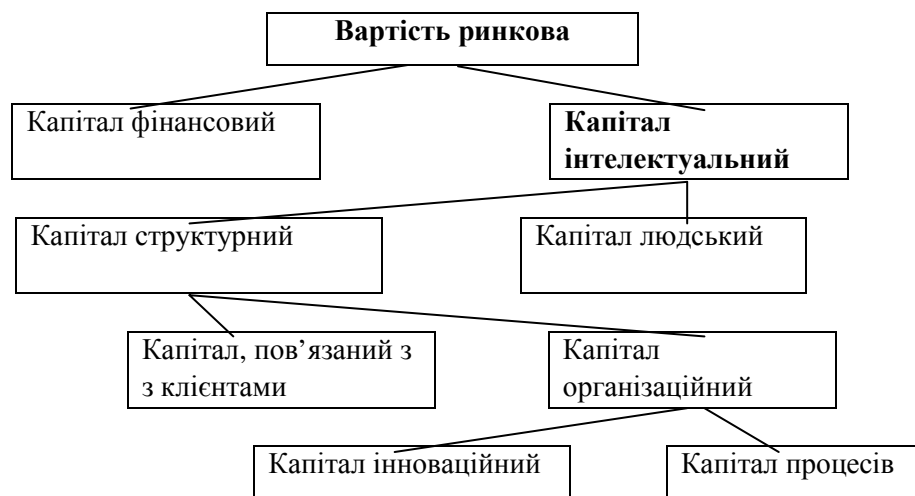


Рис. 2. Структура ринкової вартості й інтелектуального капіталу

Зауважимо, що в 1994р. частка монополізованих ринків у машинобудуванні і металообробці, за інформацією голови АМК О. Костусєва, була найвищою і становила 33,2%. Тому цінова



конкуренція виступала важливим фактором генерування доходів і позитивної динаміки акціонерного капіталу і ринкової вартості компаній-монополістів і така тенденція спостерігається ще досі стосовно підприємств добувних галузей, металургії, енергетики. Прискорення процесів євроінтеграції і вступу в СОТ під час безконтрольних процесів глобалізації бізнесу, перерозподілу власності і фінансових відносин, які дедалі більшою мірою трансформують реальну економіку у віртуальну, слабко корельовану з реальними економічними процесами відтворення капіталу і суспільною цінністю виготовлюваного продукту, – всі ці явища несуть в собі зростаючий потенціал можливих втрат, зв'язаних з асиметрією інформації учасників трансакційних угод. Для прикладу, частка економічно активних суб'єктів ЄДРПОУ станом на 01.01.07 року на Львівщині становила лише 57% [11]. Тому логічно постає питання, чи насправді активи, показані в бухгалтерському балансі решти 43% неактивних суб'єктів, відповідають атрибутам активів в ринкових умовах господарювання у разі зміни кон'юнктури, і чи можуть вони бути ідентифіковані як джерела формування поточної і майбутньої вартості? Зміна кількості учасників ринкових відносин в Україні (тільки на Львівщині кількість суб'єктів ЄДРПОУ зросла за період 2000–2006 рр. від 44997 до 58080) і їх ділової активності, а також важелів регуляторної політики корпоративного сектора, передбачених в проекті "Закону про акціонерні товариства", призводять до кількісно-якісної зміни співвідношення зовнішніх і внутрішніх чинників формування вартості підприємства та управління капіталом підприємств. У 2006р. НАН України прийняла концепцію розвитку сегменту грид-систем – складової галузі електронної комп'ютерної мережі, де задіяно 592 процесори, які можуть обробляти 54 терабайти інформації, що в 1,5 раза перевищує потужності російського грид-сегменту, проте через дефіцит кваліфікованих кадрів гальмується розвиток грид-систем в Україні.

Появляються нові джерела формування доданої вартості і, відповідно, об'єкти вартісних відносин (зокрема, е-бізнес, системи маркетингової інформації, стратегії розвитку інтелектуального капіталу тощо), суб'єкти регулювання ринку інтелектуальної власності (наприклад, Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ) прийняла рішення про скорочення на 5% розміру мит, що сплачуються за міжнародні патентні заявки, а також ще більшого скорочення знижки з 75% до 90% для країн, у яких національний доход на душу населення становить менш 3 000 доларів США, що набуває чинності з 1-го липня 2008 р.). В новому інформаційно-економічному просторі необхідно формулювати і критерії вибору технологій доступу до тих джерел, адже глобалізація бізнесу супроводжується зростаючими масштабами прямих іноземних інвестицій і впровадженням корпораціями змішаних технологій поєднання основних і похідних цінних паперів.

