

УДК 339.138

Лозовська Г. М.

Одеська національна академія харчових технологій

ОЦІНКА СОЦІАЛЬНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ ПОСЛУГ НАЦІОНАЛЬНОГО ЦИФРОВОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ)

Проведена оцінка соціальної ефективності впровадження інноваційних послуг (на прикладі послуг національного цифрового телебачення). Визначається роль телебачення як соціально-значуща у суспільстві. Автором проведений аналіз існуючих рішень у сфері оцінки соціальної ефективності. На його основі розроблений метод комплексної оцінки соціальної ефективності впровадження послуг національного цифрового телебачення.

Ключові слова: соціальна ефективність, інновація, інноваційна послуга, цифрове телебачення.

Постановка проблеми. У сучасних умовах підприємству для реалізації своїх економічних цілей недостатньо орієнтуватися тільки на отримання прибутку. Довгостроковий розвиток припускає рух у напрямі соціальної відповідальності, яка не лише створює позитивний імідж підприємства, але і розширює ринок збуту, підвищує інвестиційний рейтинг. Усе це спонукає підприємство вносити в громадський розвиток свій соціальний вклад – у вигляді податків, якісних товарів і послуг. Проте для того, щоб отримати відомості про соціальні наслідки (у тому числі довгострокові) своєї діяльності, а також для підвищення цінності програм, що реалізуються, підприємству необхідно враховувати розмір соціального ефекту, що вноситься ним, та мати можливість оцінити соціальну ефективність заходів, що проводяться, для поліпшення добробуту суспільства [1, с. 140].

У сучасному світі з розвиненими масовими комунікаціями телебачення перетворюється на значний і багатофункціональний соціокультурний інститут, що бере активну участь у глобальних процесах сучасності. В усьому світі воно є найпопулярнішим засобом масової комунікації, виступаючи як невід’ємна частина життя безлічі людей. Воно здатне формувати смаки, погляди, систему поведінки, задавати координати розвитку особистості [2, с. 129]. Значення телебачення і його вплив на соціальний прогрес держави важко переоцінити.

Саме тому державний план переходу на цифрове телебачення до 2015 року, що був підписаний Україною згідно регіональної угоди «Женева-2006» від 16.06.2006 р. [3], серед іншого вимагає оцінки соціальної ефективності при впровадженні національного цифрового телебачення (НЦТБ).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, присвячені оцінці соціальної ефективності інноваційних проектів, досліджували Е.Н. Синдяшкіна [1, с. 140], П.Л. Виленский, В. Беренс, П.М. Хавранек та ін. [4, с. 218].

Поняття «інноваційна послуга» є складовою частиною системи інноваційної діяльності підприємства. Його сутність, функції й основні принципи розглянуті в роботах І. Ансоффа, Д. Грейсона, А.К. Завліна, А.І. Пригожина.

Проблематику в сфері телебачення займалися Я.В. Мальковская, Е.Л. Вартанова, Э.Г. Багиров, В.В. Савчук [5].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Досліджень в області саме соціальної ефективності інноваційних послуг є порівняно небагато. Більшість робіт орієнтована на оцінку економічного ефекту впровадження інновацій.

Що стосується НЦТБ, то перехід на нього є не лише важливим економічним і політичним рішенням, але і має величезне соціальне і громадське значення, оскільки телебачення являється для більшості людей одним з основних джерел інформації. Саме тому оцінка соціальної ефективності при впровадженні інноваційних послуг (на прикладі послуг НЦТБ) є актуальною.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є оцінка соціальної ефективності впровадження інноваційних послуг (на прикладі послуг національного цифрового телебачення).

Виклад основного матеріалу. У сучасних ринкових умовах підвищуються вимоги до економічних вимірів і економічних обґрунтувань прийнятих рішень стосовно інноваційних проектів. Фінансування таких проектів відбувається, як правило, після різносторонньої оцінки кожного з можливих варіантів розвитку, а також після розрахунку ефективності пропонуваного заходу.

Перш за все, визначимось із поняттями «інновація» та «інноваційна послуга».

Відповідно до міжнародних стандартів інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, що одержав втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринок, нового або вдосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності, або в новому підході до соціальних послуг [6, с. 154]. Тобто інновацією в сфері послуг виступає результат інноваційної діяльності (сервісний продукт, технологія або її окремі елементи, нова організація сервісної діяльності й ін.), що здатний більш ефективно задовольняти суспільні потреби.