Завдання менеджменту машинобудівних підприємств у контексті розвитку ІК полягають ось у чому: забезпечити випереджувальне зростання темпів підвищення вартості нематеріальних активів порівняно з матеріальними (інформація і знання замінюють фізичні і фінансові активи); виявити приховані знання працівників і цінну інформацію на споживчому кінці ланцюга вартості; створити умови для стимулювання нагромадження знань і їх практичного втілення; трансформувати неявні знання в явні через вдосконалення системи стимулювання за підсумками створених цінностей для клієнтів (внутрішніх і зовнішніх), доданої вартості для споживачів та ідей щодо вирішення проблем клієнтів; органічно вбудувати досвід кожного працівника і ділових партнерів в окремі функції і задачі стратегічного розвитку; перетворити корпоративний інтелект в систему управління знаннями і в інтелектуальні капітальні активи; виявити обмежений характер затратних показників для цілей ефективного управління бізнесом і гнучкого стимулювання продуктивності як вагомого чинника конкурентоспроможності; відділити справжні знання від «шуму» (зайвої інформації) на основі оперування стратегічними методами – цілями і оцінками; створити на підприємстві умови для спадаючої матеріалізації виробництва (дематеріалізації) через вдосконалення політики підтримки рішень і використання спеціальних метрик – для управління змінами, інноваціями, проблемами, фінансами, взаємовідносинами з бізнесом [12]; важливим об'єктом і суб'єктом управління повинні бути високопрофесійні працівники, праця яких уможливорює комерціалізацію знань через патентування (політика преміювання таких працівників, бонуси, страхові поліси для всієї сім'ї тощо). Актуальність тих задач підтверджують отримані автором дані досліджень 35 машинобудівних підприємств Львівщини: загальна сума НМА становила в 2006р. лише 5041,4 тис.грн., а 89% з них

припадало на два підприємства – 73% – на ВАТ «Львівський автобусний завод» (зараз «Завод комунального транспорту») і 16% – на ВАТ «Дрогобицький завод штучних алмазів». Відповіді менеджерів останнього заводу на питання щодо сутності інтелектуального капіталу були різними: активи працівників (здібності, досвід, творчі підходи до вирішення проблем; активи інфраструктурні – різні технології, що уможливають ефективне виконання функцій підприємства; інтелектуальна власність – ноу-хау, патенти, ліцензії; ринкові активи – капітал марки, стратегічні клієнти, канали дистрибуції; капітал організаційний – інноваційні процеси організації праці та управління, капітал відносин, який спонукає до співпраці підприємства з іншими зацікавленими економічними агентами.

Без відповідної трансформації людського капіталу в структурній неможливо забезпечити перетворення спеціалізованих знань працівників у виробничі операції, створити передумови розвитку ділової етики, корпоративної культури, підвищити синергійний ефект діалектичної взаємодії структури і функцій і відтворення капіталу взагалі. Отже, *управління ІК сприяє збільшенню акціонерного капіталу шляхом ідентифікації цінності знань в структурних ланках, створення команди швидкого реагування на ринкові ситуації, систематизації, фільтрування знань, утилізації загальних знань і досвіду в процесі розвитку відносин із споживачами, інвесторами, банками, акціонерами та іншими зацікавленими сторонами.* Тільки взаємодія людського, структурного і споживчого капіталу при гнучкій організаційній структурі компанії, що функціонує на засадах соціально-етичного маркетингу і принципах логістичного управління (знання, клієнт і час – найцінніші активи) уможливорює зростання вартості підприємства через генерування доходів завдяки клієнтам і вдосконалення всіх ключових змінних бізнесу – організаційно-технологічних і фінансових. Дисбаланс між тими трьома складовими інтелектуального капіталу породжує різні конфлікти, знижує суспільну цінність для клієнтів, створює умови для відтворення принципу «виробництво заради виробництва» і фінансових спекулятивних потоків з ЦП на фондових біржах. Про це, зокрема, свідчить миттєва зміна курсу акцій як наслідок реакції власників ЦП і потенційних інвесторів на інформацію про викупи чи злиття компаній, їх стратегії розвитку, публічну фінансову звітність, плінність топ-менеджерів. Це означає, що на фондових ринках порушується рівновага між попитом і пропозицією і ринки високоліквідних ЦП далеко не відповідають закону рівноваги через зростаючий вплив нематеріальних активів (інформація про очікувані зміни чи оголошені підсумки за минулий час) на курс акцій; останні лише на етапі їх первинного розміщення відображають вартість фізичних ресурсів. Активи знань можуть дістати подальший розвиток через практичне впровадження стратегії зміцнення ринкових позицій і зростання вартості підприємства на основі грамотного управління нематеріальними активами й інтелектуальними фондами – очікуваного прибутку від патентів, налагоджених відносин із споживачами (лояльними клієнтами), ефективного використання капіталу торгової марки, використання додаткових прав (премій) на управління бізнесом, вивчення перспектив бізнесу партнерів тощо.

Хоча вітчизняне машинобудування не показує вагомих інноваційних досягнень і можливостей зростання інвестицій у виробництво за рахунок власних коштів (для прикладу, чистий прибуток всіх 571 підприємств машинобудування Львівщини становив 7,8 млн.грн. або в середньому 13,7 тис.грн. на одне підприємство; в 1-му кварталі 2007р. 51% підприємств машинобудування Львівщини були збитковими із сумою збитків 22153,2 тис.грн. і лише 15,9% - питома вага інноваційної продукції в цьому секторі в 1-му півріччі 2007р. при 8,3% інноваційно активних підприємств у промисловості Львівщини), проте оптимістичні рішення інвесторів відображають їх майбутні очікування, пов'язані із поживавленням суміжних ринків (за принципом „доміно”) і поступовим виходом країни із фондових катаклізмів [13]. Яскравим прикладом такого явища може бути зростаючий інтерес до акцій Сумського машинобудівного НВО ім. Фрунзе після оприлюднення ним фінансових результатів за 2006 рік завдяки очікуванням інвесторів нової ринкової ситуації, коли НВО стане постачальником обладнання для магістрального газопроводу Nord Stream як важливого джерела стабільного зростання доходів на 2–3 роки наперед і, вірогідно, буде задіяним до спільного проекту російського Газпрому й німецьких BASF та E.ON, зважаючи на його давню співпрацю з Газпромом. Власне не поточні фінансові результати – одна із

вагомих причин лідерства Сумського машинобудівного заводу за ознакою „найдинамічніша компанія”, акції якої з 1 по 16 березня 2007 року подорожчали на 17%, а приховані інші джерела вартості; дані табл.3 показують, наскільки істотними є відхилення щодо поточної ринкової вартості цього підприємства, визначеної різними інвесткомпаніями. Очевидно, що в кожній із інвесткомпаній було своє бачення подальших перспектив розкручування бізнесу і в оцінювання залучалися різні фінансові показники, методики ідентифікації цінності ІК, опціонних прав і рівнів ризику, пов'язаних із генеруванням майбутніх доходів.

У реальній управлінській практиці на ринкову вартість компанії можуть вплинути не тільки конкретні інноваційні технології і продуктові бізнес-проекти, але й організованість та комунікації бізнесу (маркетинг відносин чи партнерський маркетинг), рівень інформованості зацікавлених сторін про цей об'єкт дослідження (зокрема, асиметрія інформації стосовно суб'єктів і об'єктів ринкових відносин), горизонт дії стратегічно важливих суміжних проектів, заходи антимонопольної політики, термін дії патентів, обмеження з боку ринків капіталу, праці, політична підтримка дій менеджерів, дивідендна політика тощо. Для компаній, де основним пріоритетом є ІК, власне мережева організація, а не ієрархія виступає основною організаційною конструкцією, адже сам процес нагромадження і збагачення знань виявляє обмеженість пірамідальної організації праці та управління на користь мережевої форми організації бізнесу, яка створює додану вартість як найбільш цінну, інформаційну значно швидше, ніж ієрархічна. Крім того, будь-яка ієрархія має нижчу координаційну вартість, оскільки вихід на ринок наштовхується на певні бюрократичні перешкоди.