При впровадженні інноваційної послуги гостро стоїть проблема оцінки її ефективності. При цьому ефективність проявляється не тільки в економічному чи технічному результаті, але і соціальному, що є надважливим для громадського і загальнодержавного розвитку. Саме тому розглянемо проблематику соціальної ефективності більш детально.

Залежно від врахованих результатів і витрат розрізняються наступні види ефекту (табл. 1) [7, с. 53].

Виходячи з таблиці 1, можна побачити, що про ефективність реалізації інновацій свідчать не лише економічні результати. Інновації можуть зменшувати потребу в поновлюваних ресурсах, поліпшувати умови життя і праці, формувати нові напрями науково-технічного розвитку, тобто мати значний соціальний ефект.

Соціальний ефект – це результат, який отримує суспільство як в процесі виробництва того або

Таблиця 1
Види ефекту при реалізації інноваційних послуг

Вид ефекту	Що відображають показники	
1.	Економічний	Показники враховують у вартісному вираженні усі види результатів і витрат, обумовлених реалізацією інноваційних проектів.
2.	Науково-технічний	Показники відображають новизну, простоту, корисність, естетичність, компактність.
3.	Фінансовий	Розрахунок показників базується на фінансових показниках.
4.	Ресурсний	Показники відбивають вплив інновації на обсяг виробництва і споживання того або іншого виду ресурсу.
5.	Соціальний	Показники враховують соціальні результати реалізації інноваційних проектів.
6.	Екологічний	Показники враховують вплив інноваційного проекту на довкілля. У їх числі може бути: шум, електромагнітне поле, освітленість (зоровий комфорт), вібрація і т. п.

іншого продукту (послуги) або виконання певного роду роботи, так і при споживанні відповідних матеріальних, соціальних і духовних цінностей.

Види соціальних ефектів можна класифікувати наступним чином [8, с. 47]:

1) *По рівню виникнення:*

– *локальний*, тобто пов'язаний зі зниженням негативної дії чинників внутрішнього виробничого середовища підприємства на його працівників, в число яких включається несприятливий стан умов праці, психологічний клімат в колективі і тому подібне;

– *територіальний*, що утворюється в результаті поліпшення виробництва і, як наслідок, поліпшення стану зовнішнього (природного і соціального) середовища підприємства.

2) *За часом виникнення:*

– *первинні*, такі, що є метою технічного переозброєння виробництва;

– *вторинні*, такі, що є наслідком отриманих первинних результатів.

3) *За економічним змістом:*

– *мають вартісне вираження;*

– *не мають вартісного вираження*, тобто економічній оцінці може бути підданий не увесь комплекс соціальних результатів.

4) *Громадське значення ефекту:*

– *позитивне;*

– *негативне.*

За кожним з видів соціального ефекту існує можливість визначити доцільність впровадження інноваційного проекту (послуги). В той же час слід відзначити необхідність розробки підходу, який надає можливість комплексної оцінки ефективності інноваційних послуг за різними видами соціального ефекту. Для комплексної оцінки соціальної ефективності впровадження інноваційних послуг (на прикладі послуг НЦТБ) автором була розроблена методика, яка складається в виконанні наступних етапів.

Етап 1. Визначення показників, за допомогою яких можна оцінити соціальну ефективність інноваційних послуг (на загальнодержавному рівні і на рівні споживача).

Етап 2. Визначення ваги і значення показників, які впливають на оцінку соціальної ефективності інноваційних послуг на усіх рівнях (на загальнодержавному рівні і на рівні споживача).

Етап 3. Виконання розрахунків (при їх неможливості – якісних оцінок), а також на їх основі висновків про ступінь визначення соціальної ефективності при впровадженні інноваційних послуг.

Етап 4. Виведення комплексної оцінки, яка показує ступінь визначення соціальної ефективності інноваційних послуг на усіх рівнях, яких вона торкається (на загальнодержавному і на рівні споживача).

Проаналізуємо кожен із етапів більш детально.

Етап 1. Визначення соціальних ефектів, які проявляються на різних рівнях. Необхідно чітко і детально описати усі показники, які тим чи іншим чином впливають на проблему визначення соціальної ефективності інноваційних послуг, розділити їх по рівнях і ступенях впливу. Також доцільним буде їх об'єднати в окремі групи показників, що схожі за своїми якісними характеристиками.

Етап 2. Визначення ваги і значення показників соціальної ефективності. Оскільки при визначенні комплексної оцінки соціальної ефективності інноваційних послуг через те, що одна група показників може бути кількісною, а інша – якісною, виникає необхідність звести усі показники до єдиної системи вимірювання, для чого доцільно визначити вагу і значення показників, які впливають на вирішення задачі.

Етап 3. На основі визначених ваги і значень показників розрахунок значень усіх показників по кожному окремо і по групах загалом (при неможливості розрахунків потрібно визначити якісні оцінки). Це дозволить оцінити ступінь впливу кожної групи показників у складі комплексної оцінки соціальної ефективності інноваційних послуг.

Етап 4. Виведення комплексної оцінки, яка показує ступінь соціальної ефективності при впровадженні інноваційних послуг на усіх рівнях, яких вона торкається.

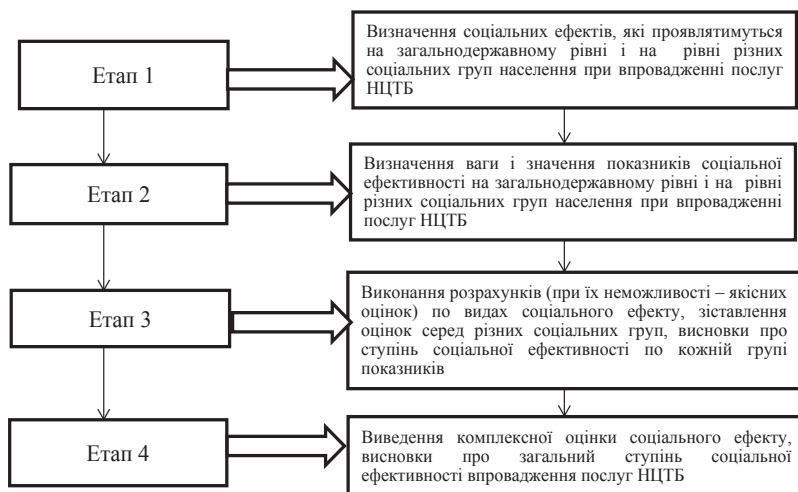


Рис. 1. Оцінка соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ

На основі наведених етапів оцінки соціальної ефективності інноваційних послуг автором була запропонована схема для оцінки соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ (рис. 1).

Надамо характеристику кожному із етапів:

1. Визначення соціальних ефектів, які проявлятимуться на загальнодержавному рівні і на рівні різних соціальних груп населення при впровадженні послуг НЦТБ. Соціальний ефект при впровадженні таких інноваційних послуг, як послуги НЦТБ, проявляється у подоланні територіальної роз'єднаності, створенні умов для між-сімейних та дружніх контактів, економії часу при вирішенні побутових проблем та збільшенні вільного часу, необхідного для задоволення матеріальних та духовних потреб. Використання послуг цифрового телебачення допоможе розширити можливості спілкування, сприятиме більш швидкому обміну інформацією й даних. Головний ефект цифрового телебачення як засобу, який скорочує час та простір, проявляється при особистому споживанні в збільшенні фонду вільного часу населення, який з урахуванням економічної (грошової) оцінки неробочого часу може бути еквівалентним економії грошових коштів суспільства в результаті застосування й подальшого інноваційного розвитку цих сфер.

Ефект, який отримує населення країни від впровадження на підприємствах зв'язку інноваційних послуг, має велике соціальне значення, оскільки основною задачею НЦТБ є задоволення зростаючих потреб споживача та суспільства в цілому в передачі та отриманні різноманітної інформації, підвищенні культурного та освітнього рівня людей тощо.

При впровадженні послуг НЦТБ доцільно розділити соціальні ефекти, що є складовими загальної соціальної ефективності, на загальнодержавний рівень і на рівні соціальних груп населення.

Основні види соціальних ефектів при впровадженні послуг НЦТБ в Україні на загальнодержавному рівні є такими:

1. Пріоритетність. Відповідність мети впровадження послуг НЦТБ пріоритетам, цілям і стратегії соціально-економічного розвитку держави.

2. Забезпеченість послугами. Рівень забезпеченості держави послугами НЦТБ, у порівнянні зі світовим рівнем.

3. Галузева приналежність НЦТБ. Ступінь приналежності до галузі, до якої належить соціальна проблема, що вирішується при впровадженні послуг НЦТБ.

4. Охоплення результатами послуг НЦТБ. Населення, що використовує результати реалізації послуг НЦТБ.

Основні види соціальних ефектів при впровадженні послуг НЦТБ в Україні на рівні різних соціальних верств населення є такими:

1. Ціни на послуги НЦТБ у порівнянні з цінами конкурентів:

1.1. Доступність;

1.2. Можливість знижок;

1.3. Цінова гнучкість для соціально незахищених верств населення.