*Мережевий бізнес дає змогу вибудувати оптимальне співвідношення між собівартістю і прибутком з відповідною моделлю інтеграції капіталу – горизонтальною, вертикальною чи горизонтально-вертикальною – й уникнути необ'єктивності оцінювання інноваційно-інвестиційних проектів з боку ієрархічних структур, що уможливорює представлення нової ідеї іншій організації в цій мережі і глибшу перевірку цінності такої ідеї через поєднання фінансових і нефінансових показників.*

Таблиця 3

**Поточна ринкова вартість Сумського машинобудівного заводу, визначена різними інвесткомпаніями (станом на 20 березня 2007 року) \***

Інвесткомпанія	Справедлива вартість на 12 міс., \$ за акцію
Арт-Капітал	2,45
Galt and Taggart (Ukraine)	4,92
Millennium Capital	5,6

\*Середнє арифметичне між котируваннями на купівлю і продаж паперів у ПФТС-\$5,28 за акцію

*Кожна нова ідея повинна мати шанс довести свою цінність.* Важливим принципом управління ІК є те, що компанія позбавлена права власності на людський і споживчий капітал, а виступає їх співвласником нарівні з працівниками, постачальниками і замовниками. Відповідно, в якісно іншій площині вибудовуються взаємовідносини з економічними агентами з акцентуванням уваги не стільки на суперництво, скільки на пошук зон спільних довгострокових інтересів і ділового партнерства. У роботі [14] показані механізми стимулювання прогресу на прикладі компанії 3М (Minnesota Mining and Manufacturing), деякі з них: «правило 15%» – давня традиція, згідно з якою технічні працівники мають право витратити 15% свого робочого часу на проекти за власним вибором та ініціативою; створення внутрішнього венчурного фонду по \$50 тис. окремим дослідникам для розробки промислових взірців і виконання ринкових випробовувань; нагороди за розповсюдження технологій; форуми нової продукції, технічні форуми тощо для перехресного збагачення ідей. Чудово спланований портфель 3М появився внаслідок нерегульованої еволюції різноманітності і відбору видів діяльності і товарів за необхідної свободи та операційної автономії

децентралізованих структур. Ця компанія діє за простим принципом: ні один ринок, ні один товар, яким би незначним він не був, не повинен бути проігнорованим. Ключові компетенції підприємств-емітентів і менеджерів, які перевіряються на перспективну життєдіяльність при нестабільній кон'юктурі товарного і фондового ринків, стають важливими індикаторами довготривалої суспільної цінності і джерелами формування та утримування вартості як для інвесторів, так і для товаровиробників і їх клієнтів. Хоча обсяг експорту машинобудівної техніки, зокрема, у важкому і транспортному машинобудуванні, за 2006 рік за даними Департаменту загального машинобудування [15] становив до 70%, проте металургійні комбінати використовують лише близько 50% обладнання вітчизняних машинобудівних підприємств, решта – закуповується по імпорту (загальна тенденція експорту та імпорту показана на рис.3). Основна причина в тому, що провідні світові виробники, на відміну від українських, мають кращий досвід розкручування так званого споживчого капіталу – як складової ІК (за Томасом А. Стюартом) і можливість реалізації проектів модернізації того ж таки сталеплавильного комплексу „під ключ”, а також організації кредитних ліній на модернізацію наших металургійних комбінатів на декілька років, тобто налагодження тривалого ділового партнерства, оптимізації матеріальних і грошових потоків та їх коригування в бізнес-планах, формування міжнародної маркетингової стратегії підтримки товарів вищих рівнів.

Високий ступінь амортизованості основних виробничих фондів – одна з ключових проблем галузей вітчизняного машинобудування. Питома вага підприємств, що впроваджували інновації за підсумками трьох кварталів 2007р. становила лише 7,9%, причому лише 6,1% – питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, хоча було освоєно 1426 нових видів продукції і впроваджено 499 нових технологічних процесів.

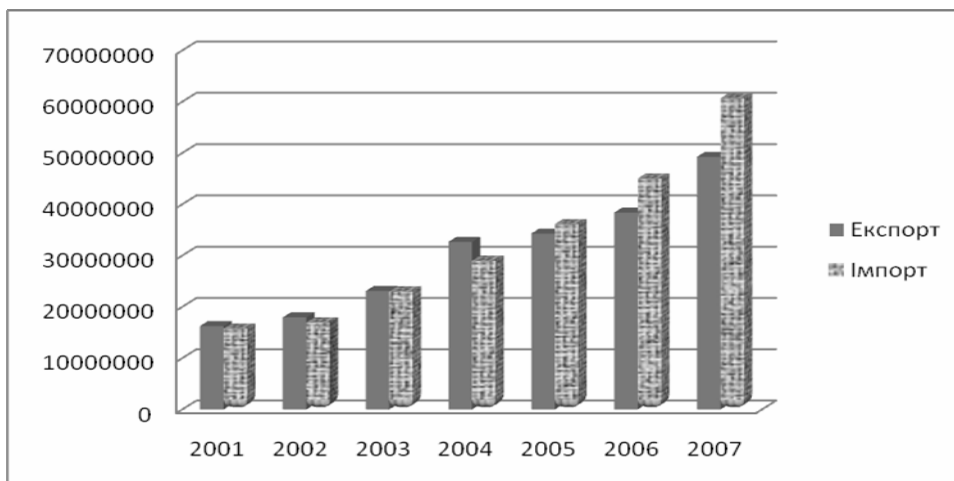


Рис. 3. Зростаюча динаміка розриву між обсягами експорту та імпорту продукції машинобудування

Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку)

Джерело: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Очевидно, що для інноваційних технологій та виробів не був створений відповідний життєво-економічний простір чи інституціональне середовище для отримання більшого синергічного ефекту. У машинобудуванні були втрачені ринкові можливості нарощування масштабу інноваційної продукції через зростаючу тенденцію зростання імпорту (див. табл.5), а за січень-серпень 2007р. перевищення імпорту становило по Україні \$5955,6 млн., (по Львівській області – \$205,7 млн.), тобто і надалі залишилася актуальною проблема імпортозаміщення. Вправі узагальнити, що пріоритетним і надалі залишається екстенсивний напрямок розвитку економіки (див. рис.4): у разі зростання вартості основних засобів у 1,76 раза за 2000–2006 рр. фондвіддача зросла від 0,64 в 2000р. до 1,09 в 2006 р., очевидно, що приховані значні непрацюючі активи, що істотно занижуватиме вартість окремих підприємств, а чисельність найманих працівників

зменшилася лише на 14%, чим і пояснюється використання інновацій в практиці господарювання на рівні окремого індивідуального підприємництва і існує подальше відтворення недосконалої системи мотивації розвитку людського (інтелектуального) капіталу залежно від обсягу реалізації та її прибутковості (неефективний маркетинговий та фінансовий менеджмент відбивається на низькій зарплаті; середньомісячна зарплата одного найманого працівника становила в 1-му півріччі 2007р. в промисловості Львівщини 1165,12 грн.).

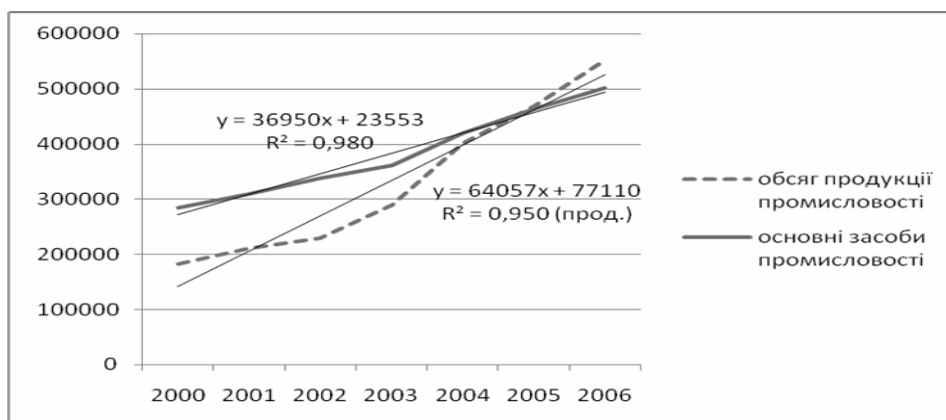


Рис. 4. Динаміка обсягу реалізованої продукції промисловості і основних засобів ( в млн.грн.)

Відображене на рис. 4 стрибкоподібне зростання вартості основних фондів в 2003р. за нижчих темпів збільшення реалізованої продукції показує: невідповідність темпів зміни затрат і ресурсів; наявність прихованих непрацюючих активів; обмежені можливості реалізації продукції на міжнародних ринках, зважаючи на низьку частку інноваційної продукції; неузгодженість маркетингових концепцій із загальною стратегією розвитку економіки на мікро-і макрорівнях; відсутність попередніх передінвестиційних досліджень попиту на продукцію.

Обмежувальним чинником інтенсивного розвитку інтелектуального капіталу і ділової інноваційної діяльності є низька диференціація джерел фінансування інновацій, зокрема, схильність підприємств до найменшого ризику – використання здебільшого власних коштів, які становили за три квартали 2007 р. більше 60% в капітальних інвестиціях; 85% – це питома вага власних коштів у загальній сумі витрат на інновації, а коефіцієнт кореляції між ними за 2000–2006 рр. становить 0,99024, константа 444,689 млн.грн.