2. Підвищення рівня ефективності праці:

2.1. Зменшення трудовитрат на обслуговування обладнання і його моніторинг;

2.2. Покращення умов праці для робітників сфери послуг зв'язку.

3. Вплив на об'єм послуг:

3.1. Можливість надання населенню соціальних послуг в результаті впровадження послуг НЦТБ;

3.2. Збільшення об'єму соціальної послуги, потреба в якій зростає в результаті впровадження послуг НЦТБ.

4. Вплив на якість послуг у результаті впровадження послуг НЦТБ:

4.1. Підвищення якості надання соціальних послуг населенню;

4.2. Удосконалення технології надання соціальних послуг населенню;

4.3. Підвищення оперативності надання соціальних послуг населенню;

4.4. Гнучкість у підході до роботи зі споживачами.

5. Підвищення якості життя громадян у результаті впровадження послуг НЦТБ:

5.1. Розширення можливостей спілкування;

5.2. Пришвидження обміну інформацією між користувачами;

5.3. Збільшення фонду вільного часу.

Показники було запропоновано розділити на такі групи через те, що вони відображають рівень соціальної захищеності і добробуту користувачів послуг НЦТБ. Тобто кожен із показників тим чи іншим чином відображає інтереси споживача.

Такі показники для оцінки соціальних ефектів при впровадженні послуг НЦТБ були обрані для того, щоб показати всю важливість і необхідність цього кроку для держави загалом і для користувача зокрема. Дані показники допомагають розкрити усі переваги цифрового мовлення, такі як:

- підвищення ресурсної ефективності держави;
- покращення якості сигналу, а відповідно і якості послуги телевізійного мовлення;
- розвиток комунікацій, розширення можливостей спілкування та ін.

2. Визначення ваги і значення показників соціальної ефективності на загальнодержавному рівні і на рівні різних соціальних груп населення при впровадженні послуг НЦТБ. Нині не існує єдиної методики оцінки ефективності соціальних послуг або інноваційних проектів на певній території. Усі пропонувані оцінки не є комплексними та охоплюють лише одну сторону (чи деякі сторони) діяльності досліджуваного об'єкту [1].

Так, кількісні показники охоплення населення інноваційним проектом або соціальними послугами не дають уявлення про якісну сторону об'єкту; суб'єктивні оцінки користувачами соціальних послуг або інноваційним проектом є досить важливими, але, в основному, відбивають їх емоції. Нарешті, міра усвідомлення населенням потреби в соціальних послугах значно впливає на характер оцінки, даної клієнтами. Тому хоча постійне дослідження думки клієнтів є обов'язковою частиною діяльності підприємства, професіонали повинні добре усвідомлювати відносність результатів, отриманих з використанням такого інструментарію. Серед методів оцінки найбільш прийнятними для вирішення поставлених задач слід згадати соціальну експертизу і метод експертних оцінок.

Вага і значення показників для оцінки загальнодержавного соціального ефекту від впровадження послуг НЦТБ визначається на основі переваг замовника інноваційного проекту, тобто держави. Показники громадської ефективності можуть враховувати результати реалізації інноваційного проекту для суспільства, у тому числі як безпосередні результати і витрати проекту, так і витрати і результати в суміжних секторах економіки, екологічній, соціальній і інших позаекономічних ефектів.

3. Виконання розрахунків (при їх неможливості – якісних оцінок) по видах соціального ефекту,

зіставлення оцінок серед різних соціальних груп, висновки про ступінь соціальної ефективності по кожній групі показників.

Коефіцієнт соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ по кожній n -й групі показників розраховується по формулі (1) [9, с. 96]:

$$C_n = \sum_{i=1}^{N_n} f_i Z_i \quad (n = \overline{1, N}), \quad \sum_{i=1}^{N_n} f_i = 1, \quad (1)$$

де Z_i – значення i -го показника соціальної ефективності у балах;

n – номер групи;

f_i – значимість i -го показника;

N – загальна кількість груп показників соціальної ефективності;

N^n – кількість показників в n -й групі.

4. Виведення комплексної оцінки соціального ефекту, висновки про загальний ступінь соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ. В якості базового показника для розрахунку загальної соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ візьмемо комплексний показник соціального ефекту (S) від реалізації інноваційного проекту (2):

$$S = \sum_{n=1}^N C_n * 3K_n \quad \left(\sum_{n=1}^N 3K_n = 1 \right), \quad (2)$$

де $3K_n$ – значимість n -ої групи показників соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ.