Таблиця 4

#### Динаміка імпорту машинобудівної продукції

Роки	Імпорт всього, в тис.дол.	Зокрема:		
		Механічне обладн., машини та механізми *	Котли, машини, апарати і механічні пристрої	Електричні машини і устаткування
2001	15775093	2377878	1660723	717155
2002	16976834,51	2502043,63	1817544,24	684499,39
2003	23020771,01	3478255,3	2468426,09	1009829,2
2004	28996030,72	4740678,6	3214266,77	1526411,86
2005	36141094,96	6342271,7	4051773,24	2290498,41
2006	45034491,1	7873428,5	5191399,3	2682029,2
2007	60669923	10571703	7436594,2	3135108,9

<http://www.ukrstat.gov.ua/>

\* Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку

На рис. 5 показано структурні зміни в затратах на інновації за 2000–2006 рр., де стабільно пріоритетними є витрати на придбання машин, пов'язаних з інноваціями (в 2006 р. їхня частка становила 56,6%). Виявлення нових сфер спільних інтересів, як передумови налагодження довготривалих прямих і зворотних зв'язків з партнерами, уможлиблює ідентифікацію стратегічної цільової групи споживачів, нових цінностей і, відповідно, функціонально-грошових потоків та інформаційних потоків. Це уможлиблюється через спеціальні дослідження цільових ринків і можливості їх розширення через вивчення моделей поведінки споживачів на внутрішніх і закордонних ринках (*споживчий капітал*), розвиток організаційної структури на основі ідентифікації бізнес-підсистем і створення інтегрованих логістичних центрів, відповідальних за просування інноваційної продукції і трансферт технологій (*структурний або організаційний капітал*), підвищення професійних якостей потенційних споживачів через створення консалтингових груп, фокус-груп, організацій споживачів, участь у регіональних чи міжнародних проектах з вивчення досвіду щодо трансферту технологій і їх комерціалізації (в Україні у теперішній час виділено близько 15 пріоритетних програм кластерів промислового розвитку, зорієнтовані на виробництво експортно-орієнтованої продукції), проведення реорганізації управління (*людський капітал*). Взаємодія тих структурних складових інтелектуального капіталу уможлиблює поєднання ефекту масштабу виробництва із конкурентними перевагами в якості інноваційної продукції у разі виходу на євроринки, впровадження стратегії захоплення нових ніш. Заслугує на увагу вивчення досвіду залучення німецьких інвестицій в м. Новий Розділ ТзОВ «ОДВ Електрик» для виробництва електротехнічного устаткування, ТзОВ «Іралко-Україна» (Самбірський район) з виробництва устаткування для автомобілів по контракту з Ірландією, впровадження сучасних технологій виробництва технічних алмазів у ВАТ «Бориславський завод штучних алмазів» (подібна технологія використовується в Росії) та ін.

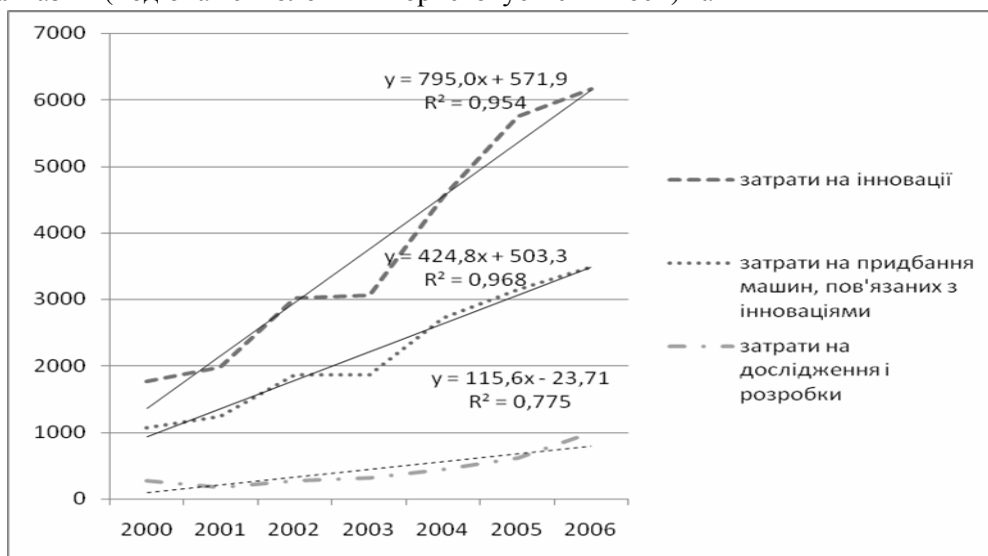


Рис. 5. Динаміка затрат на інновації в економіці України та їх складових

Відсутність закону про акціонерні товариства і неефективний правовий механізм захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності породили сприятливе середовище для нагромадження спекулятивного капіталу і посилило погоню за «мізками» в корпоративному секторі. Для прикладу, в першій половині 2007 року тільки на Львівщині виявлено 99 порушень у сфері інтелектуальної власності (66 – адміністративні, 33 – кримінально карні), основні причини – справи з порушення авторського права, заняття забороненими видами господарської діяльності та незаконне використання товарного знака. Ці проблеми необхідно розглядати в контексті поставлених стратегічних задач розвитку соціально-орієнтованої економіки на інноваційних засадах через дослідження проблем розвитку ІК, джерел формування доданої вартості на мікро-і макрорівнях. Штучне завищення територіального чинника як ресурсу розвитку економічних систем, зокрема,

відомчий підхід до управління розвитком інноваційних процесів в регіонах України, утруднює координацію науково-дослідних робіт на міжгалузевому рівні, актуалізує проблеми дублювання тематики досліджень і розробок, що відбивається в таких явищах і процесах: через дефіцит власних обігових коштів, як основного джерела фінансування інновацій, знижується частка інноваційно активних підприємств ( у Львівській області їх число скоротилося від 97 у 2000р. до 62 підприємств у 2006р. або від 13,4% до 8,4% від загальної кількості промислових підприємств); знижуються темпи збільшення витрат на дослідження і розробки в структурі інноваційних витрат; унеможливується грамотна ідентифікація пріоритетів розвитку інноваційних систем регіонів та реструктуризація промислового сектору в контексті загальнодержавної стратегії інноваційного розвитку за відсутності моделей стратегічного розвитку інтелектуального капіталу і важелів управління його основними складовими. Зазначимо, що за межею бідності в 2006р. у Львівській області перебувало 31,5% населення (в 2002р. цей показник становив 27%). Така статистика є відображенням зростаючої депресивності і погіршення рівня соціально-економічної безпеки, що є серйозним сигналом для Ради з вивчення продуктивних сил України стосовно критичнішого оцінювання наслідків гальмівної ролі показників – дестимуляторів і спадаючого реального інтегрального соціального ефекту показників-стимуляторів навіть за позитивної динаміки валового регіонального продукту, інвестицій в основний капітал та інших.

**Висновки і напрями подальших наукових досліджень.** Зі вступом України в СОТ (в перспективі – в ЄС) актуальнішою буде необхідність дослідження проблем якості економічного зростання та його соціальних наслідків через поєднання в підприємницькій діяльності товаровиробників ринкових концепцій маркетингу і принципів корпоративного управління із соціально-етичними принципами, де істотними обмежувальними факторами (і одночасно стимулами економічного зростання) стануть соціальні й екологічні стандарти та енергозаощаджувальні проекти, а ефективність управління ринковою вартістю на макро-і мікрорівнях буде оцінюватися не тільки згідно з монокритерієм максимізації рентабельності власного капіталу акціонерів, тобто на концепції власності, але й концепції зростаючої ролі інтелектуального капіталу в інноваційних процесах. Як показала практика діяльності промисловості України і машинобудування, зокрема, показники ефективності використання інтелектуального капіталу слабо інтегровані в систему динамічної економічної безпеки країни і окремих регіонів в напрямку просування перспективних технологій на ринок.

Економічне зростання і практичне впровадження концептуальних засад формування і розвитку національної інноваційної системи України неможливе без діалектичної взаємодії структуризації та інтеграції різних форм капіталу, зокрема інтелектуального, що вимагає виконання спеціальних науково-прикладних досліджень щодо оцінювання ІК як важливого активу товаровиробників і впровадження сучасної концепції інтегрованого управління підприємством на основі взаємодії менеджменту, маркетингу і логістики, теорій макро-і мікроекономіки.