Маючи поетапну характеристику оцінки соціальної ефективності, розраховуємо комплексну соціальну ефективність впровадження послуг НЦТБ.

Основні види соціальних ефектів як на загальнодержавному рівні, так і рівні різних соціальних груп представлені в таблицях 2 і 3.

Одним із найбільш прийнятних методів оцінки для вирішення поставленої задачі, а саме визначення соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ, є метод експертних оцінок. Даний метод був обраний через його доступність, ефективність і можливість привести різні соціальні показники до єдиної системи вимірювання. Для цього було проведено дослідження серед різних груп споживачів: пенсіонери, працюючі, непрацюючі, студенти. Усі бали, які надані у таблицях 2 і 3, були отримані за допомогою анкетування користувачів телевізійних послуг, що було проведено авторами у статті [10]. Цим групам респондентів було запропоновано оцінити важливість різних показників соціальної ефективності, виставляючи

вагові оцінки в балах (по 10-ти бальній шкалі оцінок), залежно від ступеня відповідності показника їх вимогам (табл. 3).

Дані, що відображені у таблиці 2, були отримані а допомогою формули (1). Спочатку були розраховані коефіцієнти соціальної ефективності по кожному показнику окремо. За допомогою методу «сценаріїв розвитку» були оцінені ризики впровадження послуг НЦТБ шляхом встановлення впливу на послуги одночасної варіації декількох чинників через вірогідність кожного сценарію [4, с. 218]. Потім по кожному із варіантів сценарію впровадження послуг НЦТБ (а) – оптимістичний сценарій, б) – реалістичний, в) – песимістичний) були знайдені зважені суми усіх груп соціальних ефектів і були отримані загальні зважені значення у відсотках:

- по сценарію а) – 92,5%;
- по сценарію б) – 56,5%;
- по сценарію в) – 22%.

Виходячи з таблиці 2, можна зробити висновки, що сценарії а) і б) (що відповідають оптимістичним і реалістичним прогнозам впровадження послуг НЦТБ) мають високий ступінь соціальної ефективності (92,5% і 56,5%, відповідно). Це свідчить про те, що навіть при частковому впровадженні серед населення послуг НЦТБ соціальна значущість цього проекту є досить великою (56,5%).

Після оцінки соціальних ефектів на загальнодержавному рівні розглянемо окремо показники для оцінки ступеню соціальної ефективності при впровадженні послуг НЦТБ для різних верств населення (табл. 3), а також із урахуванням коефіцієнтів значимості (табл. 4).

Автором була оцінена значимість (вага) кожного показника. За допомогою формули (1) були розраховані комплексні оцінки для кожної групи показників соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ (табл. 4).

За допомогою формули (2) була розрахована комплексна оцінка соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ.

Усі розрахунки представлені в таблиці 5.

Оцінка соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ характеризує соціальний розвиток, рівень якого визначається ступенем досягнення нормативного рівня життя, підвищенням його

Таблиця 2

Показники для оцінки ступеню соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ на загальнодержавному рівні

Показник соціальної ефективності	Зміст показника	Вага показника, бали	Значення показника	Зважене значення, %
1. Пріоритетність Відповідність мети впровадження послуг НЦТБ пріоритетам, цілям і стратегії соціально-економічного розвитку держави	а) відповідають; б) частково відповідають заявленим пріоритетам і цілям; в) не відповідають.	а) 10 б) 5 в) 0	0,2	а) 20 б) 10 в) 0
2. Забезпеченість послугами. Рівень забезпеченості держави послугами НЦТБ, у порівнянні зі світовим рівнем.	а) < 50%; б) від 50 до 75%; в) > 75%.	а) 8 б) 6 в) 3	0,3	а) 24 б) 18 в) 9
3. Галузева приналежність послуг НЦТБ Ступінь приналежності до галузі, до якої належить соціальна проблема, що вирішується при впровадженні послуг НЦТБ	а) > 75%; б) від 50 до 75%; в) < 50%.	а) 9 б) 5 в) 4	0,15	а) 13,5 б) 7,5 в) 6
4. Охоплення результатами послуг НЦТБ Населення, що використовує результати реалізації послуг НЦТБ	а) усе населення; б) не менше 50% населення; в) не менше 25% населення.	а) 10 б) 6 в) 2	0,35	а) 35 б) 21 в) 7
Всього по групі:				92,5%; 56,5%; 22%

Таблиця 3

Показники для оцінки ступеню соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ для різних верств населення