1. *Трансформація вартості у розвитку відносин «підприємство-клієнт»: Монографія / За наук. ред. Є Крикавського і Н. Чухрай. – Львів: Вид-во НУ “Львівська політехніка”, 2007. – 250 с.*  
2. Чухно А.А. *Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України.* – К.: Логос, 2003. – С. 396–417.  
3. Ленсколд Джеймс. *Рентабельність інвестицій в маркетинг. Методи підвищення прибутковості маркетингових кампаній / Пер. с англ. под. ред. В. Б. Колчанова и М.А. Карлика.* – СПб: Питер, 2005. – 272 с.  
4. Стефанишин О.В. *Людський потенціал економіки України: Монографія.* – Львів: Видавничий центр ДДУ ім. Івана Франка, 2006. – 315 с.  
5. Томас А. Стюарт. *Інтелектуальний капітал. Новий источник богатства организаций. Пер. с англ. В. Ноздриной.* – М.: Поколение. 2007. – 368 с.  
6. Паладій М. *Інноваційний шлях розвитку українського суспільства потребує нової економічної стратегії.* <http://www.sdip.gov.ua>.  
7. Слісаренко О. *Інноваційна активність в Україні: стан і проблеми розвитку.* [ttp://h.ua/story/53706/](http://h.ua/story/53706/).  
8. Бойко Е.И., Бондарев П.П., Маслова Н.В. *Управление техническим развитием производственных систем.* – Львів: Вища школа, 1985. – 154 с.  
9. Чухрай Н., Патора Р. *Інновації та логістика товарів:*

Монографія. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2001. – 264 с. 10. Онікієнко В.В., Ємельяненко Л.М., Терон І.В. Інноваційна парадигма соціально-економічного розвитку України (За ред. В.В. Онікієнка). – К.: РВПС України НАН України, 2006. – 480 с. 11. Статистичний щорічник. Львівська область, Частина 1. 2006. – с.75. 12. Брукс П. Метрики для управління ІТ-услугами / Пер. с англ. – М.: Альпіна Букс, 2008. – 283 с. 13. Промисловість Львівщини. Статистичний збірник. ДК статистики України, Головне управління статистики у Львівській області. – Львів, 2007. – С.21. 14. Джим Коллінз, Джерри Поррас. Построенные навечно. Успех компаний, обладающих видением. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге / Пер. англ. В. Мишучкова. 2004, с.349, с.180-182. 15. Оновлення основних засобів виробництва – єдиний засіб проти їх морального та фізичного старіння. <http://www.kmu.gov.ua>.

УДК 339(477)

І.Є. Матвій

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

## ТЕНДЕНЦІ ВИКОРИСТАННЯ АУТСОРСИНГУ НА РИНКУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

© Матвій І.Є., 2008

**Розглянуто основні тенденції формування та розвитку ринку логістичних послуг, загалом, та в Україні, зокрема. Проаналізовано стан використання аутсорсингу на ринку логістичних послуг, визначено основні проблеми, що гальмують цей процес. Окреслено основні напрямки підвищення ефективності діяльності та забезпечення конкурентоспроможності підприємств-надавачів логістичних послуг.**

**The main tendencies of the formation and development of the logistic services' market in general and especially in Ukraine are observed. The article analyzes the state of outsource using on the logistic services' market, defines the main problems which slow down this process. Besides the main tendencies of the activity efficiency improvement and competitiveness support of enterprises which offer logistic services are traced.**

**Постановка проблеми.** Економічний розвиток і пов'язана з ним конкуренція спонукає суб'єктів господарювання до освоєння нових інструментів управління, одним з яких стає аутсорсинг. Конкурентні переваги підприємства та подальший їх розвиток значною мірою залежать від ефективності прийнятих рішень в організаційному, економічному та стратегічному аспектах щодо аутсорсингу, що дає змогу оптимізувати структуру витрат, підвищувати гнучкість внаслідок використання вивільненого потенціалу, швидко адаптовуватись до зовнішніх умов функціонування та покращувати економічні результати.

Особливо актуальним сьогодні є використання аутсорсингу на ринку логістичних послуг. Аутсорсинг – це передача сторонній організації функціональних блоків, пов'язаних як з основною, так і з допоміжною діяльністю. Аутсорсинг – це також і використання спеціалізованих логістичних компаній у галузі розподілу (перевізників, складів, інших третіх сторін) для здійснення всіх чи деяких функцій з розподілу продукту компанії, а також транспортування, зберігання, контроль за запасами, обслуговування клієнтів та побудови систем логістичної інформації.