Показник соціальної ефективності	Значимість показника	Оцінки показників, бали			
		пенсіонери	працюючі	непрацюючі	студенти
1. Ціни на послуги НЦТБ у порівнянні з цінами конкурентів					
1.1. Доступність	0,6	10	6	8	7
1.2. Можливість знижок	0,3		5	5	6
Цінова гнучкість для соціально незахищених верств населення	0,1	5	3	6	5
		6			
2. Підвищення рівня ефективності праці					
2.1. Зменшення трудовитрат на обслуговування обладнання і його моніторинг	0,7	3	5	8	6
2.2. Покращення умов праці для робітників сфери послуг зв'язку	0,3	2	5	5	4
3. Вплив на об'єм послуг					
3.1. Можливість надання населенню соціальних послуг в результаті впровадження послуг НЦТБ	0,6	7	5	6	6
3.2. Збільшення об'єму соціальної послуги, потреба в якій зростає в результаті впровадження послуг НЦТБ	0,4	5	3	5	4
4. Вплив на якість послуг у результаті впровадження послуг НЦТБ					
4.1. Підвищення якості надання соціальних послуг населенню	0,5	9	7	8	8
4.2. Удосконалення технології надання соціальних послуг населенню	0,25	3	5	4	5
4.3. Підвищення оперативності надання соціальних послуг населенню	0,15	7	8	7	8
4.4. Гнучкість у підході до роботи зі споживачами	0,1	6	5	4	5
5. Підвищення якості життя громадян у результаті впровадження послуг НЦТБ					
5.1. Розширення можливостей спілкування	0,55	9	9	8	9
5.2. Пришвидчення обміну інформацією між користувачами	0,35	7	8	7	9
5.3. Збільшення фонду вільного часу	0,1	5	7	5	6

Таблиця 4

Показники для оцінки ступеню соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ для різних верств населення з урахуванням коефіцієнтів значимості

Показник соціальної ефективності	Оцінки показників, бали			
	пенсіонери	працюючі	непрацюючі	студенти
1. Ціни на послуги НЦТБ у порівнянні з цінами конкурентів				
1.1. Доступність	6	3,6	4,8	4,2
1.2. Можливість знижок	1,5	1,5	1,5	1,8
1.3. Цінова гнучкість для соціально незахищених верств населення	0,6	0,3	0,6	0,5
Взагалі по групі 1	8,1	5,4	6,9	6,5
2. Підвищення рівня ефективності праці				
2.1. Зменшення трудовитрат на обслуговування обладнання і його моніторинг	2,1	3,5	5,6	4,2
2.2. Покращення умов праці для робітників сфери послуг зв'язку	0,6	1,5	1,5	1,2
Взагалі по групі 2	3,2	5	7,1	5,4
3. Вплив на об'єм послуг				
3.1. Можливість надання населенню соціальних послуг в результаті впровадження послуг НЦТБ	4,2	3	3,6	3,6
3.2. Збільшення об'єму соціальної послуги, потреба в якій зростає в результаті впровадження послуг НЦТБ	2	1,2	2	1,6
Взагалі по групі 3	6,2	4,2	5,6	5,2
4. Вплив на якість послуг у результаті впровадження послуг НЦТБ				
4.1. Підвищення якості надання соціальних послуг населенню	4,5	3,5	4	4
4.2. Удосконалення технології надання соціальних послуг населенню	0,75	1,25	1	1,25
4.3. Підвищення оперативності надання соціальних послуг населенню	1,05	1,2	1,05	1,2
4.4. Гнучкість у підході до роботи зі споживачами	0,6	0,5	0,4	0,5
Взагалі по групі 4	6,9	6,45	6,45	6,95
5. Підвищення якості життя громадян у результаті впровадження послуг НЦТБ				
5.1. Розширення можливостей спілкування	4,95	4,95	4,4	4,95
5.2. Пришвидчення обміну інформацією між користувачами	2,45	2,8	2,45	3,15
5.3. Збільшення фонду вільного часу	0,5	0,7	0,5	0,6
Взагалі по групі 5	7,9	8,45	7,35	8,7

Розрахунок комплексних оцінок показників соціальної ефективності при впровадженні послуг НЦТБ для різних верств населення

Показник соціальної ефективності	Значимість показника	Комплексні оцінки показників, бали			
		пенсіонери	працюючі	непрацюючі	студенти
1. Ціни на послуги НЦТБ у порівнянні з цінами конкурентів	0,35	2,84	1,89	2,42	2,28
2. Підвищення рівня ефективності праці	0,15	0,48	0,75	1,07	0,81
3. Вплив на об'єм послуг	0,1	0,62	0,42	0,56	0,52
4. Вплив на якість послуг у результаті впровадження послуг НЦТБ	0,2	1,38	1,29	1,29	1,39
5. Підвищення якості життя громадян у результаті впровадження послуг НЦТБ	0,2	1,58	1,69	1,47	1,74
Узагальнені оцінки, бали		6,9	6,04	6,81	6,74

якості, збільшенням фонду вільного часу ті ін. Ця оцінка свідчить про те, що найбільший соціальний ефект від впровадження послуг НЦТБ отримують пенсіонери. Комплексна оцінка показників соціальної ефективності при впровадженні послуг НЦТБ склала 6,9 бала і є найбільшою серед інших верств громадян. Непрацюючі (6,81) і студенти (6,74) займають друге і третє місця, відповідно, що дозволяє говорити про досить високий ступінь соціальної ефективності при впровадженні послуг НЦТБ для цих верств громадян.

Розрахунок комплексних оцінок показників соціальної ефективності впровадження послуг НЦТБ свідчить про необхідність підвищення рівня соціальної ефективності для такої верстви громадян, як працюючі – тобто необхідно залучати додаткові послуги (такі як, наприклад, IPTV, Інтернет) при впровадженні послуг НЦТБ, щоб зацікавити додаткових клієнтів. Таким чином, збільшиться не тільки економічна вигода провайдера послуг НЦТБ, але й зросте загальний соціальний ефект від його впровадження.

Висновки і пропозиції. Неухильне зростання соціальної ефективності є кінцевою метою багатоаспектної діяльності підприємств та організацій. Щоправда, об'єктивне оцінювання соціальної ефективності наражається на істотні труднощі,

оскільки їй досі бракує науково обґрунтованої і загальноновизнаної методики її визначення.

Впровадження послуг НЦТБ, яке зараз відбувається у нашій державі, потребує багаторівневої (як на рівні держави, так і на рівні користувача) оцінки їх соціальної ефективності, оскільки це не тільки економічно вигідний, але й соціальний проект, який торкнеться кожного громадянина держави.

Запропонована автором оцінка соціальної ефективності впровадження інноваційної послуги на прикладі послуг НЦТБ дозволяє:

- визначити соціальні ефекти, які проявлятимуться на загальнодержавному рівні і на рівні різних соціальних груп населення при впровадженні послуг НЦТБ;

- оцінити соціальну ефективність інноваційних послуг на прикладі послуг НЦТБ, та за допомогою цього скоригувати маркетингову стратегію впровадження послуг НЦТБ;

- підвищити соціальну ефективність послуг НЦТБ через розширення глядацької аудиторії ті врахування інтересів кожного конкретного користувача і найбільш повне задоволення його потреб.

Перспективою подальших наукових розробок є розробка дієвої маркетингової стратегії впровадження послуг НЦТБ з урахуванням соціальної компоненти.

Список літератури:

1. Синдяшкіна Е.Н. Вопросы оценки видов социального эффекта при реализации инвестиционных проектов / Е.Н. Синдяшкіна // Проблемы прогнозирования. – 2010. – № 1. – С. 140–147.
2. Эрзанукаева Л.Р. Социокультурные проблемы развития телевизионных коммуникаций (на примере российского телевидения) / Л.Р. Эрзанукаева // Социология. – М.: Граница. – 2009. – № 4. – С. 129–132.
3. «Про затвердження Державної програми впровадження цифрового телерадіомовлення» / Постанова Кабінету міністрів України від 26 листопада 2008 р. № 1085. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/>.
4. Беренс В., Хавранек П.М. Руководство по оценке эффективности инвестиций / В. Беренс, П.М. Хавранек // АОЗТ «Интерэкспорт», «Инфра – М», 1999. – 343 с.
5. Савчук В.В. Медиа философия: формирование дисциплины / В.В. Савчук // Медиа философия. Основные проблемы и понятия. Материалы международной научной конференции «Медиа как предмет философии» СПб ГУ, Санкт-Петербург. – 2008. – 20-22 ноября.
6. Чорна М.В. Дослідження сутності поняття «інновація» та його сучасних особливостей / М.В. Чорна., С.В. Глухова // Вісник Хмельницького Національного університету. Економічні науки. – 2009. – № 1 (125). – С. 154–159.
7. Капорцева +О.Н. Эффективность инноваций и пути ее повышения / О.Н. Капорцева // Вести Института современных Знаний. – 2004. – № 2. – С. 53–57.
8. Михайлов С.П. Социальная эффективность стратегии экономического развития / С.П. Михайлов // СПб.: «Терция», 2006. – 245 с.
9. Овчарик Р.Ю. Статистика / Р.Ю. Овчарик, В.І. Крисюк, О.В. Юрченко // Київ: Європейський університет, 2004. – 139 с.
10. Князева Н.О., Лозовська Г.М. Маркетинговий інструментарій впровадження соціально-значущих інноваційних послуг (на прикладі послуг національного цифрового телебачення) / Н.О. Князева, Г.М. Лозовська // Бізнес Інформ. – 2014. – № 4.

Лозовская А. Н.

Одесская национальная академия пищевых технологий

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ УСЛУГ НАЦИОНАЛЬНОГО ЦИФРОВОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ)

Резюме

Проведена оценка социальной эффективности внедрения инновационных услуг (на примере услуг национального цифрового телевидения). Определяется роль телевидения как социально-значимая в обществе. Автором проведен анализ существующих решений в сфере оценки социальной эффективности. На его основе разработан метод комплексной оценки социальной эффективности внедрения услуг национально-цифрового телевидения.

Ключевые слова: социальная эффективность, инновация, инновационная услуга, цифровое телевидение.

Lozovskaya A. N.

Odessa National Academy of Food Technologies

ESTIMATION OF SOCIAL EFFICIENCY OF INTRODUCTION OF INNOVATIVE SERVICES (ON THE EXAMPLE OF SERVICES OF NATIONAL DIGITAL TELEVISION)

Summary

Conducted estimation of social efficiency of introduction of innovative services (on the example of services of national digital television). The role of television as social meaningful is determined in society. By an author the conducted analysis of existent decisions in the field of the estimation of social efficiency. There was the worked out method of complex estimation of social efficiency of introduction of services of national digital television on his basis.

Key words: social efficiency, innovation, innovative service, digital television.

УДК 338.49

Малюк С. О.

Росинець В. Ю.

Миколаївський інститут права

Національного університету «Одеська юридична академія»

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

У статті досліджено проблеми функціонування малого підприємництва в Україні. Зазначено фактори, які негативно впливають на темпи росту малого підприємництва та гальмують його розвиток. Розкрито історію формування державної підтримки малого бізнесу та проаналізовано її роль у цій сфері.

Ключові слова: мале підприємництво, суб'єкти малого підприємництва, державне регулювання, система оподаткування, зайнятість населення.

Постановка проблеми. Розвиток продуктивних сил, територіальний та галузевий поділ праці призвели до того, що, вже починаючи за ХХ століття, мале підприємництво перетворилося переважно з ремісничої діяльності в однопорядкову за технічною оснащенням і формою організації ланку великомасштабного суспільного виробництва. В Україні цей процес проходив дуже повільно у порівнянні з іншими економічно розвиненими країнами світу. Наукові теорії та практична діяльність держави довгий час орієнтувались лише на великі державні проекти. Тож, нові тенденції в еволюції малого підприємництва були помічені і оцінені в Україні із запізненням. Однак на сьогодні вже не можна не зважати на важливу роль малих підприємств у забезпеченні ефективного функціонування сучасної ринкової економіки. Малі підприємства є найбільш масовою формою ділової активності і більш стійкою до несприятливих умов, які можуть виникнути в сфері бізнесу. Саме діяльність цих підприємств є основним шляхом формування в суспільстві найбільш демократичного суспільного прошарку, так званого «середнього класу», завдяки якому значною мірою відбувається якісне зростання

економіки та рівня життя населення і водночас – укріплюються демократичні засади в державі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблемних питань державного регулювання та розвитку підприємництва присвячені праці таких вчених, як В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погірчук, Б.М. Данилишин, О.П. Кавтиш, Т.О. Колісна, О.М. Кондрашов, Т.В. Корягіна, Ю.Є. Осацька, Р.В. Рудник та інших.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак, незважаючи на досить великий масив теоретичних напрацювань вітчизняних вчених, на сьогоднішній день недостатньо дослідженими та не вирішеними залишаються питання, які стосуються вдосконалення механізмів реалізації державної політики підтримки малого підприємництва, не досягнуто системного узагальнення фундаментальних проблем, які стримують розвиток малих підприємств, відсутні комплексні наукові рекомендації щодо створення цілісної ефективної системи регулювання їхньої діяльності, що і обумовлює актуальність даного дослідження.

Мета статті. Головною метою дослідження є вивчення особливостей та визначення ролі дер-